



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE
MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

INGENIERÍA EN TURISMO

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN TURISMO**

Tema:

**“DISEÑO DE UN RESTAURANTE GOURMET DE COMIDA
MANABITA EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA DE
MANABÍ”**

AUTORES: COVEÑA ALCÍVAR HENRY FABRICIO

LOOR MUÑOZ BETTY YISELA

TUTOR: Ph. D. LEONARDO CUÉTARA SÁNCHEZ

Calceta, Marzo, 2013

DERECHOS DE AUTORÍA

Nosotros, Coveña Alcívar Henry Fabricio y Loor Muñoz Betty Yisela declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Henry Coveña Alcívar

Betty Loor Munoz

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ph. D. Leonardo Cuétara Sánchez certifica haber tutelado la tesis titulada **“DISEÑO DE UN RESTAURANTE GOURMET DE COMIDA MANABITA EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ”**, que ha sido desarrollada por Coveña Alcívar Henry Fabricio y Loor Muñoz Betty Yisela, previa a la obtención del título de ingeniero en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Ph. D. Leonardo Cuétara Sánchez
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos miembros del tribunal correspondiente, declaramos que hemos aprobado la tesis titulada **“DISEÑO DE UN RESTAURANTE GOURMET DE COMIDA MANABITA EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ”**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Coveña Alcívar Henry Fabricio y Loor Muñoz Betty Yisela, previa a la obtención del título de ingeniero en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Mgs. Gilberto Blanco Gonzales
MIEMBRO

Ab. Juan Villacreses Viteri
MIEMBRO

Dra. C. Mabel Font Aranda
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la institución que nos dió la oportunidad de capacitarnos y en la cual nos hemos forjado día a día.

A Dios por permitirnos hacer realidad uno de nuestros grandes sueños: convertirnos en unos profesionales.

A nuestros padres por enseñarnos que la mejor herencia que nos pueden dejar es la oportunidad de convertirnos en unos profesionales.

A nuestras familias que siempre nos brindaron todo su apoyo para salir adelante y vencer los obstáculos que se presentaron durante nuestra vida universitaria.

A los docentes por ayudarnos con todo lo correspondiente a la tesis y por todas sus enseñanzas durante la carrera.

A nuestros amigos que nos apoyaron en todos los momentos y durante la realización de la tesis.

Betty Loor Muñoz

Henry Coveña Alcívar

DEDICATORIA

A Dios por darnos toda la fortaleza para seguir adelante con nuestras metas.

A nuestros queridos padres y hermanos por apoyarnos y brindarnos su ayuda con todo lo de nuestra tesis y nuestra carrera.

A nuestras familias y amigos que nos motivaron en todo momento durante la elaboración de la tesis de grado.

Betty Loor Muñoz

Henry Coveña Alcívar

CONTENIDO

DERECHOS DE AUTORÍA.....	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
CONTENIDO	VII
CONTENIDO DE CUADROS, FIGURAS Y TABLAS	IIX
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT	XIIIIII
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	3
1.2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	3
1.2.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	3
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4 HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEA A DEFENDER	6
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	7
2.1.1 SERVICIO TURÍSTICO	7
2.1.2 SERVICIO DE RESTAURACIÓN	9
2.1.3 RESTAURANTE	10
2.1.4 CARACTERIZACIÓN DE RESTAURACIÓN	10
2.1.5 GOURMET	12
2.1.6 RESTAURANTE GOURMET	12
2.1.7 ESTRUCTURA DE RESTAURANTE GOURMET	13
2.1.8 MENÚ GOURMET.....	16
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	18
3.1 INTRODUCCIÓN	18
3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO.....	19
3.2.1 ESTUDIO PRELIMINAR.....	20
3.2.2 DIAGNÓSTICO DE LOS ELEMENTOS DE LA DEMANDA Y OFERTA GASTRONÓMICA	21
3.2.3 ESTUDIO TÉCNICO	23

3.2.4 GESTIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN GOURMET	25
3.2.5 LEGISLACIÓN TURÍSTICA	27
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
4.1 ESTUDIO PRELIMINAR.....	28
4.1.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES Y SOCIOECONÓMICAS DE MANABÍ	28
4.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN MANTA	30
4.2. DIAGNÓSTICO DE LOS ELEMENTOS DE LA DEMANDA Y OFERTA GASTRONÓMICA.....	37
4.2.1 ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA EN RESTAURACIÓN.....	37
4.2.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	37
4.2.3 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA	46
4.3 ESTUDIO TÉCNICO	47
4.3.1 EQUIPAMIENTO	47
4.4 GESTIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN GOURMET	72
4.4.1 PROCESO DE RESTAURACIÓN Y SUS ELEMENTOS.....	72
4.4.2 PLAN ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL.....	72
4.4.3 TALENTO HUMANO.....	72
4.5 LEGISLACIÓN TURISTICA.....	117
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	119
5.1 CONCLUSIONES.....	119
5.2 RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXO	1254

CONTENIDO DE CUADROS, FIGURAS Y TABLAS

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro N° 03. 1 ESTRUCTURA METODOLÓGICA.	19
Cuadro N° 04. 1 INFORMACIÓN DE LOS RESTAURANTES GOURMETS DE LA CIUDAD DE MANTA.....	35
Cuadro N° 04. 2 ESTUDIO TÉCNICO ESTRUCTURA DEL LOCAL	47
Cuadro N° 04. 3 ESTUDIO TÉCNICO MUEBLES.....	48
Cuadro N° 04. 4 ESTUDIO TÉCNICO TERRENO Y ADECUACIÓN.....	48
Cuadro N° 04. 5 ESTUDIO TÉCNICO CONSTRUCCIÓN.....	48
Cuadro N° 04. 6 ESTUDIO TÉCNICO VEHÍCULO.....	49
Cuadro N° 04. 7 ESTUDIO TÉCNICO EQUIPO Y MAQUINARIA ÁREA OPERATIVA	49
Cuadro N° 04. 8. ESTUDIO TÉCNICO EQUIPO Y MAQUINARIA ÁREA ADMINISTRATIVA.....	50
Cuadro N° 04. 9 ESTUDIO TÉCNICO MUEBLES DE ÁREA OPERATIVA.	50
Cuadro N° 04. 10 ESTUDIO TÉCNICO MUEBLES ÁREA ADMINISTRATIVA.....	51
Cuadro N° 04. 11 ESTUDIO TÉCNICO SUMINISTROS DE OFICINA	51
Cuadro N° 04. 12 ESTUDIO TÉCNICO BLANCOS Y UNIFORMES.	52
Cuadro N° 04. 13 ESTUDIO TÉCNICO CRISTALERÍA.....	52
Cuadro N° 04. 14 ESTUDIO TÉCNICO CUBERTERÍA.....	53
Cuadro N° 04. 15 ESTUDIO TÉCNICO LOCERÍA.	53
Cuadro N° 04. 16 ESTUDIO TÉCNICO UTENSILIOS DE COCINA.	54
Cuadro N° 04. 17 ESTUDIO TÉCNICO UTENCILIOS DE ASEO Y LIMPIEZA.	55
Cuadro N° 04. 18 ESTUDIO TÉCNICO UTENSILIOS DE SERVICIO	56
Cuadro N° 04. 19 ESTUDIO TÉCNICO INSTALACIONES DE APOYO.	56
Cuadro N° 04. 20 ESTUDIO TÉCNICO DECORACIÓN.....	57
Cuadro N° 04. 21 TOTAL DE ACTIVOS FIJOS.	57
Cuadro N° 04. 22 TOTAL DE ACTIVOS VARIOS.	57
Cuadro N° 04. 23 VEHÍCULO.	58
Cuadro N° 04. 24 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS	58
Cuadro N° 04. 25 DEPRECIACIÓN ACTIVOS VARIOS.....	58
Cuadro N° 04. 26 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	58
Cuadro N° 04. 27 TOTAL DEPRECIACIONES.	59
Cuadro N° 04. 28 SUELDOS Y SALARIOS.	60

Cuadro N° 04. 29 GASTOS ADMINISTRATIVOS	61
Cuadro N° 04. 30 MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA.....	61
Cuadro N° 04. 31 PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	61
Cuadro N° 04. 32 ESTADOS DE RESULTADOS.....	62
Cuadro N° 04. 33 BALANCE GENERAL.....	62
Cuadro N° 04. 34 BALANCE GENERAL PROYECTADO	63
Cuadro N° 04. 35 MATERIA PRIMA PRODUCTOSEEN GENERAL.....	67
Cuadro N° 04. 36 MATERIA PRIMA FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS.	68
Cuadro N° 04. 37 MATERIA PRIMA POLLO, CARNES Y MARISCOS.....	69
Cuadro N° 04. 38 TOTAL DE MATERIA PRIMA	70
Cuadro N° 04. 39 COSTOS DE VENTAS.	70
Cuadro N° 04. 40 PLAN DE MARKETING.	94
Cuadro N° 04. 41 VARIABLES ANALIZADAS PARA DETERMINAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	96
Cuadro N° 04. 42 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.	99
Cuadro N° 04. 43 ESTRATEGIAS DE MARKETING GASTRONÓMICO EMPLEADAS EN EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE TIPO GOURMET EN LA CIUDAD DE MANTA. ...	101

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura N° 02. 1 HILO CONDUCTOR.....	7
Figura N° 02. 2 DIAGRAMA DE FLUJO ORGANIZACIÓN DE RESTAURANTES GOURMET.	16
Figura N° 04. 1 METODO CAUSA-EFECTO.....	34
Figura N° 04. 2 DIAGRAMA DE FLUJO EN EL PROCESO DE RESTAURACIÓN.	71
Figura N° 04. 3 ORGANIGRAMA DE TALENTO HUMANO.	72

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla N° 04. 1 PROCEDENCIA O RESIDENCIA ACTUAL.....	38
Tabla N° 04. 2 TIPO DE GENERO	39
Tabla N° 04. 3 PROFESIÓN	39
Tabla N° 04. 4 RANGO DEEDAD	40

Tabla N° 04. 5 NIVEL DE ESTUDIO	40
Tabla N° 04. 6 ESTADO CIVIL.....	41
Tabla N° 04. 7 FRECUENCIA DE VISITA DE RESTAURANTES GOURMET	42
Tabla N° 04. 8 ELECCION DE RESTAURANTE GOURMET	42
Tabla N° 04. 9 PREFERENCIA DE COMIDAS	43
Tabla N° 04. 10 FRECUENCIA DE VISITAS.....	44
Tabla N° 04. 11 GASTOS POR PLATO	44
Tabla N° 04. 12 RECOMENDACIÓN A PROPIETARIO.....	45

CONTENIDO DE ANEXOS

ANEXO 1-A. MAPA DE LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN DEL RESTAURANTE COSTA EN LA VIA BARABASQUILLO.....	125
ANEXO 1-B. MAPA DE LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE MANTA.....	126
ANEXO 2. FOTOS DEL INTERIOR DEL COSTA RESTAURANTE EN DIGITAL.	127
ANEXO 3. FOTOS EN DIGITAL DEL EXTERIOR DEL COSTA RESTAURANTE.	131
ANEXO 4. VISTA SUPERIOR DE COSTA RESTAURANTE EN EL PLANO.	133
ANEXO 5. FOTOS DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DEL RESTAURANTE.....	134
ANEXO 6. FOTOS RESTAURANTE EN FUNCIONAMIENTO RESTAURANTE...138	
ANEXO 6-A. NORMAS HACCP.....	140
ANEXO 6-B. DEFINICIONES EN LAS NORMAS HACCP	161
ANEXO 6-C. SECUENCIA LÓGICA PARA LA APLICACIÓN DEL SISTEMA HACCP...164	
ANEXO 7. ARBOL DE SECUENCIA DE DECISIONES PARA IDENTIFICAR LOS PCC.	165
ANEXO 8. EJEMPLO DE FORMATO DEL SISTEMA HACCP	166
ANEXO 9. FORMATO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS.....	1669

RESUMEN

El diseño de un restaurante gourmet surgió como una idea para potenciar la comida manabita y para llevarlo a cabo se seleccionó como campo de estudio a la ciudad de Manta, puesto que ésta ha experimentado un gran crecimiento, especialmente en el campo turístico, lo que favorece enormemente a la aplicación de esta idea. Para poderla realizar se encuestó a los pobladores de la ciudad y a turistas; la mayor parte de los encuestados fueron mujeres, las cuales oscilan entre 18 a 28 años y que cuentan con estudios superiores. Y mediante el programa SPSS se tabularon los resultados de las mismas dando como alcance un alto grado de aceptación en la implementación de un restaurante gourmet destinado a potenciar los sabores manabitas, especialmente los ancestrales y tradicionales de esta región del país. Por tal motivo el diseño de un restaurante gourmet aplicando todas las normas de manipulación y conservación de alimentos y de funcionamiento de locales, se convierte en un eje económico en donde se aprovecha el potencial gastronómico de la comida manabita, no solo en la ciudad de Manta, sino con miras de posesionar a Manabí como una provincia que fusiona lo bueno de sus tradiciones con la sofisticación de lo elegante; ya que los valores de las encuestas indican que la preferencia de los comensales se inclina hacia la comida ecuatoriana y que no les incomodaría pagar entre 10 y 15 dólares por un plato de comida tipo gourmet, más aun en un ambiente agradable y exquisito.

PALARAS CLAVE: Restaurante, gourmet, comida, manabita, Manta

ABSTRACT

The design of a gourmet restaurant emerged as an idea to enhance the food manabita and to carry it out was selected as the study area to the city of Manta, since it has experienced tremendous growth, particularly in the tourism field, which favors greatly to the implementation of this idea. So that it can perform surveyed city residents and tourists, the majority of respondents were female, which range from 18 to 28 years and with higher education. And using SPSS results were tabulated as giving them achieve a high degree of acceptance in the implementation of a gourmet restaurant designed to enhance the flavors Manabi, especially the ancient and traditional of this region of the country. Therefore the design of a gourmet restaurant to apply all standards of food handling and preservation and operation of local, becomes an economic hub where harnesses the potential manabita gourmet food, not only in the city of Manta but with a view of Manabi Place the positive to a province that blends the beauty of their traditions with the sophistication of the elegant, since the values of the surveys indicate that preference leans diners Ecuadorian food and they do not bother 10 to pay \$ 15 for a gourmet meal, especially in a warm and delicious.

KEY WORDS: Restaurant, gourmet, food, manabita, Manta.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La gastronomía en el Ecuador es muy variada, ya que cada una de sus provincias ofrece productos y platos típicos que conjugan cultura y tradición, creencias y valores, brindando su historia a través de una diversidad de aromas, colores y sabores incomparables y es por esto que en Ecuador, se ha convertido en una fuente generadora de divisas para todos los sectores que se involucran en esta actividad. Pero para lograr que los sectores se desarrollen de una manera adecuada en cuanto al turismo gastronómico, los empresarios amantes de la cocina, utilizan varias formas para dar a conocer los productos con que cuenta cada región, que tienen como objetivos fundamentales, el rescate de los ingredientes autóctonos en la preparación de platos, concienciar sobre el enorme potencial que existe en el país y coadyuvar en la promoción de la gastronomía del Ecuador, las cuales tienen gran acogida por visitantes y turistas; una de las opciones de darse a conocer son los restaurantes gourmets de comidas nacionales e internacionales; los hay en hoteles y en las zonas más exclusivas, igualmente a la orilla de la playa que en ciudades coloniales o grandes urbes, es común encontrar entre la oferta de restaurantes gourmets, los restaurantes de especialidades, que tienen como su principal característica la sofisticación de algunos de sus platos y a veces, la sencillez mezclada con algunas combinaciones de sabor. Pero a pesar de tanta variedad existente no se está aprovechando el potencial gastronómico ecuatoriano.

Manabí se distingue por su gastronomía propia, variada y especial. Gran parte de los platillos son a base de mariscos, plátano, maní, queso y finas especias. Además en la provincia hay gran demanda de turistas que viajan solo por degustar la gastronomía típica de cada cantón, pero aun así con todas las bondades que la comida manabita ofrece no se ha podido constatar un restaurante que se dedique a crear o presentar los platos de una forma más sofisticada (gourmet).

En el caso particular de la ciudad Manta, el cual es uno de los rincones turísticos más importantes de nuestro país, puerto de los cruceros más lujosos del mundo y obviamente destino de un sin número de turistas, una de las debilidades que se puede notar es el hecho de no contar con un restaurante gourmet, que mezcle el delicioso sabor de la gastronomía manabita, de olla de barro y hojas de plátano con la exquisita decoración y la refinada presentación de los platos a servirse.

Es por ello que se ha planteado la siguiente interrogante: ¿Cómo aprovechar el potencial gastronómico de la comida manabita?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El presente trabajo tiene como meta principal, fortalecer el recurso gastronómico de la comida Manabita, lo cual beneficiará a que esta provincia se posicione como una de las principales a nivel nacional, teniendo como principal punto de referencia al cantón Manta como prestador de servicio gourmet de comida manabita.

El informe de la investigación podrá ser utilizado, como documento guía o referente para futuras tentativas de implementación de restaurantes similares, pero con culturas gastronómicas de otras provincias o localidades.

1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Existen carencias de metodologías para el diseño de un restaurante gourmet por lo que este trabajo investigativo se basó en la recopilación directa de la información en las fuentes, en el análisis y en la tabulación de datos en base a las preferencias y exigencias de los comensales con el afán de desarrollar en una determinada área del país un restaurante de comida manabita tipo gourmet y de acuerdo a su realidad turística y crecimiento actual; atendiendo a lo anterior, la ciudad de Manta es la seleccionada para el desarrollo del proyecto, por lo que esta es una metodología fácilmente replicable.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El diseño de un Restaurante de Comida Gourmet, ha sido todo un éxito en los lugares turísticos en donde se han llevado a cabo; por ejemplo, el Restaurante de Comida Gourmet Ecuatoriana, ubicado en el barrio madrileño de Salamanca

en Madrid, España, cuenta con una gran cantidad de clientes y ha hecho conocer a nuestro país en la madre patria. El fundamento del proyecto es concordante con la realidad actual del área de establecimientos que ofrecen alimentos en la ciudad de Manta.

Sin duda este proyecto ayudará también a elevar el turismo en la provincia. Con la creación del restaurante de comida gourmet manabita, se impulsará la creación de este tipo de establecimientos en otras zonas de Manabí y del Ecuador. El negocio de alimentos y bebidas es una actividad muy rentable y productiva que obtiene ganancias en altos porcentajes y que elevaría la calidad de vida de sus habitantes y, por supuesto, crearía plazas de trabajo y, lo más importante, se ayudará a potenciar al puerto turístico de Manta, no solo en el país sino también en América.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un restaurante gourmet de comida manabita, para contribuir al desarrollo del potencial gastronómico en el cantón Manta, provincia de Manabí.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

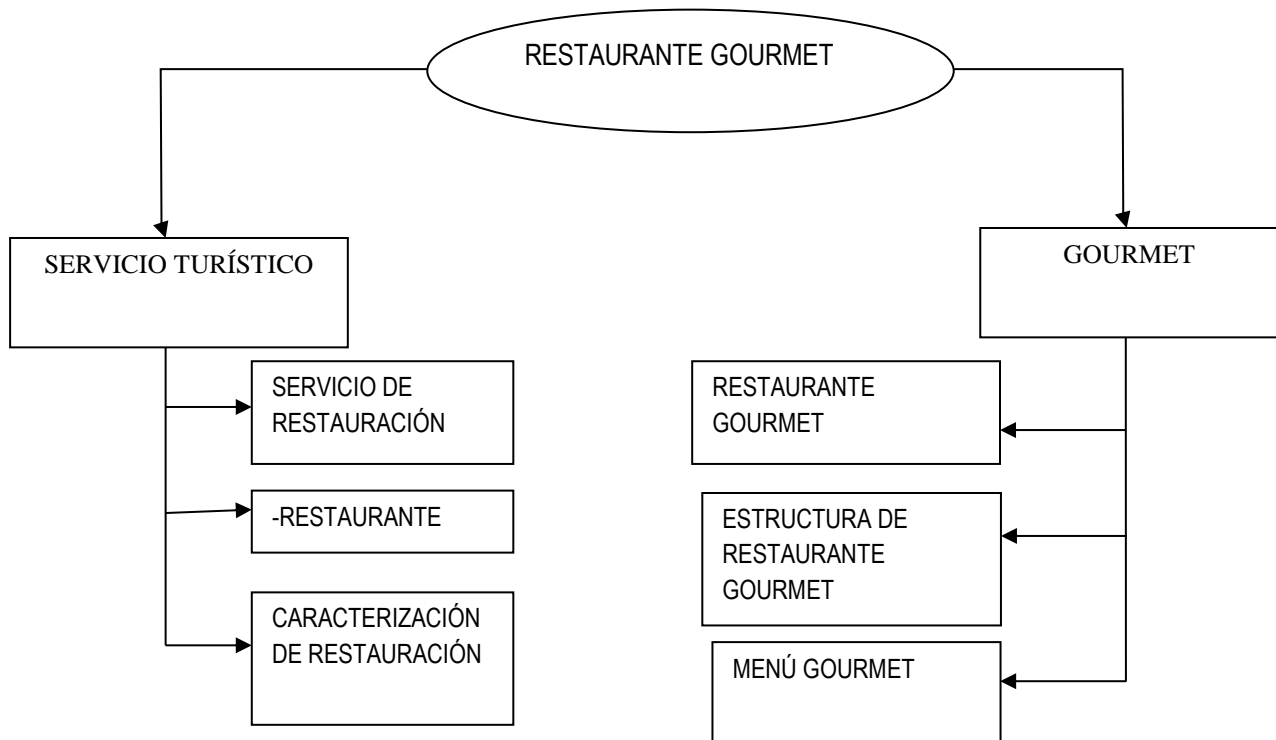
- Sistematizar los preceptos teóricos referidos a la modalidad de restauración gourmet.
- Describir un procedimiento metodológico para el diseño de un restaurante gourmet de comida manabita.
- Describir la propuesta de diseño de un restaurante gourmet en el cantón Manta, provincia de Manabí.

1.4. HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEA A DEFENDER

Mediante el diseño de un restaurante gourmet se aprovecharía el potencial gastronómico de la comida manabita en la ciudad de Manta.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Figura Nº 02. 1 *HILO CONDUCTOR*



FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

2.1. MARCO CONCEPTUAL

2.1.1 SERVICIO TURÍSTICO

Ramallo J.M. (2008) define a los servicios turísticos como el conjunto de prestaciones que complementan el producto principal y que permiten el desarrollo de la actividad turística integral. Los servicios turísticos son bienes y servicios puestas a disposición del viajero como: el transporte, el alojamiento, la restauración, las actividades recreativas, etc. Es decir, el abanico de oportunidades entendidas como ofertados productos ofrecidos al consumidor.

De acuerdo con Goleldn & Ritchie (2008) el turismo es actualmente una de las industrias más grandes en el mundo, está formada por múltiples segmentos principales como el de la hospitalidad, transportación, restauración, agencias de viajes, centros comerciales. Influye una serie de actividades históricas, culturales, de aventura, deportiva, de recreación, de entretenimiento entre otras.

Es el conjunto de interacciones como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. (Goleldn & Ritchie, 2008)

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores. (Goleldn & Ritchie, 2008)

El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero. (Goleldn & Ritchie, 2008)

Para Ferrán A. (2009) el servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

2.1.2 SERVICIO DE RESTAURACIÓN

Por otra parte Kotler, Bloom y Hayes (2008) consideran que un servicio puede relacionarse o no con la creación de un producto físico, dando que son de naturaleza intangible.

Según Morfin (2009), el servicio de restaurante es la apropiada conjunción de lo intangible, es decir de lo que no se puede ver o tocar como la atención y la amabilidad, y lo tangible, como los alimentos y bebidas. Por otra parte Powers y Barrows (2008) sugieren que el servicio puede ser definido por el cliente como el desempeño y actuación de los empleados de un restaurante.

Según Zeithaml & Bitner (2007) los servicios son acciones, procesos y ejecuciones. Dicho de otra manera, el servicio cobra significado para el cliente a través de las actividades de análisis de los problemas, las reuniones. Por otra parte Vélez. N, (2009) menciona que los servicios son originalmente intangibles y perecederos relativamente rápidos, y son actividades en donde su compra se realiza en un proceso de interacción dirigido a crear clientes satisfechos, pero durante esta interacción el consumo no siempre lleva una posesión material.

Stanton. A, 2009 afirma que el servicio es intangible, y no se puede almacenar, ya que produce una medida que se consume lo cual elimina la posibilidad de inspección como medio de control de calidad. La producción de servicio requiere mayor grado de costumbre, ya que se debe dar el servicio a la medida del cliente, porque cada uno de ellos tiene necesidades diferentes.

Para Stanton, A. (2009), define los servicios “como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos y necesidades”; en el mismo año Kotler, Bloom y Hayes, afirman que: “un servicio es una obra, una realización un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo”. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. Como lo mencionaba Stanton A. (2009), los servicios son todas las actividades

que son el objeto de un intercambio entre el prestador de servicio y el cliente, cuya finalidad es brindar la satisfacción de las necesidades del mismo.

2.1.3 RESTAURANTE

La Real Academia Española (2009) en su diccionario define a un restaurante como: “establecimientos público donde sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local”. De acuerdo con Morfin (2007) los lugares para comer y beber ocupan un segmento amplio que es rentable y redituable en gran medida se lleva de la mano con una buena administración. En restaurante lo único que se vende no es el servicio sino también un producto, el cual es representado por las comidas y las bebidas que se sirven en los establecimientos, la forma en que es entregado el producto es el servicio que consiste en atender a los clientes desde su llegada hasta su partida creando una experiencia placentera

Serrano, JB. (2007) define todo el ramo de restaurantes, fondas, cafeterías, cocinas económicas, cantinas, bares, como los lugares donde se sirve y atiende a las personas que acuden a consumir alimentos preparados, bebidas incluyendo cafés, vinos, licores y cervezas.

El Blog de cocina (2007) dice que se comprende todos los establecimientos cualquiera que sea su denominación que sirvan al público mediante un precio, bebidas y comidas para ser consumidas en un mismo local.

2.1.4 CARACTERIZACIÓN DE RESTAURACIÓN

Para Ortiz, S (2007) “El concepto de la cultura alimentaria hace referencia al complejo entramado de prácticas de conocimientos, valores y creencias, técnicas y representaciones sobre qué, cuándo, cómo, con quién, y porqué se come lo que se come en una determinada sociedad”.

Como afirma Ferrán A. (2009) “hoy con .los progresos de la comunicación, la cocina ya no es un monopolio europeo o americano”. El mundo es grande. China, Japón, Brasil...el futuro nos permitirá compartir las culturas: es lo contrario de la globalización”

La gastronomía de cada país está ligada a su cultura, siendo un reflejo de la forma de ver el mundo de cada lugar; lo mismo se puede afirmar de una época o de la importancia de una civilización. Por traer a colación la observación ya referida de Tácitico, respecto a la traída de los alimentos básicos del mundo mediterráneo: el trigo, la vid y el olivo, y que esta disposición era fundamental para diferenciar los civilizados de los bárbaros. (Ferrán A. 2009)

Así pues existen productos e ingredientes básicos que son distintivos de cada cultura y, en consecuencia, Philippe. R. (2012) acuñó el término “principio del sabor” o “principio sávido, que en virtud del cual cada cocina “tradicional” se conserva y distingue en sus sabores y formas básica de preparación. Se trata de las pequeñas combinaciones y sabores.

De acuerdo a lo expuesto por Philippe. R. en 2012, la tradición gastronómica europea, académica o como se denomina la Alta cocina o cocina gourmet, proviene de Francia y se consolidó con la aparición y proliferación de las salsas, clasificadas en el siglo XVII por Escoffier y Carême.

La cultura occidental y las otras culturas, llamadas cada vez menos “exóticas” y también entre la tradición gastronómica europea de la alta cocina y la cocina gourmet, versus la culinarias de las culturas no europeas, las cocinas regionales y locales, y las tradicionales populares que se reflejan en los recetarios familiares en esas comidas caseras, son muchos de ellas sencillas, conservadas y transmitidas por familias y familiares del mundo entero. (Philippe. R. 2012)

Con respecto al Ecuador son bastante características las comidas donde se sirven una gran diversidad de legumbres, hortalizas, granos, tubérculos – que se encuentran en algunas preparaciones junto al queso- y en este sentido,

algunos gastrónomos y personalidades como el escritor Abdón Ubidia (2007) y el fotógrafo Pablo Corral (2007), opinan que la principal virtud de la cocina ecuatoriana se encuentra en sus sopas. En este sentido Corral se expresa en una entrevista a Alfonso Reece para el gourmet .com.

2.1.5 GOURMET

Gourmet es un vocablo francés traducido por la RAE como: gourmet es un vocablo francés traducido por la RAE como: “persona entendida en Gastronomía o persona aficionada a las comidas exquisitas”. Un término muy utilizado, a veces abusado, que puede interpretarse de diferentes maneras. Entre las muchas definiciones que pueden encontrarse se dice que un gourmet es “alguien con un paladar exigente que entiende cuando toma una buena comida”; “una persona que busca delicadeza y refinamiento en los placeres de la mesa”; “todo aquel que conoce los secretos del buen comer”; “una persona con gusto delicado y exquisito paladar, conocedor de los platos de cocina significativamente refinados”. (DRAE, 2007)

Según la Real Academia Española **"gourmet"** es **sinónimo de "gastrónomo"**, es decir, "una persona entendida en gastronomía" o “aficionada a las comidas exquisitas”. (DRAE, 2007)

Es una persona con gusto delicado y exquisito paladar, conocedor de los platos de cocina significativamente refinados, que tiene la capacidad de ser catador de talentos de gastronomía al probar el nivel de sabor, fineza y calidad de ciertos alimentos y vinos. (DRAE, 2007)

2.1.6 RESTAURANTE GOURMET

Para Phillips and Peterson, (2007) el restaurante gourmet implica que desde la cosecha de los alimentos hasta la preparación, presentación y servicio, se

cuenta con alta calidad, donde el consumidor pueda sentir que todo a su alrededor está cuidadosamente escogido y diseñado para su satisfacción. Este tipo de restaurante ofrece los productos "a la carta" o escogiendo de un "menú" exclusivamente elaborado por el chef principal del lugar, quien requiere siempre en su cocina de los más exquisitos productos para dar gusto al paladar de los comensales que apetecen de finos platos, de acuerdo a la especialidad que establezca el restaurante. Al ofrecer alta calidad en los productos y el servicio, el costo del plato puede ser relativamente costoso, pero quien apetece de calidad y buena mesa no repara en el precio de la comida.

Otra definición es la de Philippe. R. (2012), que indica que es el lugar en el cual el consumidor puede sentir que todo a su alrededor está cuidadosamente escogido y diseñado para su satisfacción,

Para Curtis *et al*, (2008) una característica importante de éstos lugares radica en la procedencia de los alimentos utilizados, ya que según un estudio de la Universidad de Nevada, Estados Unidos, los chef de la localidad, expresan estar interesados en productos propios de la comunidad, frescos y de acuerdo a su estacionalidad, pagando un alto precio, solo por obtener una buena cantidad y una magnífica calidad. Además argumentan que requieren poder planear sus menús de acuerdo a la disponibilidad de productos en las localidades, lo que implica una relación eficiente y eficaz entre proveedor-cliente. Por lo que Cruz (2010) argumenta que un menú con platos exquisitos, debe estar elaborado con materia prima de excelente calidad, en un ambiente de muy buen gusto, excelente decoración y servicio minucioso.

2.1.7 ESTRUCTURA DE RESTAURANTE GOURMET

La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar,

formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz. (Donovan & Rossiter 2010)

Otro punto de vista que Donovan & Rossiter (2010) dan es que el estudio organizacional permite identificar y cuantificar el talento humano requerido para el desarrollo de mi proyecto. Así como definir qué tipo de organización deseo constituir La estructura organizacional es el patrón de diseño o modelo con el que se organiza una entidad a fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado.

Para seleccionar una estructura adecuada es necesario comprender que cada empresa es diferente y puede adoptar la estructura organizacional que más se acomode a sus prioridades y necesidades (es decir, la estructura deberá acoplarse y responder a la planeación). Además “debe reflejar la situación de la organización – por ejemplo, su edad, tamaño, tipo de sistema de producción el grado en que su entorno es complejo y dinámico, etc.” (Donovan & Rossiter 2010)

Referente a la influencia del ambiente sobre el comportamiento de las personas, por otra parte menciona Donovan & Rossiter (2010) que “la influencia del ambiente en el comportamiento ha sido desconocida por paisajistas, arquitectos y diseñadores de interiores y ocasionalmente ha sido reconocida por vendedores minoristas” (p.34), sin tomar en cuenta la importancia que tiene esta herramienta de mercadotecnia; sin embargo se ha llevado a cabo estudios o modelos al respecto para investigar dichos efectos que pudiera provocar el ambiente en el comportamiento; tal es el caso del modelo Mehrabian-Russell, el cual se basa en la psicología ambiental.

Philippe Regol (2012) el Confort ambiental, acústico, lumínico, ergonomía del mobiliario o de la vajilla...son algunos factores extra culinarios que pueden potenciar o fastidiar cualquier experiencia gastronómica, por modesta que sea. A todas las dificultades que conlleva para el cocinero concebir y realizar un plato interesante y rico, se añaden algunas que no puede controlar directamente. Su jefe de sala es, en muchos de estos aspectos, el que podrá

hacer llegar este plato en las mejores condiciones a la mesa, pero aun así quedan muchos campos que tampoco son de su incumbencia.

Para La Organización Mundial de la Salud (2009), define el confort como "Un estado de Bienestar Físico, Mental y Social".

Podemos decir que entendemos por confort como un conjunto de acciones destinadas a hacer sentir cómodo y relajado al paciente dentro de las circunstancias de un ingreso.

Según el Glosario de Turismo de Negocio de la Secretaria de Turismo SECTUR (2008) manifiesta: Que las actividades que incluye la ambientación son las bases para crear ambientes cómodos que vayan acorde con las personas que interactúan en él y sobre todo para comunicar lo que el empresario necesita.

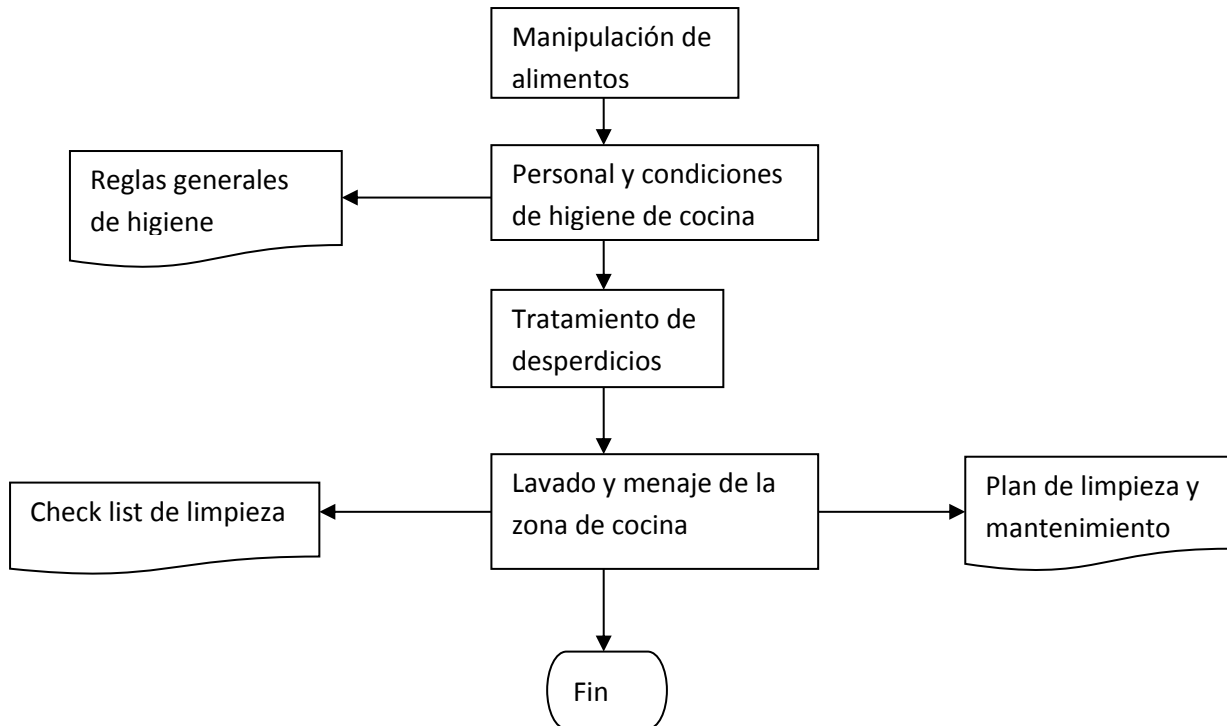
Serrano, JB. (2007) menciona que Kart Lewin "hizo una profunda contribución a la psicología ambiental – personal, sugiriendo explícitamente que el comportamiento de una persona es una función de la persona y del ambiente" (p.vii), con ello se retorna los efectos que pueden tener una atmosfera creada en un establecimiento, ya sea oficina, hogar, hotel, empresas o restaurantes.

Según Ramallo, JM. (2008) El confort debe ser una meta buscada en forma constante. Si nuestros clientes perciben nuestra preocupación estaremos transmitiendo en forma correcta la idea de que siempre estamos pensando en él. El cliente debe sentirse como en su casa o mejor, y nuestra misión es lograrlo. Él lo recordará y querrá volver.

El tipo de organización o de empresa que consideramos podría corresponder una sociedad anónima simplificada, puesto que en el momento de iniciar el proyecto cada uno de los integrantes del grupo gestor puede aportar tantos bienes muebles, inmuebles y/o dinero, además de todos los conocimientos adquiridos.

DIAGRAMA DE FLUJO

Figura Nº 02. 2 . DIAGRAMA DE FLUJO ORGANIZACIÓN DE RESTAURANTES GOURMET.



FUENTE: HENRRY COVEÑA Y BETTY LOOR

2.1.8 MENÚ GOURMET

De acuerdo a la definición del Diccionario Larousse (2007) es la “lista de platos que constituyen una comida”. Hoy en día se considera al Menú como un “vendedor silencioso”, razón por la cual se busca cuidar no solo su aspecto sino también su contenido a fin de proporcionar al cliente una experiencia agradable y no una situación de confusión.

Rocco y Andrew, (2008) determinan que menú gourmet es aquella carta en cuyos restaurantes de especialidades, se enfocan en una sola corriente

culinaria o ingrediente, como carnes, pescados o mariscos. También caen en esta clasificación los restaurantes étnicos.

Según Monroy de Sada, P. (2007), se denomina Menú a la lista de platos que componen una comida y, por extensión, al papel o cartulina donde están escritos.

El DRAE. (2009) Es el Conjunto de platos que constituye una comida. Es la carta del día donde se relacionan las comidas, postres y bebidas.

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 INTRODUCCIÓN

Para la realización de este proyecto se plantearon cinco fases, las cuales consistieron en etapas, cada una con una métodos y técnicas a emplear; entre ellas tenemos el estudio preliminar que consistió en una descripción breve de las características generales y socioeconómicas de la provincia de Manabí, y se recopiló información de los restaurantes en la ciudad de Manta. Una vez analizada la problemática se definió los elementos positivos y negativos del caso de estudio para lo cual se usaron técnicas como la observación de campo (se realizó una visita a la Dirección de Turismo de Manta) y se aplicó el método causa-efecto.

La segunda fase involucro un diagnóstico de los elementos de la demanda y oferta gastronómica, entre los cuales se analizó los elementos de la competencia en la restauración y las preferencias y expectativas de los consumidores, a través de la aplicación de encuestas.

La tercera fase se basó en un estudio técnico viendo las características de ubicación, estructura del local, equipamientos, características y diseño del restaurante gourmet, estándares de seguridad y en un diagrama de flujo en el proceso de restauración, para lo cual se requirió la asesoría de profesionales en diversas áreas como arquitectura e ingeniería civil; diseño de interiores y exteriores y compra de instrumentos, equipos, menajes, lencería, etc.

En la cuarta fase se realizó la gestión del servicio de restauración gourmet, para lo cual se efectuó el plan de estrategia organizacional dentro de lo que involucro el proceso de restauración y sus elementos inclusive el plan de marketing y elaboración del menú teniendo en cuenta las normas de seguridad alimentaria. Por lo que se realizaron diagramas de flujo, organigramas y otros.

La quinta y última fase, que correspondió a la legislación turística, abarco los requisitos para la constitución legal y el tipo de empresa, mediante la solicitud

de registro, de alojamiento, alimentos y bebidas de la Dirección Municipal de Turismo de la ciudad de Manta.

3.2.- DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Cuadro Nº 03. 1 ESTRUCTURA METODOLÓGICA

FASES	ETAPAS	MÉTODOS Y TÉCNICAS
FASE I ESTUDIO PRELIMINAR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Características generales y socioeconómicas de Manabí 2. Recopilación de información de los restaurantes gourmets de la ciudad de Manta. 3. Análisis de la problemática. 4. Definición de los elementos positivos y negativos del caso de estudio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de campo. • Visita a la Dirección de Turismo de Manta. • Aplicación del método causa efecto.
FASE II DIAGNÓSTICO DE LOS ELEMENTOS DE LA DEMANDA Y OFERTA GASTRONÓMICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de los elementos de la competencia en restauración. 2. Análisis de las preferencias y expectativas de los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerzas que mueven la competencia en el sector de restauración. • Aplicación de encuestas y cuestionarios.
FASE III ESTUDIO TÉCNICO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Características de ubicación. 2. Estructura del local. 3. Equipamiento. 4. Características y diseño del restaurante gourmet. 5. Estándares de seguridad 6. Diagrama de flujo en el proceso de restauración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio con un profesional en arquitectura, e ingeniero civil. • Instrumentos, equipos, menajes, muebles, lencerías. • Diseño de interiores y exteriores. • Aplicación de estándares de seguridad integrada.
FASE IV GESTIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN GOURMET	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proceso de restauración y sus elementos. 2. Plan estratégico organizacional. 3. Talento humano. 4. Plan de marketing. 5. Seguridad alimentaria. 6. Elaboración del menú 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de flujo • Presupuesto • Organigrama • Publicidad, plaza, promoción y productos • Misión y Visión
FASE V LEGISLACIÓN TURISTICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de empresa. 2. Requisitos para la constitución legal. 	Solicitud de registro de alojamiento, alimentos y bebidas, de la Dirección Municipal de Turismo del Cantón Manta.

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

3.2.1 ESTUDIO PRELIMINAR

Etapa 1: Características generales y socioeconómicas de Manabí.

A través de la cámara de comercio de la ciudad de Manta se obtuvo la información sobre todas las características de la provincia y de la ciudad incluyendo desde las tradiciones hasta la vestimenta de la cultura popular manabita.

Etapa 2: Recopilación de información de los restaurantes gourmets de la ciudad de Manta.

Para desarrollar el procedimiento de la recopilación de información de los restaurantes gourmet se aplicó la observación de campo y se realizó una visita a la Dirección de Turismo de Manta, especificando que la propuesta se diseñó porque en dicha ciudad no hay restaurantes gourmet de comida manabita, solamente de comida internacional y de ellos se recopiló información para analizar similitudes respecto a precios y tarifas de servicios.

Etapa 3. Análisis de la problemática

Para el análisis de la problemática se aplicó el método causa efecto.

Etapa 4. Definición de los elementos positivos y negativos del caso de estudio.

Para realizar la definición de los elementos positivos y negativos del caso de estudio se aplicó el método de causa y efecto, el cual permite establecer cuáles son los recursos, el talento humano y el mercado que posee el cantón en el ámbito turístico-gastronómico y por lo consecuente establecer los efectos que son varios como la falta de emprendimiento, deficiente conocimiento y un mercado competitivo; mediante la aplicación de la técnica del análisis descriptivo en base a los documentos bibliográficos obtenidos a partir de la investigación de campo y a la observación de los recursos y atractivos del cantón, y a su vez desarrollar estrategias para solucionar o mejorar las especias.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Observación de campo

La técnica de la observación de campo se empleó con la finalidad de obtener información referente a los establecimientos de restauración existentes en el cantón Manta y a las preferencias de los clientes.

Visita a la Dirección de Turismo de Manta.

Esta actividad se realizó con la finalidad de obtener todo tipo de información en el ámbito turístico desde lo histórico-cultural hasta lo geográfico y climático, con el fin de sustentar la propuesta.

Aplicación del método causa efecto.

Se realizó para determinar las razones de por qué no existe un restaurante gourmet de comida manabita.

3.2.2 DIAGNÓSTICO DE LOS ELEMENTOS DE LA DEMANDA Y OFERTA GASTRONÓMICA

Etapa 1. Análisis de los elementos de la competencia en restauración

El diagnóstico de los elementos de la demanda y oferta incluye dos etapas que permiten su descripción y evaluación.

Constituye un registro y valoración del estado de todos los elementos que por sus cualidades naturales y culturales, pueden constituir una motivación para el turista, entre ellas está valorar las fuerzas que mueven la competencia en el sector de restauración

Etapa 2. Análisis de las preferencias y expectativas de los consumidores.

Una de las técnicas para realizar el análisis de las preferencias y expectativas lo constituye la aplicación de encuestas y cuestionarios a los gestores locales de la economía y en particular del turismo.

Se realizaron encuestas utilizando el muestreo no probabilístico por cuota. La técnica de encuesta seleccionada, responde a una estrategia basada en recolección de información que ofrece una población específica sobre un tema establecido. Para su instrumentación fue necesario combinar preguntas y sondeos de opinión con el interés de conocer las tendencias sobresalientes, limitando los interrogantes a un cuestionario pre codificado, que distingan hechos subjetivos, actitudes y opiniones.

Las interrogantes fueron elaboradas en base a preguntas estandarizadas y cerradas, referidas a hechos, acciones, sucesos concretos o comprobados, con contenidos relevantes, breves y comprensibles, sin insinuación y orientados al encuestado a emitir juicio de opinión.

El desarrollo de la actividad de materializar la encuesta, se basó tomando una muestra no probabilística de la población al azar, porque en este tipo de muestreo las unidades no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por el responsable de realizar el muestreo. Ya que solo se ha tenido en cuenta una parte de la sociedad, la cual no representa a todos los sectores del cantón Manta.

Los datos y variables utilizados obedecen a seleccionar individuos que respondan a cuestiones determinantes que nos servirán para establecer la potencial demanda del servicio a prestar.

A este respecto, algunas variables como: sexo, posibilitará conocer quiénes son proclives a utilizar el servicio ofrecido; edad, nos permitirá determinar la magnitud e inclinaciones del segmento predispuesto; procedencia, nos ayudará a tener una idea tentativa de donde provienen las personas que visitan la ciudad.

Las restantes variables fueron orientadas a obtener información sobre conocimientos específicos en la población, referidos a aspectos puntuales al desarrollo del servicio propuesto. Las mismas tienen por objeto orientarnos en la determinación de la planificación del diseño y desarrollo del servicio a prestar con el fin de satisfacer las expectativas de los consumidores.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Fuerzas que muevan la competencia en el sector de restauración.

Las fuerzas que mueven este sector según Porter (1987), citado por Caro M. (2008), son principalmente: los competidores actuales que influyen sobre el precio, la inversión, los productos, la publicidad y la fuerza de ventas; los proveedores y los clientes.

Aplicación de encuestas y cuestionarios

Las encuestas se realizaron para recoger los diversos criterios de los pobladores acerca de la restauración en el cantón Manta, los principales restaurantes, los servicios y cartas que ofrecen, costos, ubicaciones, etc.

3.2.3 ESTUDIO TÉCNICO

Etapa 1: Características de la ubicación

El proyecto busca potenciar la gastronomía manabita en el cantón Manta mejorando la oferta turística del mismo, mediante el diseño e implementación de un restaurant gourmet, para lo cual se realizó un estudio con un profesional en arquitectura, y un ingeniero civil sobre cuál sería el espacio físico ambientado más adecuado para la implementación del restaurante gourmet dentro de la ciudad de Manta.

Lo que se quiere es ofrecer al turista un servicio de calidad con calidez, para que pueda degustar de las distintas opciones culinarias de la provincia, dentro de la ciudad, sin ningún inconveniente en un ambiente de glamour y exquisitez. (Ver anexo 1-A y 1-B)

FICHA PROFESIONAL	
NOMBRES:	Arquitecto Iván Carreño
ESTUDIOS:	Estudio en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
LUGAR DE RESIDENCIA:	Manta
LUGAR DE ORIGEN:	Ciudad de Tena

Etapa 2: Estructura del local.

Las actividades relacionadas a estructura del local estuvieron guiadas por un arquitecto y un ingeniero civil que en conjunto con el inversionista del proyecto establecieron los ambientes idóneos que concuerden con la idea del servicio que prestará el restaurante gourmet. (Ver anexo 5)

Etapa 3: Equipamiento

El inversionista del proyecto cuenta ya con todos los Instrumentos, equipos, menajes, muebles, lencerías y demás que son de vital importancia en la implementación de un restaurante gourmet.

Etapa 4: Características y diseño de restaurante gourmet

Para realizar el diseño del restaurante gourmet se plasmó la idea del inversionista sobre el ambiente estratégico y el servicio que se prestaría en el mismo, que junto con la asesoría de los diseñadores de interiores y exteriores se conceptualizó como lo muestran las fotografías en 3D (Ver anexo 2, 3 y 4)

Etapa 5: Estándares de seguridad

Se aplicarán los estándares de seguridad integrada de acuerdo a lo establecido en la Norma Técnica Ecuatoriana para administrar un restaurante según los requisitos de competencias laborales que existan dispuestas por el INEN. Además se trabajó con las normas HACCP (Ver anexo 6-A y 6-B)

Etapa 6: Diagrama de flujo en el proceso de restauración.

Es la representación gráfica de cómo se manejará la estructura organizativa del restaurante.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Estudio con un profesional en arquitectura e ingeniero civil.

Se realizaron estudios técnicos de asesoramiento con el arquitecto encargado de la obra Iván Carreño.

Instrumentos, equipos, menajes, muebles, lencerías.

Todos los materiales que se emplearon constan en los cuadros, dentro de ellas están muebles desde los que se ubican en la cocina hasta los de uso de los clientes, mampostería, etc.

Diseño de interiores y exteriores.

El arquitecto encargado de la obra es el encargado de la decoración interna y externa, por lo que no se precisó de ningún decorador o personal extra.

Aplicación de estándares de seguridad integrada.

Para preservar la seguridad de todos los ámbitos en el diseño del restaurante, se tomó muy en cuenta las normas INEN y las internacionales HACCP.

3.2.4 GESTIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN GOURMET**Etapa I: Proceso de restauración y sus elementos**

Para realizar el proceso de restauración, el inversionista se enfocó en el servicio de comida que el restaurante iba a prestar, en este caso, comida gourmet, por lo que se dispuso a adquirir todos los enseres necesarios para equipar cada uno de los ambientes dentro del restaurante.

Etapa 2: Plan estratégico organizacional

Para la elaboración del plan estratégico organizacional se elaboró un organigrama con todo el talento humano a disponerse en el restaurante y sus respectivas funciones.

Etapa 3: Talento Humano

El gerente tiene la obligación social de crear su plataforma de trabajo con personal del cantón a los cuales capacitará y preparará de acuerdo a las situaciones de trabajo que se presenten.

Etapa 4. Descripción del plan de marketing

En esta etapa se definió qué productos y servicios se ofrecerían y cuáles serán las acciones y estrategias más viables para la promoción y publicación de los mismos, siendo así que se empezó con las definiciones básicas para lograr un mejor entendimiento.

Etapa 5. Seguridad alimentaria

Las normas sobre seguridad alimentaria constan como anexo (6-A). Ahí se especifica todos los procedimientos que tienen que realizarse para preservar la buena calidad de los productos y por lo consiguiente la satisfacción del cliente.

Etapa 6. Elaboración del menú.

La carta del menú constara de 11 entradas, 8 platos fuertes, 5 postres y una gama variada de bebidas, distribuido diariamente de la mejor manera y a gusto del chef a cargo.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Diagrama de flujo

Se utilizó el diagrama de flujo para visualizar a los empleados desde sus funciones hasta los reportes que cada uno de ellos debe realizar.

Presupuesto

Mediante la realización del presupuesto, se presentó de manera clara todos los ingresos y egresos a tener.

Organigrama

Se empleó esta técnica para presentar visualmente el plan de organización del talento humano en el restaurante

Publicidad, plaza, promoción y producto

Se utilizaron para conocer dónde, cuándo y cómo se van comercializar los productos.

Misión y visión

Como normas generales Para proyectar las aspiraciones y logros del establecimiento.

3.2.5 LEGISLACIÓN TURÍSTICA

Etapa 1. Tipo de empresa

El proyecto se constituirá como una empresa de responsabilidad limitada, de carácter privado ofreciendo un servicio público.

Etapa 2. Requisitos para la constitución legal

Los requisitos para la constitución legal se encuentran en la base de datos del Ministerio de Turismo, Dirección Provincial de Turismo, Cámara de Comercio de Manta.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

Los requisitos para la constitución legal de la empresa, dispuestos por la Dirección de Turismo de la Ciudad de Manta fueron cedidos por Isidro Rodríguez, operario en el I-tur Manta.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.- ESTUDIO PRELIMINAR

4.1.1.- CARACTERÍSTICAS GENERALES Y SOCIOECONÓMICAS DE MANABÍ

La provincia de Manabí está ubicada en la parte interior de las costas ecuatorianas, especialmente en los montes, así como también en las riberas de los ríos y carreteras. Limita con Esmeraldas al norte, Pichincha al este, Guayas al sur y este, El Océano Pacífico al oeste.

Manabí cuenta con 24 cantones: Portoviejo, Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jipijapa, Junín, Manta, Montecristi, Paján, Pichincha, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, Tosagua, 24 de Mayo, Pedernales, Olmedo, Puerto López, Jama, Jaramijó, San Vicente. Sus mayores elevaciones, alcanzan hasta 500 msnm, llamados localmente cerro de Paján, Puca, Montecristi, Los Liberales, La Canoa, Jama y Coaque. El río más largo de la provincia es el Daule, sin embargo, por atravesar una de las zonas más pobladas, el de mayor importancia es el Chone.

Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados y posee un clima subtropical entre seco y húmedo. La naturaleza ha sido pródiga con Manabí, posee montañas, ríos, lagos, cascadas, humedales, bosques seco tropical y húmedo, 350 Km. de playas, islas, cuevas, valles, colinas, etc.

Las principales actividades económicas son: la agricultura (cacao, café, banano, maíz, arroz, algodón, frutas); los recursos forestales; el ganado vacuno y porcino; la avicultura; las camaroneras; las agroindustrias (fabricación de grasas y aceites, confitería, químicos, papel, cerámica); la artesanía de paja toquilla y mimbre y la minería (calizas, arcilla, yeso). Manabí posee una excelente cocina regional, entre sus platos típicos encontramos: el viche (sopa

de pescado y maní), el sancocho (sopa de pescado y plátano), empanadas de verde (plátano), patacones (plátano), hayacas (versión costeña de los tamales serranos), cebiches (mariscos diversos), sal prieta (una especie de salsa, hecha con mantequilla de maní, harina de maíz y otros insumos), etc.

Manabí contribuye en mayor medida al PIB primario del país en el sector de la agricultura, caza y pesca. Esta notable contribución al PIB del sector primario se debe, principalmente, al dinamismo del sector pesquero extractivo-industrial, pesquero artesanal y camaronero (que genera más del 50% del PIB primario manabita).

Sin embargo, Manabí aporta apenas con el 6,3% al PIB nacional, cifra que contrasta con el 9,8% de la contribución provincial al total de la población nacional. El déficit del 3,5% para alcanzar la participación correspondiente al tamaño de la población pone en evidencia la profunda crisis y estancamiento por la que atraviesa el sector agropecuario. La precariedad de este sector se refleja en el mapa de la pobreza del Ecuador donde se incluyen muchas zonas rurales de Manabí, encabezadas por las otrora poderosas áreas cafetaleras del sur. Las exportaciones de los productos generados en la provincia representan el 8% del total nacional. De entre los mismos, el 6,7% proviene del sector pesquero, lo que implica que apenas el 1,3% de las exportaciones proviene de actividades que no son la pesca.

Según los resultados del Censo Agropecuario del año 2000, del 1 583 661 hectáreas que dispone la provincia, 323 348 (que constituyen el 20,4%) están dedicadas a cultivos permanentes, transitorios y barbechos (principalmente café, maíz, cacao, banano y plátano, cítricos, arroz, algodón, maní, yuca y hortícolas). Por otro lado, 835 964 hectáreas (que constituyen el 44% del total de la superficie de Manabí) son utilizadas para pastizales. Esta superficie ocupa el 67,3% del área cultivable y a duras penas alberga a alrededor de 783 600 cabezas de ganado vacuno (es decir, de 0,93 cabezas por hectárea). Por último, 340 632 hectáreas, o bien el 21,5% de la superficie provincial, corresponde a montes y bosques.

El puerto internacional de Manta ubicado en la provincia es el único puerto ecuatoriano de aguas profundas.

Geográficamente, constituye la ventana natural del país hacia el mundo ya que se encuentra a solo 25 millas náuticas de las rutas internacionales de tráfico marítimo, a 24 horas de navegación hasta el canal de Panamá y es el punto más cercano a los países del este de Asia.

Gracias a su extensa zona costera, otro sector económico importante desarrollado en la provincia es el turismo. Manta, Puerto López y Bahía de Caráquez se destacan como puntos turísticos de Manabí.

4.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN MANTA

RESEÑA HISTÓRICA

El conquistador Pedro Pizarro describió a Jocay como una ciudad grande, en la que se llegaba al templo por una gran avenida, a cuyos lados se levantaban estatuas de hasta 2.5 metro de altura, construidas en piedras, que representaban a sus jefes y sacerdotes, desnudos de cuerpos, por lo cual los conquistadores españoles las destruyeron. Manta fue asentamiento de la cultura Manteña, en los años 500 a 1526 después de Cristo. Los aborígenes llamaron al lugar Jocay, que en lengua maya significa “Casa de los Peces.” El hombre de esta tribu se caracterizaba por tener la nariz aguileña, que era perforada para ponerse narigueras, también se perforaban las orejas para adornarlas con orejeras. Se hacían deformaciones craneanas fronto-occipitales. Entre sus principales actividades destacan la agricultura, habiéndose encontrado terrazas agrícolas en los cerros de Hojas y Jupe.

También se dedicaron a la caza de venados, saínos, llamas, patos y al comercio. Se han encontrado gran cantidad de conchas, que fueron usadas para la fabricación de anzuelos y adornos. La mujer se dedicaba al cultivo del maíz, yuca, frejoles, ají, zapallo, maní, camote, piña, papaya, guanábanas, aguacates, chirimoya y a la elaboración de cerámica. La antigua

Jocay, según Marshall Saville, se extendió varios kilómetros por la orilla del Océano Pacífico. Numerosas ruinas de casas y templos se encuentran en los cerros Jaboncillo, Hojas y Bravo, lo que indica una población numerosa.

Los Mantas fueron politeístas. Cieza de León atestigua una gran religiosidad. Hacían sacrificios humanos y quemaban incienso en sus templos. Tenían una diosa con poderes curativos: era una esmeralda del tamaño de un huevo de avestruz a la que llamaban Umiña, y le ofrecían esmeraldas menores para recibir de ella salud. Se presume que tenían una diosa de la fertilidad, la que se encuentra en numerosas estelas de piedra, sellos y otras piezas de cerámica, llamada por los científicos Venus de los Cerros, DIOSA MADRE o DIOSA LUNAR.

Se dice que Manta fue fundada en 1534 por Francisco Pacheco y, en 1563, por el presidente Hernando de Santillán de la Real Audiencia de Quito, quien ordenó que se la fundara con el nombre de San Pablo de Manta.

Manta fue parroquia de Montecristi por muchos años. La idea de cantonización surgió un 8 de julio de 1922 y se pensó en firme con la integración del primer comité. Las gestiones se iniciaron con Wilfrido Llor Moreira, como abogado consultor del proyecto. El proyecto de cantonización contemplaba como parroquias a Manta, La Ensenada y San Lorenzo. El 30 de agosto de 1922 se presentó ante la cámara de diputados el proyecto de cantonización de Manta. El 6 de septiembre fue aprobado y paso al Senado. El 23 de septiembre se aprobó en tercera discusión en el Senado y pasó al Ejecutivo para su sanción, que fue autorizada por José Luis Tamayo, primer magistrado de la nación, a las 17h00 del 29 de septiembre de 1922. Sin embargo, se dice que por las condiciones de aquellas épocas, la noticia de la cantonización no fue oficializada a los habitantes sino hasta el 4 de noviembre del mismo año, razón por la que esta última fecha es la que cada año celebran los ciudadanos como la fecha de cantonización. Manta cuenta con un clima tropical seco. La temperatura media es de 28° C en invierno, y 24°C en verano y cuenta con una superficie aproximada de 309 Km cuadrados.

PARROQUIAS DE MANTA.

Tiene cinco parroquias urbanas y dos rurales: Manta, Tarqui, Los Esteros, Eloy Alfaro y San Mateo y San Lorenzo y Santa Marianita.

ASPECTOS CULTURALES

TRAJES TÍPICOS

Hombres.- Pantalón doblado hasta la rodilla color blanco, sujeto a la cintura con una sogá, camisa de tela suave y sombrero de paja toquilla.

Mujeres.- Vestido de tela suave, con encajes en las mangas y faldas, y sandalias. Los habitantes en general visten ropa cómoda y suave.

CELEBRACIONES PATRONALES Y FESTIVIDADES

- Fiestas Patronales de San Pedro y San Pablo (Junio, Julio, y Agosto)
- Día del Pescador (29 de Junio)
- Mes de la Unidad Manabita (01-30 de Junio)
- Mes de la Identidad Manteña (01-31 de Agosto)
- Festival Cultural de Octubre “Mes del Arte y la Cultura” (Del 1 al 31 de Octubre)
- Fiestas del Comercio (23 y 24 de Octubre)
- Festival Internacional de Teatro (Septiembre)
- Cantonización de Manta - 4 de Noviembre de 1922
- Feria Internacional del Atún y la Pesca del 03 al 11 de Noviembre
- Parroquialización de San Lorenzo el 10 de Agosto de 1949.
- Parroquialización de Santa Marianita 22 de noviembre de 1998
- Parroquialización de San Mateo 20 de Septiembre de 1982.
- Parroquialización de Eloy Alfaro 7 de Agosto de 1996.
- Parroquialización de Tarqui 9 de Octubre de 1929.
- Parroquialización de los Esteros 12 de Octubre de 1979.

TRADICIONES

Los habitantes de Manta son honestos y hospitalarios, aún mantienen sus creencias religiosas (católica) y la importancia de mantener el turismo en el

cantón. En la época actual se acostumbra visitar las playas los fines de semana, hacer ejercicios diario caminando (playa), en las noches se reúnen en los parques, bares y discotecas. Se crean escuelas municipales de danza, teatro, música, pintura y la orquesta sinfónica Infanto-juvenil. Existen dos museos en la ciudad: el museo arqueológico Centro Cultural Manta y el Museo Municipal Etnográfico “Cancebí”

GASTRONOMÍA

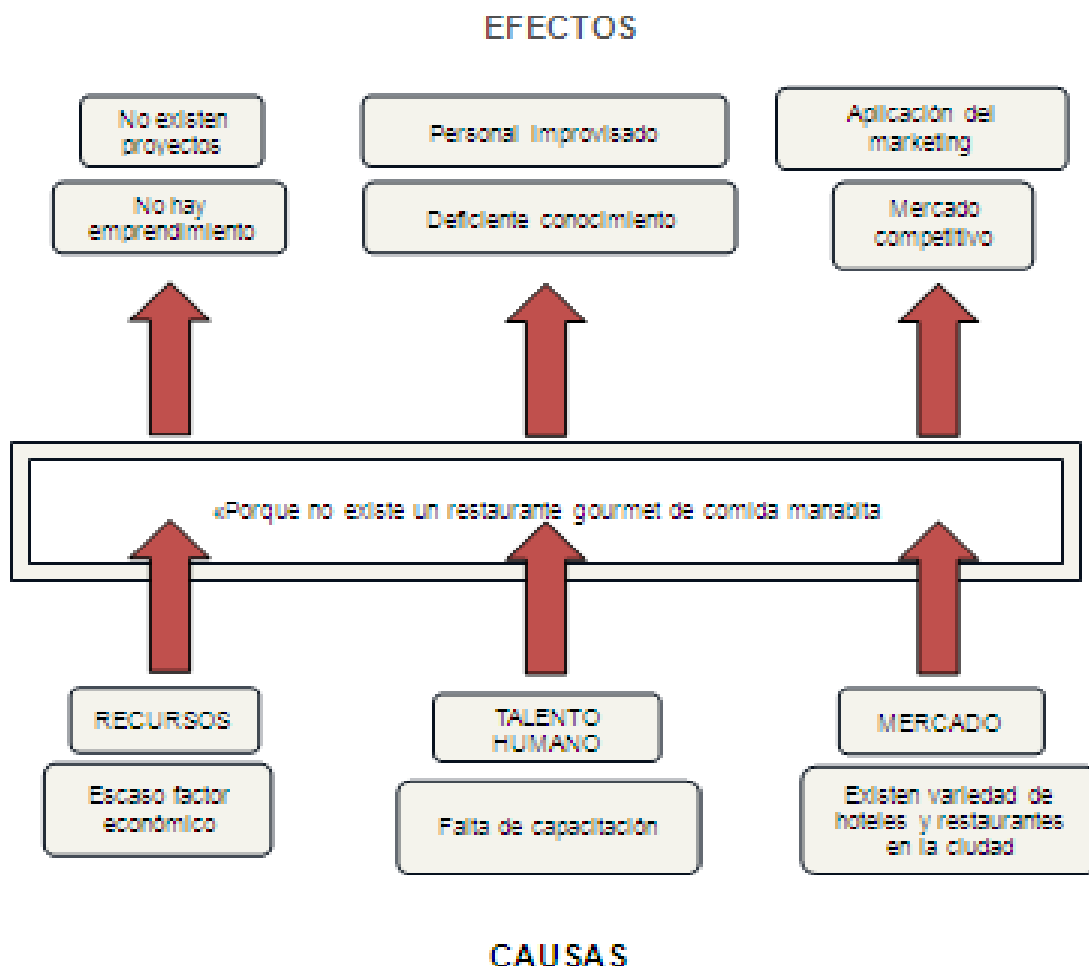
PLATOS TÍPICOS

La comida típica del cantón Manta es muy diversa resultado de la fusión de mar y campo manabita, entre los principales platos figuran:

- El camotillo frito
- Ceviches, sean estos de pescado, camarón, concha, pulpo, calamar o mixto.
- Pescado asado
- Pescado apanado
- Conchas asadas
- Cazuela de mariscos
- Chicharrón de pescado o camarones
- Arroz con mariscos
- Camarones en varias presentaciones

MÉTODO CAUSA EFECTO

Figura N° 04. 1 METODO CAUSA-EFECTO



FUENTE: HENRY COBEÑA Y BETTY LOOR

Para realizar la definición de los elementos positivos y negativos del caso de estudio se aplicó el método de causa y efecto, el cual permite establecer cuáles son los recursos, el talento humano y el mercado que posee el cantón en el ámbito turístico-gastronómico y por lo consecuente establecer los efectos que son varios como la falta de emprendimiento, deficiente conocimiento y un mercado competitivo; mediante la aplicación de la técnica del análisis descriptivo en base a los documentos bibliográficos obtenidos a partir de la investigación de campo y a la observación de los recursos y atractivos del

cantón. Y a su vez desarrollar estrategias para solucionar o mejorar las carencias gastronómicas de la zona en sí.

ETAPA 2. INFORMACIÓN DE LOS RESTAURANTES GOURMETS DE LA CIUDAD DE MANTA.

Cuadro Nº 04. 1 INFORMACIÓN DE LOS RESTAURANTES GOURMETS DE LA CIUDAD DE MANTA.

Nombre	Especialidad	Dirección	Horario de atención	Contacto
Restaurante Martinica	Comida Ecuatoriana e Internacional Pescados, Mariscos, Carnes y Pastas.	Cdla. Umiña #2, Mz I, Lote 1, Vía a Barbasquillo	Lunes a Sábado de 12.30 a 24:00 domingo abierto en feriados y fechas especiales.	Teléf.: 05 261 3735 Telefax: 05 261 0727 email: info@martinica.com.ec
Restaurante Ejecutivo	Comida Ecuatoriana e Internacional (Colombiana y Peruana) Pescados, Mariscos, Pollo y Carnes.	Av. 24 y Calle M1 Diagonal al edificio SANTORINI / Barrio El Murciélago	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Teléf.: 052 620113
Restaurante del hotel Howard Johnson Plaza – Manta	Comida Nacional e Internacional Excelentes buffets y una variada selección de nuestro menú. Con servicio de desayuno, almuerzo y cena.	Kilómetro 1.5 Vía Barbasquillo-	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Teléf. 5935 - 2629999 - Reservas : 5935 – 2629999
Restaurants del Hotel Oro Verde Manta	Comidas nacionales e internacionales, Delicias del lejano oriente, especialidades en comida japonesa	Hotel Oro Verde.	De Lunes a Viernes de 07H00 a 21H00. Sábados, Domingos y Feriados de 09H00 a 21H00. Lunch express de 12H30 a 15H00.	www.oerverdehotels.com/manta
Bar y restaurante El Faro del Hotel Cabañas Balandra	Cocina Internacional y Nacional, dispone una gran variedad de vinos españoles, chilenos y argentinos.	Av. 7 y calle 20, Barrio Córdoba PBX-Fax: (593-5) 2620 545	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	balandra@hotelbalandra.com www.hotelbalandra.com
Restaurante del Hotel Lun Fun	Comida China y Latina con un toque de cocina Ecuatoriana haciéndolo único en el mundo		Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	www.lunfunhotel.com/elhotel.htm 052 622 966

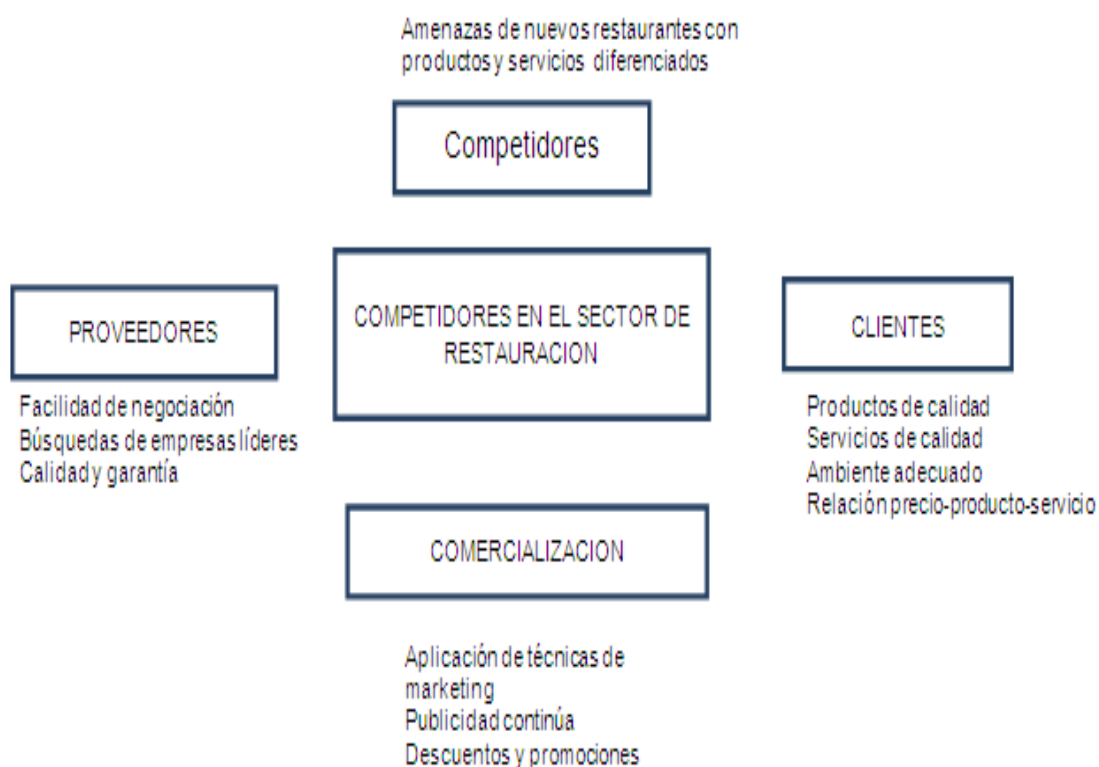
Nombre	Especialidad	Dirección	Horario de atención	Contacto
Bar y restaurante del Hotel Nazo.	Cocina Internacional y Japonesa Variedad de sabores orientales	Dirección: Colinas del Mar Lote 5 Frente al Umiña Tennis Club	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	info@nazo.ec Celular: (593) 94240748 (593) 9 9034947
Restaurante Mediterráneo	Comida española	Av. Flavio Reyes s/n entre calles 29 y 30 Barrio UMIÑA	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Tel: 094473088 / 093816262 - Fax: 05-2 628512 betty 36ec@hotmail.com
Restaurante Las Velas	Comida nacional como internacional.	Malecón Escénico local 18	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	(05) 2629 396/098 626494 084 930219 lasvelascia@hotmail.com
Restaurante El Resero	Parrilladas de Carnes, Pollo y Mariscos.	Av. Malecón Jaime Chávez Gutiérrez	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Telf. 052 611 742
Restaurante Roma	Comida Italiana, Pastas	Av. Flavio Reyes y Calle 27	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Telefax: (593-5) 629347 info@hotelplayam.com
Restaurante La Ponderosa	Cortes exclusivos y originales de carnes Y además Mariscos, tex mex. Vegetales. Sandwiches, Hamburguesas al carbón.	Avda. Flavio reyes y calle 31 esq.	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Telf. 052 610 585
Restaurante El Galeón BBQ	Platos a base de Mariscos.	Malecón escénico n. 17	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Telf. 052 629 082
Restaurante A lo cubano	Comida CUBANA, Cuba Libre, Mojitos.	C.c. Caribe calle 27 (av. Flavio reyes)	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Celular (09) 6019637
Restaurante Roll Wings	21 sabores diferentes de alitas de pollo y el especial Tex Mex.	Manta, Av.12 e/calles 18 y 19	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Contactos: 052 627675
Restaurante El Rincón Criollo.	Comida Típica Criolla	AV. Flavio Reyes y Calle 20	Lun / Vie 11:30 – 15:30 18:30 – 23:00 Sábado: 18:30 – 23:00	Contactos: 052 627548

FUENTE: DIRECCIÓN DE TURISMO DE MANTA

4.2. DIAGNÓSTICO DE LOS ELEMENTOS DE LA DEMANDA Y OFERTA GASTRONÓMICA

4.2.1.- ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA EN RESTAURACIÓN.

Figura 04. 2 FUERZAS QUE MUEVAN LA COMPETENCIA EN EL SECTOR DE RESTAURACIÓN



FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

4.2.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Se realizaron encuestas utilizando el muestreo no probabilístico por cuota. La técnica de encuesta seleccionada, responde a una estrategia basada en

recolección de información que ofrece una población específica sobre un tema establecido.

Estadísticos

¿Cuál es el lugar de procedencia o residencia actual?

Tabla N° 04. 1 PROCEDENCIA O RESIDENCIA ACTUAL

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Lugar de Residencia Actual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Manta	41	41.0	41.0	41.0
Quito	5	5.0	5.0	46.0
Guayaquil	5	5.0	5.0	51.0
Exterior	10	10.0	10.0	61.0
Otras ciudades de Manabí	25	25.0	25.0	86.0
Otra ciudades del Ecuador	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis : Cómo podemos observar la tabla nos indica que el 41% de los encuestados son de Manta ,el 5% de la ciudad de Quito, el 5% de la ciudad de Guayaquil, el 10% del exterior, el 25% de otras ciudades de Manabí y por último el 14% son procedentes de provincias.

Estadísticos

Sexo

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Su Sexo

Tabla Nº 04. 2 TIPO DE GENERO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	54	54.0	54.0	54.0
	Masculino	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: En cuanto al género el 54% de los encuestados fueron mujeres, mientras que el 45% fueron hombres

Estadísticos

Cuál es su Profesión

Tabla Nº 04. 3 PROFESIÓN

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Cuál es su Profesión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ingeniero	13	13.0	13.0	13.0
	Abogado	6	6.0	6.0	19.0
	Arquitecto	1	1.0	1.0	20.0
	Doctor	13	13.0	13.0	33.0
	Licenciado	1	1.0	1.0	34.0
	Otros	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: Como se puede observar en las encuestas realizadas a los posibles consumidores los profesionales con mayor porcentajes son los ingenieros con el 13%, seguido de un 6% los abogados, seguido del 1% los arquitectos; los doctores con un 13%, mientras los licenciados con el 1% y con mayor porcentajes otros profesionales con el 65%.

Estadísticos

¿En qué rango de edad está usted?

Tabla Nº 04. 4 RANGO DE EDAD

N	Válidos	100
	Perdidos	0

¿En qué rango de edad está usted?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 y 28	31	31.0	31.0	31.0
	Entre 29 y 38	17	17.0	17.0	48.0
	Entre 39 y 48	18	18.0	18.0	66.0
	Entre 49 y 58	10	10.0	10.0	76.0
	Más de 59	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: Los datos recolectados permiten observar que el 31% de los encuestados están entre 18-28 años de edad, el 17% va desde los 29 y 38 años de edad, el 18% van desde 39 y 48 años de edad, seguido con el 10% desde 49 y 58 años de edad, y el 24% y por último el 24% con más de 59 años de edad

Estadísticos

último Nivel de Estudio

Tabla Nº 04. 5 NIVEL DE ESTUDIO

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Último Nivel de Estudio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primario	8	8.0	8.0	8.0
	Secundario	21	21.0	21.0	29.0
	Universitario	44	44.0	44.0	73.0
	Técnico	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: De acuerdo con los datos recolectados acerca el nivel de estudio el 8% son primarios, el 21% son secundarios; el 44% son universitarios, el 27% son técnicos o profesionales.

Estadísticos

Estado Civil

Tabla N° 04. 6 ESTADO CIVIL

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero	48	48.0	48.0	48.0
	Casado	48	48.0	48.0	96.0
	Divorciado	3	3.0	3.0	99.0
	Viudo	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: En esta tabla se puede observar que el 48% son solteros, al igual que el 48% son casados, y el 3% divorciados y el 1% viudos.

Estadísticos

N	Válidos	100
	Perdidos	0

¿Tiene usted hijos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	50	50.0	50.0	50.0
	No	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: Esta tabla nos indica que el 50% de los encuestados tienen hijos y el 50% no tiene

Estadísticos

Frecuencia de Visita de Restaurantes Gourmet

Tabla Nº 04. 7 FRECUENCIA DE VISITA DE RESTAURANTES GOURMET

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Frecuencia de Visita de Restaurantes Gourmet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Todos los días	5	5.0	5.0	5.0
Una vez a la semana	35	35.0	35.0	40.0
Una vez al mes	37	37.0	37.0	77.0
Nunca	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: De acuerdo a los datos recolectados en la encuesta el 5% de los encuestados frecuentan todos los días un restaurante gourmet, seguido el 35% lo hace una vez una vez a la semana, mientras que el 37% que frecuentaba un restaurante gourmet una vez al mes, y el 23% dijo no hacerlo nunca.

Estadísticos

¿Porque usted elige un Restaurante de Comida Gourmet?

Tabla Nº 04. 8 ELECCION DE RESTAURANTE GOURMET

N	Válidos	100
	Perdidos	0

¿Porque usted elige un Restaurante de Comida Gourmet?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Facilidad de llegar	15	15.0	15.0	15.0
Tipo de comida que ofrece	34	34.0	34.0	49.0
Por los precios	15	15.0	15.0	64.0

Por su ambiente	14	14.0	14.0	78.0
Por la relación calidad-precio	21	21.0	21.0	99.0
7	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: En la siguiente tabla podemos observar que los encuestados eligen un restaurante de comida gourmet por la facilidad de llegar con un 15%, seguido por el tipo de comida q ofrecen con el 34%, por los precios con un 15%, por su ambiente con el 14%, y por ultimo por la relación calidad precio con el 21%

Estadísticos

Tipo de Comida que usted Prefiere es

Tabla Nº 04. 9 PREFERENCIA DE COMIDAS

N	Válidos	100
	Perdidos	0

Tipo de Comida que usted Prefiere es

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Ecuatoriana	38	38.0	38.0	38.0
Peruana	3	3.0	3.0	41.0
Italiana	4	4.0	4.0	45.0
Mexicana	7	7.0	7.0	52.0
China	4	4.0	4.0	56.0
Internacional	13	13.0	13.0	69.0
Manabita	29	29.0	29.0	98.0
Otras	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: En esta tabla se puede observar que el 38% prefieren la comida ecuatoriana, el 3% la comida europea, el 4% la comida italiana, el 7% la comida mexicana, el 4 % la comida china, seguido con el 3% la comida internacional, 29 % la comida manabita y el 2% prefieren otro tipo de comida.

Estadísticos

¿Visitaría usted un restaurante de Comida Gourmet Manabita?

Tabla Nº 04. 10 FRECUENCIA DE VISITAS

N	Válidos	100
	Perdidos	0

¿Visitaría usted un restaurante de Comida Gourmet Manabita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	87	87.0	87.0	87.0
	No	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: En esta tabla se puede observar que el 87% de los encuestados si visitan un restaurante gourmet, y el 13% dijo no hacerlo.

Estadísticos

¿Cuánto gastaría en un restaurante tipo Gourmet?

Tabla Nº 04. 11 GASTOS POR PLATO

N	Válidos	100
	Perdidos	0

¿Cuánto gastaría en un restaurante tipo Gourmet?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 10 - 15 usd	45	45.0	45.0	45.0
	Entre 20 -25 usd	35	35.0	35.0	80.0
	Entre 26 o más usd	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: En lo referente a lo que estarían dispuesto a pagar por un plato tipo gourmet podemos observar que el 45 %estarían dispuesto a pagar por un plato tipo gourmet entre \$10 y 15 , un 35% entre \$20 y 25, seguido el 20 % entre\$ 25 o más.

Estadísticos

¿Qué recomendaría usted al propietario de comida gourmet manabita?

Tabla Nº 04. 12 RECOMENDACIÓN A PROPIETARIO.

N	Válidos	100
	Perdidos	0

¿Qué recomendaría usted al propietario de comida gourmet manabita?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Innovación de platos y menús	28	28.0	28.0	28.0
Calidad de sus productos	22	22.0	22.0	50.0
Servicio rápido	18	18.0	18.0	68.0
Limpieza del restaurante y buena apariencia de sus empleados	10	10.0	10.0	78.0
Precios cómodos	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por Henry Coveña y Betty Loor

Análisis: De acuerdo con los datos recolectados el 28% recomendaría al propietario la innovación de platos y menús, el 22% la calidad de sus productos, el 18% que el servicio sea rápido, el 10% sobre la limpieza del restaurante, el 0% sobre la buena apariencia de los empleados y el 22% el precio.

CUADRO DE ANÁLISIS

PREGUNTA	MAYOR PORCENTAJE
1.- Manta	41%
2.- Femenino	54%
3.- Otros	66%
4.- Entre 18 y 28	31%
5.- Universitario	44%
6.- Soltero y Casados	48%
7.- Hijos	50%
8.- Una vez al mes	37%
9.- Tipo de comida que ofrece	34%
10.- Ecuatoriana	38%
11.- Si	87%
12.- Entre \$10 y \$15	45%
13.- Innovación de platos y menús	28%

4.2.3 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Como podemos analizar, las respuestas de la encuesta fueron variadas con respecto a la propuesta de diseño de un restaurante gourmet de comida manabita en el cantón Manta, provincia de Manabí.

El 41% de las personas reside en la ciudad de Manta, 54% de sexo femenino; 66% con un nivel de estudio de tercer nivel, con un rango de edad de 18 y 28 años; dentro del estado civil hay un 48% de casados y un 48% de solteros, con hijos; el 37% afirman visitar un restaurante gourmet una vez al mes; el 34% lo eligen por el tipo de comida que ofrecen; el 38% eligen la comida ecuatoriana, y el 87% nos indican que si tuviera la posibilidad de visitar un restaurante gourmet estarían dispuesto a pagar por un plato de este tipo entre los 10 USD Y 15 USD, y el 28% recomendándole al dueño del establecimiento la innovación de los platos.

Se encontró que a las personas extranjeras que estaban de paso en la ciudad y que al oír nuestra propuesta les pareció algo atrayente y exclusivo para la misma que incluso quería colaborar con ideas para el funcionamiento del establecimiento.

Este fue el resultado que más llamó la atención ya que los precios de la posible competencia son relativamente más bajos. Se habló un poco con la gente acerca de nuestro proyecto y coincidieron en decir que la provincia de Manabí, y por ende Manta, goza de mucho potencial gastronómico y con un establecimiento de este tipo daría mayor realce a la ciudad; por lo tanto el precio a pagar dejaría de ser caro y más bien resultaría accesible, siempre y cuando el servicio supere las expectativas del cliente y se les dé a las personas que acuden a este sitio un valor agregado como parte del servicio que el lugar ofrece. En conclusión, el perfil del consumidor en este caso será de clase media alta.

4.3.- ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1.- EQUIPAMIENTO

Cuadro Nº 04. 2 ESTUDIÓ TÉCNICO ESTRUCTURA DEL LOCAL

RUBRO	DETALLE	UND	COSTO U	CANTIDA D U	TOTAL
CIMENTACION					
Plinto	Hormigón	m ³	88,10	8,40	740,04
Cadena	Hormigón	m ³	154,31	18,00	2.777,58
Columnas 2	Hormigón	m ³	222,59	5,73	1,275,44
Vigas Hormigón m ³ 190,86 7,86 1.500,16	Hormigón	m ³	190,86	7,86	1.500,16
Losa de Piso Hormigón m ³ 237,77 78,20 18.593,61	Hormigón	m ³	237,77	78,20	18.593,61
MAMPOSTERIA					
Bloque	Hormigón	m ²	8,56	324,00	2.773,44
Alisado Baño	Mortero	m ²	4,06	100,00	406,00
Alisado Cocina	Mortero	m ²	4,06	180,00	730,80
Alisado Bar	Mortero	m ²	4,06	232,40	943,54
Recubrimiento Baño	Cerámica	m ²	9,41	100,00	941,00
Recubrimiento Cocina	Cerámica	m ²	9,41	180,00	1.693,80
Recubrimiento Bar	Madera	m ²	10,00	183,20	1.832,00
Ventanas	Vidrio 6mm	m ²	11,60	260,00	3.016,00
PISO INTERIOR					
Alisado (General)	Mortero	m ²	3,15	391,00	1.231,65
Revestimiento Baño	Cerámica	m ²	13,22	25,00	330,50
Revestimiento Cocina	Cerámica	m ²	13,22	56,70	749,57
Revestimiento Bar	Duela de Chanul	m ²	46,42	299,30	13.893,51
Revestimiento Restaurant	Duela de Chanul	m ²	46,42	6,20	287,8
PISO EXTERIOR					
Parqueadero	Asfalto AP-3	Kg	0,18	4.812,41	845,54
	Piedra 3/4	m ³	8,00	33,35	266,80
Jardín	Césped	m ²	10,00	540,00	5400,00
Andenes	Piedra zula 40*40	m ²	9,97	235,00	2.342,95
Vereda	Baldosa grano 20*30	m ²	6,78	117,00	793,26
Cubierta	Teja Colonial arcilla	U	0,71	8.560,00	6.077,60
MUEBLES					
Inodoros baño	Tubo y accesorios	M	78,07	6,00	468,42
Lavamanos baño	Tubo y accesorios	M	103,07	6,00	618,42

Urinarrios baño	Tubo y accesorios	M	52,12	2,00	104,24
Lavamanos cocina	Tubo y accesorios	M	103,07	1,00	103,07
Lavaplatos cocina	Tubo y accesorios	M	103,29	1,00	103,29
Postes	9m, 350kg	M	106,34	3,00	319,02
Arq. Iván Carreño					71.159.05

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 3 ESTUDIO TÉCNICO MUEBLES

MUEBLES					
Inodoros baño	Tubo y accesorios	μ	78,07	6,00	468,42
Lavamanos baño	Tubo y accesorios	μ	103,07	6,00	618,42
Urinarrios baño	Tubo y accesorios	μ	52,12	2,00	104,24
Lavamanos cocina	Tubo y accesorios	μ	103,07	1,00	103,07
Lavaplatos cocina	Tubo y accesorios	μ	103,29	1,00	103,29
Postes	9m, 350kg	μ	106,34	3,00	319,02
Arq. Iván Carreño					71.159.05

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 4 ESTUDIO TÉCNICO TERRENO Y ADECUACIÓN

TERRENO Y ADECUACIÓN			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNIT	VALOR TOTAL
Terreno	2000 m ²	10	20000
Adecuaciones			2000
		SUBTOTAL	22000
		Imprevistos 2%	520
Arq. Iván Carreño		TOTAL	22520

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 5 ESTUDIO TÉCNICO CONSTRUCCIÓN

CONSTRUCCIÓN			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNIT	VALOR TOTAL
Construcción acabados	1		71159,05
		SUBTOTAL	71159,05
		Imprevistos 2%	1423,18
Arq. Iván Carreño		TOTAL	72582,23

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 6 ESTUDIO TÉCNICO VEHÍCULO

VEHÍCULO

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNIT	VALOR TOTAL
Vehículo	1	12000	12000
		SUBTOTAL	12000
		Imprevistos 0%	0
Arq. Iván Carreño		TOTAL	12000

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 7 ESTUDIO TÉCNICO EQUIPO Y MAQUINARIA ÁREA OPERATIVA

EQUIPO Y MAQUINARIA ÁREA OPERATIVA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Caja registradora	1	730	730
Cafetera	1	2.300,00	2.300,00
Cocina industrial	1	1.125,00	1.125,00
Computador	1	850	850
Congelador vertical	1	2.340,00	2.340,00
Congelador Horizontal	1	820	820
Equipo de amplificación	1	1.500,00	1.500,00
Extractor de olores	1	300	300
Extractor de zumos	1	37	37
Extintor cocina	1	56	56
Fregadero para ollas	1	630	630
Freidora	1	710	710
Horno Micro ondas	1	125	125
Horno tostador	1	67,5	67,5
Licuada industrial	1	545	545
Licuada	2	52,1	104,2
Maquina de hielo	1	1.350,00	1.350,00
Mini componente	1	458	458
Refrigerador	1	1.652,00	1.652,00
Teléfono, fax	1	373	373
Televisor	1	530	530
		SUBTOTAL	16.602,70
Fuente: Almacenes Montero.		Imprevistos 3%	498,08
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	17.100,78

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 8. ESTUDIO TÉCNICO EQUIPO Y MAQUINARIA ÁREA ADMINISTRATIVA.

EQUIPO Y MAQUINARIA ÁREA ADMINISTRATIVA

EQUIPO Y MAQUINARIA AREA ADMINISTRATIVA			
CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Calculadora sumadora	1	60.00	60
Computadora	1	850.00	850
Teléfono, fax	1	373	373
Lámpara	1	32	32
Ventilador	1	28.00	28
		SUBTOTAL	1.343,00
Fuente: Almacenes Japón		Imprevistos 3%	40,29
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	1.383,29

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 9 ESTUDIO TÉCNICO MUEBLES DE ÁREA OPERATIVA.

MUEBLES DE ÁREA OPERATIVA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Archivador	1	220	220
Armario amenities	2	325	650
Barra licorera	1	1.350,00	1.350,00
Butacas	12	37	444
Escritorio	1	210	210
Estantería	5	170	850
Locker	1(16 canceles)	450	450
Mesas (4 pax)	13	85	1.105,00
Mesas (2 pax)	6	60	360
Mesa producción	2	470	940
Mesa entrega de pedidos	1	330	330
Mesas punto de apoyo	4	90	90
Mueble baño	2	165	330
Porta papel, jabón	2	28	28
Sillas	64	32	2.048,00
		SUBTOTAL	9.405,00
Fuente: Edesa, Mueblería América		Imprevistos 10%	963,5
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	10.368,50

FUENTE:HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 10 ESTUDIO TÉCNICO MUEBLES ÁREA ADMINISTRATIVA

MUEBLES ÁREA ADMINISTRATIVA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Archivador	1	220	220
Escritorio	1	210	210
Librero	1	315	315
Mesa central	1	115	115
Silla	1	45	45
Sillón	1	125	125
		SUBTOTAL	1.030,00
Eldo. Betty L. Henry C.		Imprevistos 10%	103
Fuente: Edesa, Mueblería América		TOTAL	1.133,00

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 11 ESTUDIO TÉCNICO SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTROS DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Archivador carpeta	10	1,7	17
Bolígrafos	50	0,25	12,5
Borradores	10	0,55	5,5
Catucho caja reg.	5	4	20
Cartucho impresora	5	32,5	162,2
CD – R	20	0,85	17
Clips (cajas 100 uni)	5	0,68	3,4
Comanda (bol 100 unid.)	20	1,5	30
Cuadernos universitarios	4	2,5	10
Directorio de Clientes	2	2,15	4,3
Diskettes	24	0,3	7,2
Dispensador scosh	1	4,8	4,8
Fólder	10	0,9	9
Individuales	3000	0,05	150
Grapas (cajas)	5	0,7	3,5
Grapadora	2	3,8	7,6
Hojas A4 (100 uni)	5	1,1	5,5
Kardex (50 uni)	5	3,7	18,5
Lapiceros	5	3,2	16

Mausepad	2	1,8	3,6
Papel caja registradora	10	1,12	11,2
Papel carbón (100 uin)	5	2,8	14
Papel para fax	4	3,9	15,6
Papel para sumadora	15	0,5	7,5
Pincha papel metálico	4	1,58	6,32
Scosh	5	0,3	1,5
Sellos	3	2,5	7,5
Tinta almohadilla	5	0,7	3,5
Tinta correctora	2	2,7	5,4
		SUBTOTAL	580,12
Fuente: Papelería Paco		Imprevistos 10%	58,01
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	638,13

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 12 ESTUDIO TÉCNICO BLANCOS Y UNIFORMES.

BLANCOS Y UNIFORMES

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Chaqueta cocina	4	18	72
Camiseta servicio	6	10,5	63
Delantal plástico stewar	2	2,8	5,6
Gorro malla (producción)	5	2,15	10,75
Limpiones	10	1	10
Lito	10	1,5	15
Mandil producción	4	3	12
Mandil servicio	6	6,3	37,8
Pantalón servicio	6	18,5	111
Pantalón cocina	4	17	68
Servilletas tela	100	1,1	110
Toca	4	3,5	14
Uniforme guardián	1	35	35
		SUBTOTAL	564,15
Fuente: Almacenes El Uniforme.		Imprevistos 10%	60,42
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	624,57

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 13 ESTUDIO TÉCNICO CRISTALERÍA.

CRISTALERIA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Copa balón (agua)	100	2,4	240
Copa flauta	100	1,9	190

Copa helado 30 Cl.	24	1,7	40,8
Copa Milkshake 36 Cl.	24	2,55	61,2
Copa tequila 7Cl. 30	30	1,12	33,6
Copa vino blanco 19 Cl.	100	1,75	175
Copa vino tinto 24.5 Cl	100	1,85	185
Copa cóctel	50	2,55	127,5
Jarra (1 litro)	10	3,1	31
Jarra (2 litros)	5	3,9	19,5
Irishcoffe	50	2,75	137,5
Vaso cerveza	50	1,85	92,5
Vaso gaseosa	50	1,65	82,5
Vaso oldfashion	50	1,78	89
		SUBTOTAL	1.505,10
Fuente: Almacenes Montero.		Imprevistos 10%	150,51
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	1.655,61

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 14 ESTUDIO TÉCNICO CUBERTERÍA.

CUBERTERIA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Cuchara café o postre	100	0,62	62
Cuchara sopera	100	1,32	132
Cuchillo para entremés	100	1,05	105
Cuchillo para mantequilla	100	0,72	72
Cuchillo trincherero	100	1,59	159
Cuchillo para carnes	50	1,25	62,5
Tenedor para entremés	100	0,85	85
Tenedor trincherero	100	0,92	92
Tenedor para carnes	50	0,95	47,5
		SUBTOTAL	817
Fuente: Almacenes Montero.		Imprevistos 10%	81,7
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	898,7

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 15 ESTUDIO TÉCNICO LOCERÍA.

LOZA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Plato ovalado	50	2.05	102,5

Plato entremés	100	1.60	160
Plato mantequilla	100	0.75	75
Plato para taza	100	1.10	110
Plato trincherero	100	2.15	215
Plato sopero	70	1.70	119
Taza para café	100	1.15	115
Taza para consomé	100	1.35	135
		SUBTOTAL	1.031,50
Fuente: Almacenes Montero.		Imprevistos 10%	110,9
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	1.142,40

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 16 ESTUDIO TÉCNICO UTENSILIOS DE COCINA.

UTENSILIOS DE COCINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Abrelatas	1	6,5	6,5
Acanalador	1	7,4	7,4
Araña	2	5,2	10,4
Balanza (20Kg)	1	11,58	11,58
Batidor alambre	2	9,5	19
Batidor eléctrico	1	57	57
Bowls grande	3	27	81
Bowls mediano	3	13,2	39,6
Brocha	1	2,1	2,1
Cernidor	3	4,8	14,4
Cesta de alambre	1	17,5	17,5
Chaira	1	6,61	9,61
Colador de tela metálica	2	8,12	16,24
Coladera bowl 13 Ltrs	1	9,68	9,68
Coladera bowl 8 Ltrs	1	7,59	7,59
Cuchara para servir	5	1,9	9,5
Cucharón	3	8,2	24,6
Cucharón 6 onz	2	3,56	7,12
Cucharón ½ onz	2	1,04	2,08
Cuchillo cebollero	3	12,8	38,4
Cuchillo deshuesador	2	11,2	22,4
Cuchillo puntilla	4	1,15	4,6
Chino	2	48	96
Espátula	2	10,5	21
Espátula para plancha	2	5,8	11,6
Espumadera	2	2,45	4,9
Exprimidor limón	2	2,56	5,12
Macheta	1	19,2	19,2

Manga y boquillas	1	14,3	14,3
Mazo	2	7,3	14,6
Molde grande	3	3,25	9,75
Molde Mediano	3	2,38	7,14
Molde pequeño	3	1,62	4,86
Olla grande	3	53,8	161,4
Olla mediana	5	42	210
Olla de presión	1	128	128
Paellera (preparación)	1	20,25	20,25
Pelador	2	2,8	5,6
Pinza multiuso	2	3,42	6,84
Pirex mediano	3	12,8	38,4
Pirex grande	3	18,6	55,8
Rallador	2	9,7	19,4
Rodillo	2	5,2	10,4
Sacabocados	1	1,3	1,3
Sartén de crepes	1	6,2	6,2
Sartén grande	2	22,8	45,6
Sartén mediano	4	14,5	58
Servidor de helado	1	8,2	8,2
Servidor de espagueti	2	5,04	10,08
Tabla para picar	3	5,8	17,4
TIJERAS CORTAR AVES	1	19	19
		SUBTOTAL	1.448,64
FUENTE: ALMACENES MONTERO.		IMPREVISTOS 10%	144,86
ELDO. BETTY L. HENRY C.		TOTAL	1.593,50

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro N° 04. 17 ESTUDIO TÉCNICO UTENCILIOS DE ASEO Y LIMPIEZA.

UTENSILIOS DE LIMPIEZA Y ASEO (TRES MESES)

UTENSILIOS DE LIMPIEZA Y ASEO

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Basurero grande	3	18,7	56,1
Basurero pequeño	4	4,5	18
Detergente (100 gr.)	8	2,2	17,6
Dispensador jabón liquid.	2	11,2	22,4
Escoba	6	1,3	7,8
Escoba plástica	6	2,2	13,2
Estropajo (ollas)	20	0,15	3
Fundas basura 10 uni.	30	0,5	15
Guantes	10	0,95	9,5

Jabón liquido	10	1,7	17
Lava vajillas (500 gr.)	30	0,9	27
Pala plástica	3	1,8	5,4
Papel higiénico 12 uni.	20	5,3	106
Pinoklin (desinfectante)	15	1,3	19,5
Trapeador	6	1,5	9
Vileda	30	0,2	6
		SUBTOTAL	352,5
Fuente: Mi Comisariato.		IMPREVISTO 10%	35,25
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	387,75

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 18 ESTUDIO TÉCNICO UTENSILIOS DE SERVICIO

UTENSILIOS DE SERVICIO			
CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Ajiceros	30	0,75	22,5
Ceniceros	40	1,35	54
charol corcho grande	10	8,9	89
charol corcho mediano	6	7,35	44,1
charol corcho pequeño	6	5,7	34,2
hielera	10	6,25	62,5
fuelle para salsa	20	2,73	54,6
medidor 1 1/2* 3/4	2	1,67	3,34
mezclador grande (bar)	2	19,8	39,6
mezclador pequeño(bar)	2	5,71	11,42
Pimentero	30	0,68	20,4
platos plásticos múltiple	10	4,7	47
porta servilletas	2	1,7	3,4
porta sorbetes	2	1,7	3,4
Salero	30	0,68	20,4
servilleta familia	30	0,78	23,4
Sorbetes (paq. 100 uni)	10	1,15	11,5
Tarrinas (paq. 100 uni)	10	2,25	22,5
		SUBTOTAL	567,26
Fuente: Almacenes Pyca		IMPREVISTO10%	56,72
Eldo. Betty L. Henry C.		TOTAL	567,26

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 19 ESTUDIO TÉCNICO INSTALACIONES DE APOYO.

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	V.TOTAL
----------	----------	--------	---------

Línea telefónica	2	60	120
		SUBTOTAL	120
Fuente: Almacenes Pyca	Imprevistos 10%		12
Eldo. .Betty L. Henry C.	TOTAL		132

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 20 ESTUDIO TÉCNICO DECORACIÓN.

DECORACIÓN			
CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
Cuadros	6	85	510
Especios	4	140	560
maseteros interior	1	180	180
Lámparas	15	18,15	272,25
pileta interior	1	300	300
		SUBTOTAL	1.822,25
Fuente: Almacenes Montero.	imprevisto10%		182,23
Eldo. Betty L. Henry C.	TOTAL		2.004,48

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

TOTALES INVERSIÓN FIJA

Cuadro Nº 04. 21 TOTAL DE ACTIVOS FIJOS.

TOTALES ACTIVOS FIJOS		VALOR
CONCEPTO		
TERRENO Y ADECUACIÓN		22.520,00
CONSTRUCCIÓN Y ACABADOS		72.582,23
SUBTOTAL		95.102,23
Eldo. .Betty L. Henry C	TOTAL	95.102,23

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 22 TOTAL DE ACTIVOS VARIOS.

TOTALES ACTIVOS VARIOS		VALOR
CONCEPTO		
EQUIPOS Y MAQUINARIA AREA OPERATIVA		17.100,78
EQUIPOS Y MAQUINARIA AREA ADMINISTRATIVA		1.383,29
MUEBLES DE AREA OPERATIVA		10.598,50
MUEBLES AREA ADMINISTRATIVA		1.133,00
SUMINISTROS OFICINA		638,13
BLANCOS Y UNIFORMES		664,57

DECORACIÓN	2.004,48
DECORACIÓN	1.655,61
CUBERTERIA	898,7
LOZA	1.219,90
UTENSILIOS DE COCINA	1.593,50
UTENSILIOS DE LIMPIEZA Y ASEO (TRES MESES)	387,75
UTENSILIOS DE SERVICIO	661,39
INSTALACIONES DE APOYO	132
TOTALES ACTIVOS VARIOS	40.071,59

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 23 VEHÍCULO.

VEHÍCULO	12.000,00
----------	-----------

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 24 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS 5%

CONCEPTO	VALOR	MENSUAL	ANUAL
CONSTRUCCIÓN Y ACABADOS	72582,23	302,43	3.629,11

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 25 DEPRECIACIÓN ACTIVOS VARIOS.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS VARIOS 10%

CONCEPTO	VALOR	MENSUAL	ANUAL
ACTIVOS VARIOS	40.071,59	333,93	4.007,16

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 26 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN.

AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCION 20%

CONCEPTO	VALOR	MENSUAL	ANUAL
AMORTIZACIÓN DE CONSTITUCIÓN	400	6,67	80

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro N° 04. 27 TOTAL DEPRECIACIONES.

TOTAL DEPRECIACIONES A. FIJOS, VARIOS Y CONST	843,02	10.116,27
---	--------	-----------

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro N° 04. 28 SUELDOS Y SALARIOS.

SUELDOS Y SALARIOS (MANO DE OBRA)										
CARGO	SUELDO	IMP. TASA DE SERVICIO	SUELDO GANADO	A. IESS	TOTAL INGRESOS	13º	14º	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Adm. y contador	\$ 600,00	\$ -	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 656,10	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 2.756,10
Cheff	\$ 600,00	\$ -	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 656,10	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 2.756,10
Cocinero	\$ 390,00	\$ -	\$ 390,00	\$ 36,47	\$ 426,47	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 195,00	\$ 1.791,47
Hostess	\$ 350,00	\$ -	\$ 350,00	\$ 32,73	\$ 382,73	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 175,00	\$ 1.607,73
Cajera	\$ 300,00	\$ -	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 328,05	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 150,00	\$ 1.378,05
Barman	\$ 300,00	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 42,08	\$ 492,08	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 150,00	\$ 1.542,08
salonero 1	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 442,00	\$ 41,33	\$ 483,33	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 1.505,33
salonero 2	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 442,00	\$ 41,33	\$ 483,33	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 1.505,33
Adyudante Cocina	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 442,00	\$ 41,33	\$ 483,33	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 1.505,33
Ayudante Barman	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 442,00	\$ 41,33	\$ 483,33	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 1.505,33
Guardia	\$ 292,00	\$ -	\$ 292,00	\$ 27,30	\$ 319,30	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 1.341,30
Stewar	\$ 292,00	\$ -	\$ 292,00	\$ 27,30	\$ 319,30	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 1.341,30
TOTAL	\$ 4.292,00	\$ 750,00	\$ 5.042,00	\$ 471,43	\$ 5.513,43	\$ 4.292,00	\$ 4.292,00	\$ 4.292,00	\$ 2.146,00	\$ 20.535,43

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 29 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	
Luz	\$ 180,00
Agua	\$ 120,00
Teléfono	\$ 58,00
Internet	\$ 46,00
Publicidad	\$ 420,00
Combustible	\$ 90,00
Otros	\$ 150,00
TOTAL	\$ 1.064,00

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 30 MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA.

Materia prima	\$ 6.580,00
Mano de Obra	\$ 20.535,43

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 31 PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

PERDIDAS Y GANANCIAS ANUAL				
INFLACIÓN COSTOS	2%	2%	2%	2%
INFLACIÓN PRECIO	8%	10%	12%	14%
% INCREMENTO PRODUCCIÓN	15%	17%	19%	21%

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 32 ESTADOS DE RESULTADOS.

ESTADO DE RESULTADOS

AÑOS	2011	2012
Ventas	\$ 41.199,33	\$ 46.012,84
Costo de Ventas	\$ 27.932,70	\$ 26.850,99
Utilidad en Ventas	\$ 13.266,63	\$ 19.161,85
Gtos. Administrativos	\$ 1.064,00	\$ 1.263,00
Gtos. Depre. y amortización	\$ 7.000,00	\$ 6.900,00
Ut. Antes Part. E Imptos	\$ 5.202,63	\$ 10.998,85
15% Participacion	\$ 780,39	\$ 1.649,83
Utilidad antes Imptos	\$ 4.422,24	\$ 9.349,02
25% Impuesto	\$ 1.105,56	\$ 2.337,26
Utilidad del Ejercicio	\$ 3.316,68	\$ 7.011,77

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 33 BALANCE GENERALBALANCE GENERAL DE CONSTITUCIÓN AÑO
2012

ACTIVOS			PASIVOS		
Act. Corriente disponible		\$ 2.000,00	Largo plazo Hipt. Por pagar	\$10.900,00	
Caja	\$ 2.000,00			\$ 3.500,00	
ACTIVOS FIJOS					
Activos fijos tang. no depreciables		\$ 20.000,00	Total pasivos		\$ 14.400,00
Terrenos	\$ 20.000,00				
Activos fijos tang. Depreciables		\$ 76.800,00	PATRIMONIO		\$ 90.400,00
Edificios	\$ 59.800,00		Capital (socios)	\$90.400,00	
Vehículos	\$ 12.000,00				
Activos varios	\$ 5.000,00				
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 6.000,00			
Gastos de constitución	\$ 6.000,00				
TOTAL ACTIVOS		\$ 104.800,00	TOTAL PASIVOS		\$104.800,00

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro N° 04. 34 BALANCE GENERAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL PROYECTADO

CUENTAS	2.012		2013		2014		2014	
ACTIVOS								
Act. Corriente disponible		\$ 2.000,00		\$ 2.900,00		\$ 2.000,00		\$ 3.000,00
Caja	\$ 2.000,00		\$ 2.900,00		\$ 2.000,00		\$ 3.000,00	
ACTIVOS FIJOS								
Activos fijos tang.nodepreciales		\$ 20.000,00		\$ 22.500,00		\$ 11.000,00		\$ 14.050,00
Terreno	\$ 20.000,00		\$ 22.500,00		\$ 11.000,00		\$ 14.050,00	
Activos fijos tang.depreciables		\$ 63.473,50		\$ 64.300,10		\$ 63.473,50		\$ 63.473,50
Edificio	59.800,00		\$ 61.000,00		\$ 59.800,00		\$ 59.800,00	
Depreciación	\$ (11.960,00)		\$ (12.200,00)		\$ (11.960,00)		\$ (11.960,00)	
Vehiculos	\$ 12.000,00		\$ 14.000,00		\$ 12.000,00		\$ 12.000,00	
Depreciación	\$ (1.200,00)		\$ (1.400,00)		\$ 1.200,00)		\$ (1.200,00)	
Activos varios	\$ 5.000,00		\$ 3.000,00		\$ 5.000,00		\$ 5.000,00	

Depreciación	\$ (166,50)		\$ (99,90)		\$ 166,50		\$ (166,50)	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 5.940,00		\$ 6.039,00		\$ 5.940,00		\$ 5.340,00
Gastos de constitución	\$ 6.000,00		\$ 6.100,00		\$ 6.000,00		\$ 5.400,00	
Amortización	\$ (60,00)		\$ (61,00)		\$ (60,00)		\$ (60,00)	
TOTAL ACTIVOS		\$ 91.413,50		\$ 95.739,10		\$ 82.413,50		\$ 85.863,50
PASIVOS								
A CORTO PLAZO		\$ 9.570,00		\$ 10.020,00		\$ 9.570,00		\$ 10.000,00
utilidades del 15%	\$ 3.960,00		\$ 4.000,00		\$ 3.960,00		\$ 4.100,00	
impuesto a la renta 25%	\$ 5.610,00		\$ 6.020,00		\$ 5.610,00		\$ 5.900,00	
PASIVO LARGO PLAZO		\$ 14.400,00		\$ 12.000,00		\$ 14.400,00		\$ 12.500,00
patrimonio neto	\$ 14.400,00		\$ 12.000,00		\$ 14.400,00		\$ 12.500,00	
TOTAL PASIVOS		\$ 23.970,00		\$ 22.020,00		\$ 23.970,00		\$ 22.500,00
PATRIMONIO								

Capital socios		\$ 90.400,00		\$ 95.092,60		\$ 81.400,00	\$ 79.000,00
perdidas acumuladas		\$ (49.786,50)		\$ (49.493,50)		\$ (50.786,50)	\$ (42.466,50)
utilidades acumuladas		\$ 10.000,00		\$ 11.000,00		\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
utilidad o perdida		\$ 16.830,00		\$ 17.120,00		\$ 16.830,00	\$ 16.830,00
TOTAL PASIVO PATRIM.		\$ 91.413,50		\$ 95.739,10		\$ 81.413,50	\$ 85.863,50

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR.

MATERIA PRIMA PRODUCTOS GENERAL	MESES												TRIMESTRE			
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE							
	UNI	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNI	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNIDAD	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNIDAD	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL
AZUCAR	LIBRAS	18	\$ 0,50	\$ 9,00	LIBRAS	14	\$0,50	\$ 7,00	LIBRAS	17	\$ 0,50	\$ 8,50	LIBRAS	49	\$ 0,50	\$ 24,50
SALSA CHINA	FRASCO	5	\$ 1,00	\$ 5,00	FRASCO	3	\$1,00	\$ 3,00	FRASCO	4	\$ 1,00	\$4,00	FRASCO	12	\$ 1,00	\$ 12,00
HARINA DE MAIZ	LIBRAS	20	\$ 0,50	\$ 10,00	LIBRAS	20	\$0,50	\$ 10,00	LIBRAS	20	\$ 0,50	\$ 10,00	LIBRAS	60	\$ 0,50	\$ 30,00
ACEITE DE ACHIOTE	FRASCO	5	\$ 1,00	\$ 5,00	FRASCO	8	\$1,00	\$ 8,00	FRASCO	6	\$ 1,00	\$ 6,00	FRASCO	19	\$ 1,00	\$ 19,00
MANI EN PASTA	LIBRAS	10	\$ 2,00	\$20,00	LIBRAS	12	\$2,00	\$ 24,00	LIBRAS	16	\$ 2,00	\$ 32,00	LIBRAS	38	\$ 2,00	\$ 76,00
PASAS	LIBRAS	5	\$ 0,60	\$ 3,00	LIBRAS	3	\$0,60	\$ 1,80	LIBRAS	3	\$ 0,60	\$ 1,80	LIBRAS	11	\$ 0,60	\$ 6,60
HUEVOS	UNIDAD	96	\$ 0,10	\$ 9,60	UNIDAD	96	\$0,10	\$ 9,60	UNIDAD	96	\$ 0,10	\$ 9,60	UNIDAD	288	\$ 0,10	\$ 28,80
MANTEQUILLA	LIBRAS	12	\$ 1,25	\$ 15,00	LIBRAS	15	\$1,25	\$ 18,75	LIBRAS	10	\$ 1,25	\$ 12,50	LIBRAS	37	\$ 1,25	\$ 46,25
QUESO CRIOLLO	LIBRAS	20	\$ 1,50	\$ 30,00	LIBRAS	17	\$1,50	\$ 25,50	LIBRAS	15	\$ 1,50	\$ 22,50	LIBRAS	52	\$ 1,50	\$ 78,00
LECHE	LITROS	18	\$ 1,00	\$ 18,00	LITROS	15	\$1,00	\$ 15,00	LITROS	16	\$ 1,00	\$ 16,00	LITROS	49	\$ 1,00	\$ 49,00
ALMIDON DE YUCA	LIBRAS	20	\$ 0,50	\$ 10,00	LIBRAS	20	\$0,50	\$ 10,00	LIBRAS	20	\$ 0,50	\$ 10,00	LIBRAS	60	\$ 0,50	\$ 30,00
POLVO DE HORNEAR	LIBRAS	4	\$ 1,00	\$ 4,00	LIBRAS	4	\$1,00	\$ 4,00	LIBRAS	4	\$ 1,00	\$ 4,00	LIBRAS	12	\$ 1,00	\$ 12,00
ACEITE	LITROS	30	\$ 1,00	\$ 30,00	LITROS	25	\$1,00	\$ 25,00	LITROS	20	\$ 1,00	\$ 20,00	LITROS	75	\$ 1,00	\$ 75,00
SAL	LIBRAS	15	\$ 0,70	\$ 10,50	LIBRAS	15	\$0,70	\$ 10,50	LIBRAS	15	\$ 0,70	\$ 10,50	LIBRAS	45	\$ 0,70	\$ 31,50
PIMIENTA	LIBRAS	5	\$ 0,80	\$ 4,00	LIBRAS	4	\$0,80	\$ 3,20	LIBRAS	5	\$ 0,80	\$ 4,00	LIBRAS	14	\$ 0,80	\$ 11,20
COMINO	LIBRAS	2	\$ 0,70	\$ 1,40	LIBRAS	2	\$0,70	\$ 1,40	LIBRAS	2	\$ 0,70	\$ 1,40	LIBRAS	6	\$ 0,70	\$ 4,20
HARINA DE TRIGO	LIBRAS	10	\$ 1,20	\$ 12,00	LIBRAS	12	\$1,20	\$ 14,40	LIBRAS	10	\$ 1,20	\$ 12,00	LIBRAS	32	\$ 1,20	\$ 38,40
SALSA INGLESA	FRASCO	5	\$ 1,98	\$ 9,90	FRASCO	8	\$ 1,98	\$ 15,84	FRASCO	5	\$ 1,98	\$ 9,90	FRASCO	18	\$ 1,98	\$ 35,64
ACEITE DE OLIVA	LITROS	10	\$ 1,80	\$ 18,00	LITROS	15	\$ 1,80	\$ 27,00	LITROS	10	\$ 1,80	\$ 18,00	LITROS	35	\$ 1,80	\$ 63,00
MOSTAZA	FRASCO	5	\$ 0,98	\$ 4,90	FRASCO	8	\$ 0,98	\$ 7,84	FRASCO	5	\$ 0,98	\$ 4,90	FRASCO	18	\$ 0,98	\$ 17,64
VINO TINTO	LITROS	10	\$ 2,25	\$ 22,50	LITROS	13	\$ 2,25	\$ 29,25	LITROS	12	\$ 2,25	\$ 27,00	LITROS	35	\$ 2,25	\$ 78,75
VINO BLANCO	LITROS	12	\$ 2,35	\$ 28,20	LITROS	10	\$ 2,35	\$ 23,50	LITROS	10	\$ 2,35	\$ 23,50	LITROS	32	\$ 2,35	\$ 75,20
CAFÉ	FRASCO	8	\$ 1,25	\$ 10,00	FRASCO	10	\$ 1,25	\$ 12,50	FRASCO	8	\$ 1,25	\$ 10,00	FRASCO	26	\$ 1,25	\$ 32,50

YOGURT	LITROS	10	\$ 1,50	\$ 15,00	LITROS	12	\$ 1,50	\$ 18,00	LITROS	10	\$ 1,50	\$ 15,00	LITROS	32	\$ 1,50	\$ 48,00
TOTAL		355	27,46	\$ 305,00		361	27,46	\$ 325,08		339	27,46	\$ 293,10		1055	27,46	\$ 923,18

Cuadro N° 04. 35 MATERIA PRIMA PRODUCTOSEEN GENERAL

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

MATERIA PRIMA VERDURAS HORTALIZAS Y FRUTAS	MESES												TRIMESTRE			
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				UNIDAD	CANTIDAD	COSTO .U.	VALOR TOTAL
	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO .U.	VALOR TOTAL				
CEBOLLA BLANCA	LIBRAS	10	\$ 0,25	\$ 2,50	LIBRAS	12	\$ 0,25	\$ 3,00	LIBRAS	10	\$ 0,25	\$ 2,50	LIBRAS	32	\$ 0,25	\$ 8,00
PIMIENTO VERDE	UNIDAD	35	\$ 0,05	\$ 1,75	UNIDAD	39	\$ 0,05	\$ 1,95	UNIDAD	40	\$ 0,05	\$ 2,00	UNIDAD	114	\$ 0,05	\$ 5,70
CHOCLO	UNIDAD	50	\$ 0,10	\$ 5,00	UNIDAD	52	\$ 0,10	\$ 5,20	UNIDAD	56	\$ 0,10	\$ 5,60	UNIDAD	158	\$ 0,10	\$ 15,80
PLATANO	UNIDAD	150	\$ 0,05	\$ 7,50	UNIDAD	155	\$ 0,05	\$ 7,75	UNIDAD	140	\$ 0,05	\$ 7,00	UNIDAD	445	\$ 0,05	\$ 22,25
CILAMTRO	UNIDAD	7	\$ 0,62	\$ 4,34	UNIDAD	8	\$ 0,62	\$ 4,96	UNIDAD	7	\$ 0,62	\$ 4,34	UNIDAD	22	\$ 0,62	\$ 13,64
CEBOLLA PAITEÑA	LIBRAS	10	\$ 0,35	\$ 3,50	LIBRAS	12	\$ 0,35	\$ 4,20	LIBRAS	10	\$ 0,35	\$ 3,50	LIBRAS	32	\$ 0,35	\$ 11,20
AJI CRIOLLO	LIBRAS	4	\$ 0,16	\$ 0,64	LIBRAS	3	\$ 0,16	\$ 0,48	LIBRAS	4	\$ 0,16	\$ 0,64	LIBRAS	11	\$ 0,16	\$ 1,76
OREGANO	LIBRAS	3	\$ 0,06	\$ 0,18	LIBRAS	4	\$ 0,06	\$ 0,24	LIBRAS	4	\$ 0,06	\$ 0,24	LIBRAS	11	\$ 0,06	\$ 0,66
TOMATE	LIBRAS	12	\$ 0,40	\$ 4,80	LIBRAS	18	\$ 0,40	\$ 7,20	LIBRAS	15	\$ 0,40	\$ 6,00	LIBRAS	45	\$ 0,40	\$ 18,00
AJO	LIBRAS	5	\$ 0,72	\$ 3,60	LIBRAS	5	\$ 0,72	\$ 3,60	LIBRAS	5	\$ 0,72	\$ 3,60	LIBRAS	15	\$ 0,72	\$ 10,80
LIMONES	UNIDAD	150	\$ 0,02	\$ 3,00	UNIDAD	180	\$ 0,02	\$ 3,60	UNIDAD	120	\$ 0,02	\$ 2,40	UNIDAD	450	\$ 0,02	\$ 9,00
YUCA	UNIDAD	32	\$ 0,20	\$ 6,40	UNIDAD	35	\$ 0,20	\$ 7,00	UNIDAD	38	\$ 0,20	\$ 7,60	UNIDAD	105	\$ 0,20	\$ 21,00
CAMOTE	UNIDAD	30	\$ 0,15	\$ 4,50	UNIDAD	20	\$ 0,15	\$ 3,00	UNIDAD	40	\$ 0,15	\$ 6,00	UNIDAD	90	\$ 0,15	\$ 13,50
ZAPALLO	UNIDAD	8	\$ 0,81	\$ 6,48	UNIDAD	10	\$ 0,81	\$ 8,10	UNIDAD	10	\$ 0,81	\$ 8,10	UNIDAD	28	\$ 0,81	\$ 22,68
PEPINO	UNIDAD	30	\$ 0,09	\$ 2,70	UNIDAD	25	\$ 0,09	\$ 2,25	UNIDAD	25	\$ 0,09	\$ 2,25	UNIDAD	80	\$ 0,09	\$ 7,20
FREJOL LARGO	UNIDAD	25	\$ 0,55	\$ 13,75	UNIDAD	20	\$ 0,55	\$ 11,00	UNIDAD	20	\$ 0,55	\$ 11,00	UNIDAD	65	\$ 0,55	\$ 35,75
HABICHUELAS	LIBRAS	25	\$ 0,60	\$ 15,00	LIBRAS	25	\$ 0,60	\$ 15,00	LIBRAS	22	\$ 0,60	\$ 13,20	LIBRAS	72	\$ 0,60	\$ 43,20
ZANAHORIAS	LIBRAS	25	\$ 0,50	\$ 12,50	LIBRAS	25	\$ 0,50	\$ 12,50	LIBRAS	20	\$ 0,50	\$ 10,00	LIBRAS	70	\$ 0,50	\$ 35,00
PEREJIL	LIBRAS	10	\$ 0,46	\$ 4,60	LIBRAS	10	\$ 0,46	\$ 4,60	LIBRAS	10	\$ 0,46	\$ 4,60	LIBRAS	30	\$ 0,46	\$ 13,80
HOJAS DE LAUREL	FUNDA	1	\$ 1,00	\$ 1,00	FUNDA	1	\$ 1,00	\$ 1,00	FUNDA	2	\$ 1,00	\$ 2,00	FUNDA	4	\$ 1,00	\$ 4,00
AGUACATE	UNIDAD	25	\$ 0,15	\$ 3,75	UNIDAD	25	\$ 0,15	\$ 3,75	UNIDAD	25	\$ 0,15	\$ 3,75	UNIDAD	75	\$ 0,15	\$ 11,25
PAPAS	LIBRAS	30	\$ 0,30	\$ 9,00	LIBRAS	35	\$ 0,30	\$ 10,50	LIBRAS	40	\$ 0,30	\$ 12,00	LIBRAS	105	\$ 0,30	\$ 31,50
NARANJAS	UNIDAD	250	\$ 0,03	\$ 7,50	UNIDAD	250	\$ 0,03	\$ 7,50	UNIDAD	250	\$ 0,03	\$ 7,50	UNIDAD	750	\$ 0,03	\$ 22,50
PIÑAS	UNIDAD	20	\$ 0,40	\$ 8,00	UNIDAD	20	\$ 0,40	\$ 8,00	UNIDAD	20	\$ 0,40	\$ 8,00	UNIDAD	60	\$ 0,40	\$ 24,00
SANDIAS	UNIDAD	12	\$ 1,20	\$ 14,40	UNIDAD	15	\$ 1,20	\$ 18,00	UNIDAD	15	\$ 1,20	\$ 18,00	UNIDAD	42	\$ 1,20	\$ 50,40
TOTAL		959	\$ 9,22	\$ 146,39		1004	\$ 9,22	\$ 154,38		948	\$ 9,22	\$ 151,82		2911	\$ 9,22	\$ 452,59

Cuadro N° 04. 36 MATERIA PRIMA FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS.

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

MATERIA PRIMA POLLO CARNES Y MARISCOS	MESES												TRIMESTRE			
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE							
	UNIDAD	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UN	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNI	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL	UNI	CANT	COSTO .U.	VALOR TOTAL
POLLO	LIBRA	55	\$ 1,50	\$ 82,50	LIBRA	60	\$ 1,50	\$ 90,00	LIBRA	70	\$ 1,50	\$ 105,00	LIBRA	185	\$ 1,50	\$ 277,50
GALLINA CRIOLLA	UNIDAD	24	\$ 15,00	\$ 360,00	UNIDAD	24	\$ 15,00	\$ 360,00	UNIDAD	24	\$ 15,00	\$ 360,00	UNIDAD	72	\$ 15,00	\$ 1.080,00
PESCADO CORVINA	LIBRA	40	\$ 3,00	\$ 120,00	LIBRA	40	\$ 3,00	\$ 120,00	LIBRA	40	\$ 3,00	\$ 120,00	LIBRA	120	\$ 3,00	\$ 360,00
PESCADO TILAPIA	LIBRA	30	\$ 2,50	\$ 75,00	LIBRA	28	\$ 2,50	\$ 70,00	LIBRA	32	\$ 2,50	\$ 80,00	LIBRA	90	\$ 2,50	\$ 225,00
PESCADO ALBACORA	LIBRA	40	\$ 3,00	\$ 120,00	LIBRA	38	\$ 3,00	\$ 114,00	LIBRA	42	\$ 3,00	\$ 126,00	LIBRA	120	\$ 3,00	\$ 360,00
PESCADO PICUDO	LIBRA	39	\$ 4,50	\$ 175,50	LIBRA	40	\$ 4,50	\$ 180,00	LIBRA	42	\$ 4,50	\$ 189,00	LIBRA	121	\$ 4,50	\$ 544,50
PESCADO CAMOTILLO	UNIDAD	30	\$ 4,00	\$ 120,00		30	\$ 4,00	\$ 120,00		30	\$ 4,00	\$ 120,00	UNIDAD	90	\$ 4,00	\$ 360,00
CANGREJO	UNIDAD	120	\$ 0,50	\$ 60,00	UNIDAD	120	\$ 0,50	\$ 60,00	UNIDAD	120	\$ 0,50	\$ 60,00	UNIDAD	360	\$ 0,50	\$ 180,00
CAMARON	LIBRA	40	\$ 3,50	\$ 140,00	LIBRA	40	\$ 3,50	\$ 140,00	LIBRA	40	\$ 3,50	\$ 140,00	LIBRA	120	\$ 3,50	\$ 420,00
CONCHAS NEGRAS	LIBRA	30	\$ 5,00	\$ 150,00	LIBRA	30	\$ 5,00	\$ 150,00	LIBRA	30	\$ 5,00	\$ 150,00	LIBRA	90	\$ 5,00	\$ 450,00
LANGOSTINOS	LIBRA	25	\$ 4,50	\$ 112,50	LIBRA	25	\$ 4,50	\$ 112,50	LIBRA	25	\$ 4,50	\$ 112,50	LIBRA	75	\$ 4,50	\$ 337,50
CARNE DE CERDO	LIBRA	62	\$ 3,00	\$ 186,00	LIBRA	65	\$ 3,00	\$ 195,00	LIBRA	64	\$ 3,00	\$ 192,00	LIBRA	191	\$ 3,00	\$ 573,00
CPSTILLAS DE CERDO	LIBRA	40	\$ 2,50	\$ 100,00	LIBRA	40	\$ 2,50	\$ 100,00	LIBRA	40	\$ 2,50	\$ 100,00	LIBRA	120	\$ 2,50	\$ 300,00
CARNE DE RES	LIBRA	68	\$ 2,00	\$ 136,00	LIBRA	67	\$ 2,00	\$ 134,00	LIBRA	67	\$ 2,00	\$ 134,00	LIBRA	202	\$ 2,00	\$ 404,00
PANZA DE RES	LIBRA	20	\$ 2,50	\$ 50,00	LIBRA	20	\$ 2,50	\$ 50,00	LIBRA	20	\$ 2,50	\$ 50,00	LIBRA	60	\$ 2,50	\$ 150,00
TOTAL		663	57,00	1.987,50		667	57,00	1.995,50		686	57,00	2.038,50			57,00	6.021,50

Cuadro N° 04. 37 MATERIA PRIMA POLLO, CARNES Y MARISCOS

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Cuadro Nº 04. 38 TOTAL DE MATERIA PRIMA

INSUMOS	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PRODUCTOS GENERAL	\$305,00	\$ 325,08	\$ 293,10	\$ 923,18
VERDURAS HORTALIZAS Y FRUTAS	\$ 146,39	\$ 154,38	\$ 51,82	\$ 452,59
POLLOS CARNES Y MARISCOS	\$ 1.987,50	\$ 1.995,50	\$ 2.038,50	6.021,50
TOTAL				\$7.397,27

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

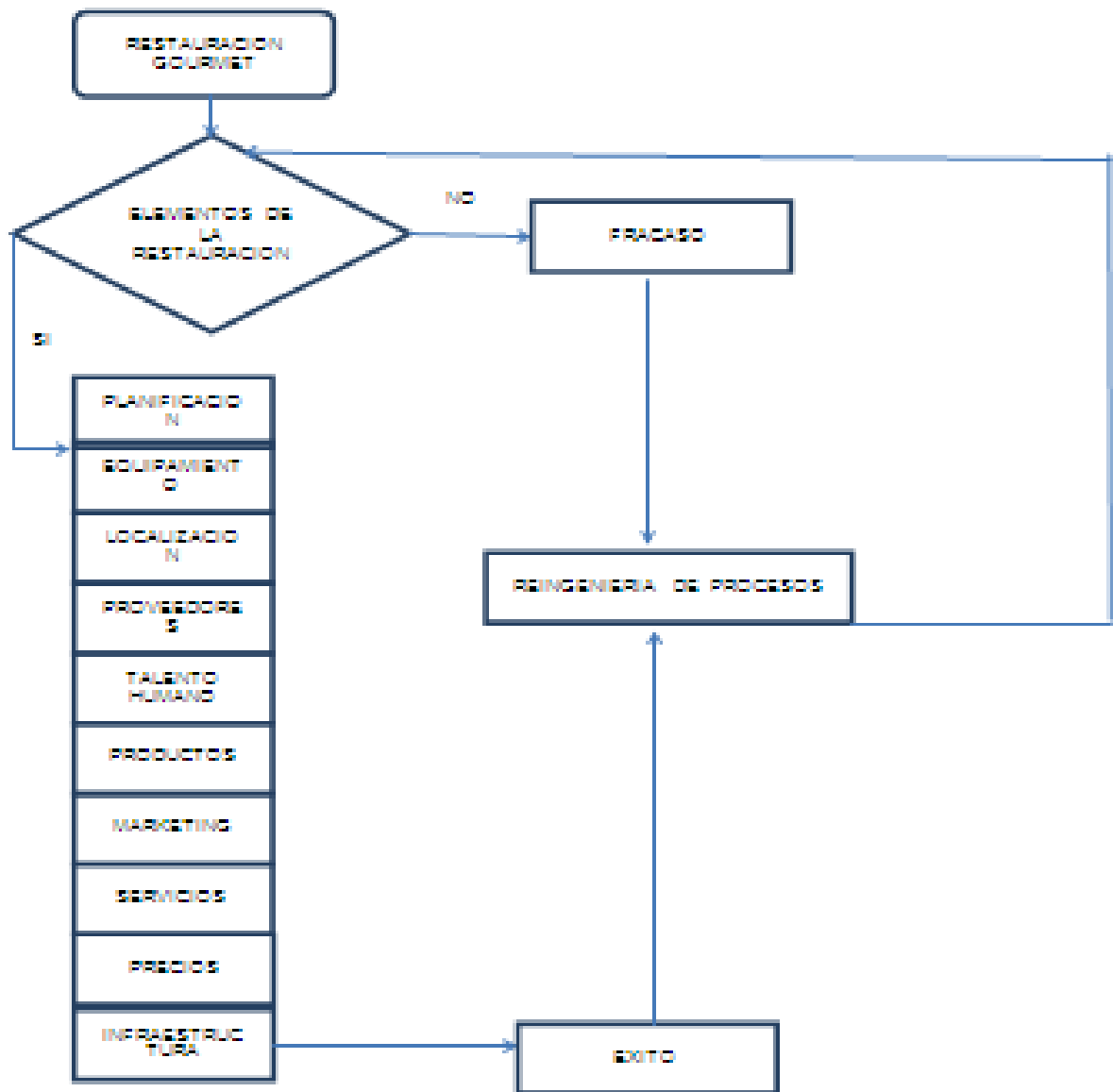
Cuadro Nº 04. 39 COSTOS DE VENTAS.

CUADRO DE LOS COSTOS DE VENTAS	
MATERIALES E INSUMOS DIRECTOS	\$ 7.397,27
MANO DE OBRA (SUELDOS Y SALARIOS)	\$ 20.535,43
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 27.932,70

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

ETAPA 6. DIAGRAMA DE FLUJO EN EL PROCESO DE RESTAURACION

Figura N° 04. 2 DIAGRAMA DE FLUJO EN EL PROCESO DE RESTAURACIÓN.



FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

4.4 GESTIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN GOURMET

4.4.1 PROCESO DE RESTAURACIÓN Y SUS ELEMENTOS

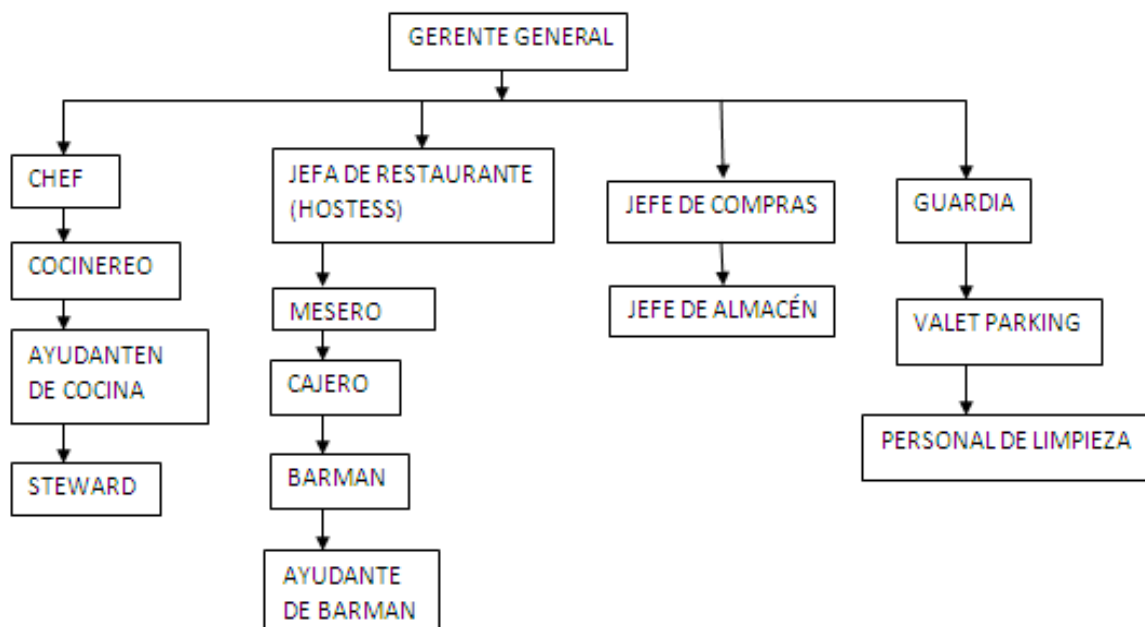
De la inversión hecha y luego de la adquisición de todos los enseres se establecieron los dos ambientes del restaurante, enfocados en prestar el mejor servicio de comida gourmet manabita de la ciudad.

4.4.2 PLAN ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

El gerente estableció su planta de trabajo con personal de la ciudad, luego de efectuar una serie de entrevistas a varios aspirantes que se presentaron.

4.4.3.- TALENTO HUMANO

Figura Nº 04. 3 ORGANIGRAMA DE TALENTO HUMANO.



FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

CARGO: GERENTE GENERAL (Administrador):

FUNCIONES:

- Representante legal a cargo del restaurante.
- Supervisión de las metas cuantitativas y operativas, estadísticas, ventas, y participación en los eventos públicos.
- Planifica y lleva a cabo las ventas del restaurante con respecto a grupos de empresas mediante visitas periódicas.
- Se encarga de la publicidad y medios de difusión del restaurante.
- Lleva la contabilidad, y presupuesto general del establecimiento.
- Se encarga de la selección del personal que tendrá a su cargo.
- Planifica las actividades de todo su equipo de trabajo.
- Organiza y coordina con el chef todo lo referente al menú, su elaboración, precios, productos requeridos, costos, etc.
- Organiza con el barman la carta de bebidas, costos, precios.
- Verifica y aprueba la compra de los insumos.
- Propone la reposición anual de los enceres, vajilla, cristalería, a los inversionistas.
- Fija los stocks de materia prima, utensilios, cristalería, vajilla, etc. Para cada uno de los ambientes.
- Lleva permanentemente un control de costos de cada uno de los ambientes del restaurante.
- Establece sistemas de control de las ventas para cada uno de los ambientes.
- Convoca a reuniones periódicas con todo su staff.

CARGO: CHEFF**FUNCIONES:**

- Entrena a su personal a cargo para la elaboración de platos
- Supervisa la calidad y porcionamiento de los platos que se sirven al cliente.
- Organiza los turnos de trabajo de su personal a cargo.
- Realiza la compra de productos conjuntamente con el administrador.

- Elabora la carta o menú conjuntamente con el Administrador general seleccionando los platos.
- Elabora las recetas estándar a utilizarse con su fotografía y precios a establecerse.
- Organiza con su equipo de trabajo el mise en place a utilizarse diariamente.
- Conjuntamente con el Administrador, elaboran la rotación de la carta.
- Supervisa la calidad e higiene en la preparación de los platos.
- Convoca a reuniones periódicas a su personal, para la introducción de nuevos platos.
- Controla los stocks mínimos y máximos en bodega.

CARGO: COCINERO**FUNCIONES:**

- Prepara el mise en place diario para la venta de productos en el restaurante.
- Se encargan de la limpieza de la zona de trabajo.
- Raciona la cantidad de productos para ser almacenados en los cuartos fríos.
- Realiza la requisición periódica de los productos para el uso de la cocina.
- Asistir a las reuniones periódicas de cocina.
- Prepara salsas, guarniciones, aderezos y demás para la preparación de los platos.
- Elabora los platos de acuerdo a las recetas estándar.

CARGO: AYUDANTE DE COCINA**FUNCIONES:**

- Mantener el área de trabajo limpia y ordenada.
- Apoya en la elaboración de platos.
- Apoya en la elaboración del mise en place diario.

- Apoya al steward en el mantenimiento y limpieza de vajilla, cristalería y cubertería del restaurante.
- Asistir a las reuniones periódicas del área de cocina.
- Ayudar al mantenimiento y limpieza de bodega y cuartos fríos.
- Apoya en la salida de platos al restaurante.
- Lleva a cabo la preparación de entradas sencillas.

CARGO: STEWARD

FUNCIONES:

- Se encarga de la limpieza y mantenimiento de vajilla, cristalería, cubertería y demás utensilios del área de cocina y restaurante.
- Mantiene limpia y ordenada su área de trabajo.
- Lleva un control de daños, roturas o utensilios dados de baja en cocina y restaurante.
- Mantiene listo el stock de vajilla, cristalería y cubertería del área de cocina y restaurante.
- Mantiene ordenada la bodega y cuartos fríos.
- Apoya en la elaboración de jugos, y mise en place para el bar y cocina conjuntamente con el ayudante de cocina.
- Asiste periódicamente a las reuniones del área de cocina.
- Se encarga de realizar las compras de imprevistos.

CARGO: BARMAN

FUNCIONES:

- Conjuntamente con el administrador elabora la carta de bebidas del establecimiento.
- Controla la presentación de bebidas.
- Elabora requisiciones periódicas de los productos necesarios en el bar.
- Se encarga de mantener limpia su área de trabajo así también de las mesas a su cargo.

- Encargado de la venta exclusiva de los vinos y licores.
- Sugiere la combinación perfecta a los clientes.
- Se encarga de presentar al cliente la botella de vino de su elección para ser catada.
- Se encarga de la venta de los pousse café.
- Lleva un control de stock de mínimos y máximos de los licores y bebidas en bodega.
- Elabora las recetas estándar de cócteles y demás bebidas de moderación.

CARGO: AYUDANTE DE BARMAN

FUNCIONES:

- Elabora los cócteles para la venta al público.
- Se encarga del mantenimiento y limpieza del área de trabajo.
- Apoya en la elaboración de requisiciones periódicas de material para el bar.
- Realiza el mise en place para el área del bar.
- Apoya en la realización de inventarios de licores.
- Asiste periódicamente a las reuniones del área de bares.

CARGO: JEFA DE RESTAURANTE (HOSTESS)

FUNCIONES:

- Prepara el área del pasillo para recibir a los clientes.
- Establece los rangos para personal de servicio.
- Saluda a los invitados en la puerta en cuanto entran.
- Determina a que área del restaurante desean acudir nuestros clientes, bar, restaurante.
- Determina el lugar donde nuestros invitados desean sentarse y si es necesario les comenta del tiempo de espera.
- Dirige a los invitados al área de espera y lleva una lista precisa de quienes llegaron primero.

- Avisa a los clientes cuando su mesa esta lista y los lleva hacia ella.
- Cuando hay personas en espera les ofrece y sirve un cóctel de bienvenida.
- Responde profesionalmente a las preguntas de nuestros clientes en cuanto al servicio, tipo de comida y eventos culturales que brinda el restaurante.
- Monitorea la limpieza de los baños y el nivel de implementos para el baño.
- Ayuda si es necesario en el mantenimiento de las estaciones de servicio o en la salida de platos de cocina.
- Se encarga de hacer un Check back general de las necesidades de los clientes cuando estos lo requieran.
- Supervisa las actividades de meseros.
- Se encarga de despedir al cliente e invitarlo a que regrese a nuestro establecimiento.

CARGO: MESERO

FUNCIONES:

- Realiza el servicio de alimentos y bebidas a los clientes de acuerdo a los estándares establecidos por el establecimiento con énfasis en la rapidez y certeza en el servicio.
- Limpieza, mantenimiento y buen uso del equipo, herramientas de servicio y demás activos de los diferentes ambientes.
- Realiza el mise en place del área de servicio asignada.
- Realiza requisiciones periódicas del material necesario en el restaurante.
- Reportar a su jefe inmediato cualquier hecho inusual, reclamo, objetos olvidados y encontrados, roturas de material o daños en el equipo.
- Asiste y participa en todas las reuniones programadas por su jefe inmediato.
- Asiste a los programas de capacitación programados por la dirección general.
- Es responsable del ahorro en el costo de suministros para clientes, alimentos, servicios de energía, etc., del restaurante.

- Se reporta al inicio de su turno con su jefe inmediato para recibir instrucciones, rangos, actividades especiales asignadas, cambios de menú o platos en la carta.
- Toma ordenes de pedido de los clientes verificando las especificaciones establecidas.
- Realiza seguimiento de las órdenes de pedidos y los retira de la cocina o bar.
- Realiza seguimiento de la satisfacción del cliente.
- Presentar la factura al cliente.
- Se encarga de la limpieza y reposición del stock de material en la estación de servicio.
- Conoce los eventos culturales que tiene el restaurante.
- Comunica al jefe inmediato la presencia de algún cliente VIP.
- Reportar novedades o pendientes al finalizar el turno.

CARGO: CAJERO**FUNCIONES:**

- Realiza las requisiciones necesarias para material de oficina en caja.
- Se encarga de la caja chica para cambios y que ésta tenga siempre dinero disponible.
- Ayuda con el registro histórico de clientes en el restaurante.
- Revisa y emite facturas de acuerdo a las políticas y leyes del país, que estas sean claras y detalladas.
- Conoce el menú y sus precios así también las políticas de descuento en ocasiones especiales.
- Si es necesario, ayuda a la hostess en el manejo de la lista de espera.
- Realiza el cobro de los consumos en el restaurante, sushi y bar.
- Entrega el cambio correcto a los clientes.
- Encargarse de la limpieza de su área de trabajo.
- Atiende las llamadas telefónicas siguiendo los procesos establecidos.

- Asistir a las reuniones periódicas o cursos de capacitación organizados por la administración.

CARGO: GUARDIA**FUNCIONES:**

- Se encarga de la seguridad de todo el establecimiento.
- Vigila los autos de nuestros clientes así como también las instalaciones externas del local.
- En caso de ser necesario se encargará también de la seguridad dentro del restaurante.
- Realiza el servicio de lavado de autos en caso de ser requerido.
- Se encarga de revisar que todas las instalaciones queden cerradas después de su funcionamiento.

CARGO: VALET PARKING**FUNCIONES:**

Ayudan a estacionar el auto del cliente. De esta forma se otorgan beneficios que respaldan el buen servicio de principio a fin por parte de la empresa.

CARGO: PERSONAL DE LIMPIEZA**FUNCIONES:**

Son aquellas personas contratadas por el restaurante para cumplir exclusivamente la función de limpieza general. Ya sea en cocina o en el salón. Esto es beneficios o aquellos días en que el establecimiento es muy concurrido. Deben ser hábiles, rápidos y cumplir con las normas higiénicas durante el proceso.

CARGO: JEFE DE ALMACÉN**FUNCIONES:**

Complementa la función del gerente. Debido a que se encarga de manera precisa y apropiada de ciertos elementos del restaurante. Por ejemplo, los ingredientes; aquellos que deben seguir el reglamento de sanidad. Entre sus funciones está controlar las existencias (stock) y pueden llegar a participar en la composición del menú.

CARGO: JEFE DE COMPRAS**FUNCIONES:**

Es aquel que efectúa compras de alimentos y bebidas (selección de proveedores); además prevé problemas y crea soluciones alternativas. Es decir, se preocupa por realizar las cotizaciones y enviarlas al proveedor; con los requerimientos y fecha. Además debe poseer conocimiento en suplantación de marcas.

REGLAMENTO PARA EL PERSONAL DE SERVICIO DEL RESTAURANTE GOURMET**AUSENTISMOS Y TARDANZAS.**

Entrar o visitar otros departamentos a menos que las funciones lo requieran.
Permitir a sus amigos o familiares que les visiten en el restaurante o que le llamen por teléfono a menos que sea una emergencia.

HIGIENE PERSONAL

Aun cuando estamos seguros del alto nivel higiénico de todos, vale la pena recordar.

El funcionamiento exitoso del restaurante depende de que el personal este presente y a tiempo en su puesto asignado.

El personal debe notificar a su supervisor sobre cualquier ausencia por lo menos con 24 horas de anticipación a su turno.

El incumplimiento de estas normas traerá como consecuencia un llamado de atención o memorando.

Goma de mascar.- Se prohíbe al personal que mastique mientras está trabajando.

PUERTAS DE ENTRADA Y DE SALIDA DEL PERSONAL.

Al ingresar o terminar el turno de trabajo, los empleados del restaurante deberán usar la puerta destinada para tal fin, esto es primordialmente por motivos de seguridad para evitar congestiones en la puerta de acceso principal, lo cual es de uso privado para visitantes.

Es importante proveer el tiempo necesario para una adecuada presentación antes de llegar al puesto de trabajo. Para ello sugerimos calcular cuánto tiempo demorará en el cambio de su arreglo personal.

El empleado deberá presentarse listo con su uniforme de trabajo impecable a la hora en punto que empiece su turno.

BUENAS MANERAS PARA HABLAR POR TELÉFONO.

- Mucha gente entra en contacto con nuestro restaurante por teléfono, por hay que tener en cuenta que este es su público invisible, nuestros huéspedes o posibles huéspedes. Sea cortés y considerado. Use un tono de voz muy amigable y positiva. Hable con simpatía.
- Responda al teléfono prontamente, éste no debe timbrar más de tres veces.
- Identifique el nombre del restaurante.
- Dar los buenos días, tardes o noches y de su nombre según el caso.
- Siempre que pueda use palabras de cortesía, tales como: gracias, por poder servirle, por favor, con mucho gusto.
- Esté pendiente de que las peticiones del huésped sean cumplidas. No se desentienda de la misión hasta tanto no esté seguro de que se ha

concluido. Esté listo con papel y lápiz, sea preciso y cuidadoso cuando reciba un mensaje.

- Escuche lo que la otra persona dice. Si la llamada es para otra persona, notifique inmediatamente a esa persona y esté seguro que lo que han escuchado y que la llamada es atendida.
- Si la llamada es en un idioma extranjero que usted no conoce llame a un compañero que entienda tal idioma. Nunca converse cerca de un teléfono que tenga la bocina descolgada, recuerde que el cliente puede escuchar.
- Permanezca en el teléfono el mínimo tiempo necesario.
- Cuando termina una llamada cuelgue suavemente, colgar fuerte es de mala educación.

COMPORTAMIENTO PERSONAL

Esmérese y cuide siempre su comportamiento personal, mientras esté en el trabajo. Esto es parte vital para la imagen del restaurante y por ello solicitamos abstenerse de:

- Utilizar la voz alta, aplaudir o chasquear los dedos para llamar la atención de sus compañeros.
- Masticar chicle en áreas públicas.
- Arreglarse en el cabello, la cara o el uniforme en áreas públicas.
- Discutir con sus compañeros y usar un lenguaje obsceno.
- Recostarse contra las paredes o muebles.
- Permanecer sentado mientras habla con los huéspedes.
- Fumar en áreas públicas.
- Caminar o permanecer con las manos en los bolsillos.

ALGUNOS ASPECTOS.

- El baño diario y el uso de un buen desodorante son factores importantes para su salud y a su vez evitan molestias tanto a huéspedes como a compañeros.
- La ropa interior debe cambiarse diariamente.

- Cepíllese los dientes después de cada comida, esto ayuda a mantener sus dientes y aliento fresco y además ayuda a prevenir problemas dentales.
- Lave sus manos a menudo durante el día, antes de empezar a trabajar y siempre después de ir al baño.

LA APARIENCIA PERSONAL

- Si usted usa uniforme lo importante es que le queda bien, esté limpio y bien planchado.
- Los zapatos deberán ser lustrados y en buenas condiciones, sandalias y tenis no son permitidos.

DAMAS.

- Ser moderadas en el uso de maquillaje.
- Evite el uso de perfumes y joyas mientras trabaja.
- Evite los peinados exuberantes, su cabello debe lucir limpio y bien planchado.
- Mantenga las uñas moderadamente largas, pulcramente limpias y siempre bien limadas.

CABALLEROS.

- Debe ser siempre impecable, la falta de botones, las arrugas, el descolorimiento en la ropa serán totalmente inaceptables.
- Revise cuidadosamente estos detalles en el vestir antes de presentarse en su sitio de trabajo.
- Tome como norma mirarse cuidadosamente en el espejo que tendrá el establecimiento para este fin.
- La limpieza y mantenimiento del uniforme Si usa uniforme, no se ponga nada diferente al diseño establecido.
- Aféitese diariamente y si su barba lo exige hágalo dos veces al día.
- Evite usar fijador o gel para el cabello y lociones de aromas fuertes para después de afeitarse.

- Su cabello debe estar corto y bien peinado todo el tiempo.
- Usar uñas limpias y cortas, ese es un requisito esencial.
- Su aspecto es responsabilidad de cada uno.
- El uniforme deberá usarse exclusivamente en actividades de trabajo, bajo ningún punto de vista podrá usarse para actividades que no tengan autorización del restaurante.
- Por lo mismo si el trabajador incurriere en la falta de asistencia de más de tres días consecutivos, dará derecho al restaurante a dar por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno, se exceptúan naturalmente, en el caso de que esos atrasos o faltas sean por motivos de enfermedad, debidamente comprobada mediante certificado médico, calamidad doméstica o fuerza mayor debidamente comprobadas.

DESCANSOS.

El restaurante concederá voluntariamente descanso a cualquiera de sus trabajadores, en cualquier día de la semana, pero reserva el derecho de exigir trabajar en esa jornada a quienes considere necesario. Esto será realizado exclusivamente por el administrador.

PERMISOS.

Los permisos de ser estrictamente necesarios serán autorizados por escrito estrictamente por el administrador.

VARIAS OCUPACIONES.

- Al trabajador se le podrá cambiar el sitio de trabajo, departamento, de acuerdo con las necesidades internas del restaurante, con consentimiento tácito o expreso sin que esto implique cambio de ocupación o despido intempestivo por parte del restaurante, en consideración a la índole especial de sus fines y requerimientos de servicio.
- Por tanto, las circunstancias de que un trabajador haya prestado sus servicios en una sección por un tiempo considerable, no le dará el carácter de permanente en dicho puesto.

- El gerente será la persona que coordine por escrito el cambio de ocupación o sitio del empleado de ser esto necesario.

OBLIGACIONES GENERALES DE LOS TRABAJADORES

Cumplir fielmente con las órdenes dictadas por la empresa a través de sus representantes legales en este caso el administrador.

Respetar a los superiores y cultivar la más completa armonía con los demás trabajadores, tanto durante las horas de trabajo como fuera de ellas.

Observar buena conducta en el trabajo guardando las normas de buena educación y ética entre sí y con sus superiores.

Observar estrictamente las medidas de seguridad e higiene que sean impartidas por la empresa en resguardo de la salud e integridad de sus trabajadores y clientes.

Sujetarse y cumplir fielmente las leyes laborales, el contrato de trabajo, el reglamento interno, el horario de trabajo y las instrucciones verbales o escritas que reciban de sus superiores inmediatos, así como realizar trabajos extraordinarios y suplementarios, en la forma prevista por la ley.

Desempeñar con conocimiento, eficacia, buena voluntad, y espíritu de colaboración, las labores encomendadas, observando con obediencia y cumplimiento las órdenes emanadas por el restaurante a través de sus representantes o de la persona encargada de cada área.

Utilizar uniformes, materiales, herramientas, utensilios, etc. Con el debido cuidado y en los objetivos para los cuales fueron designados, evitando maltrato, deterioro, pérdida, destrucción, etc., de los mismos. En caso de comprobarse acción dolosa a este respecto, por parte de un trabajador, este quedará sujeto a las sanciones que contemplen la ley y este reglamento.

Defender los intereses morales y materiales del restaurante, de los clientes y del público en general, evitando toda clase de daños y perjuicios y poniendo siempre adelante el prestigio del restaurante.

Realizar inventarios semanales, quincenales, mensuales o cuando así lo ordene la administración de los útiles de trabajo y más implementos y pertenencias del restaurante que están a su cargo.

Asistir puntualmente a las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos y ejecutar su labor diario con dedicación y esmero produciendo todo el rendimiento que le sea posible.

UNIFORMES E IMPLEMENTOS

- Recepción y entrega.- Todo trabajador recibirá el uniforme, herramientas, llaves e implementos necesarios para el desempeño de sus funciones, en ciertos casos pueden recibir dinero o bienes del restaurante.
- Al hacerlo, deberá firmar el cargo respectivo, haciéndose responsable de ello, y obligándose a devolver a la empresa cuando ésta lo solicite o el trabajador decida retirarse del servicio del restaurante o cuando termine por otra causa el contrato de trabajo.
- En el caso del falta, pérdida o deterioro, deberá indemnizar el valor correspondiente a la pérdida deterioro o rotura, etc. El mismo procedimiento deberá seguirse cuando el trabajador salga con licencia o vacaciones.
- Se exceptúa el desgaste normal del uniforme e implementos, ocasionados por el uso normal y legítimo de los mismos.
- Uso.- Todo trabajador estará obligado a vestir dentro de las instalaciones del restaurante, con el uniforme completo previsto para cada departamento.
- El empleador proporcionará a su costo el uniforme de trabajo que deba llevar el trabajador, conforme a lo que determina el código de trabajo.

HORARIOS, TURNOS Y DESCANSOS SEMANALES OBLIGATORIOS.

- Establecimiento de turnos.- El restaurante establecerá los turnos y jornadas de trabajo a que deben someterse los trabajadores en los diferentes departamentos, turnos que podrán ser rotativos en horas y lugares, de

acuerdo con las exigencias de los servicios requeridos y del trabajo que deba ejecutarse en los diferentes días.

- Duración de la jornada de trabajo.- Los trabajadores se sujetarán fielmente a las jornadas por turnos y horarios, establecidos por el restaurante, de acuerdo con el presente reglamento interno de trabajo.
- Se tiene entendido que para el efecto del pago de labores de turnos diarios, éstas deben ser efectivas por lo que los trabajadores tienen la obligación de ingresar al centro de trabajo con la debida anticipación, para cambiar su ropa de calle por el uniforme y disponerse al trabajo a la hora señalada.

SUSTITUCIÓN DE FERIADOS.

De conformidad con lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 49 y numeral 2 del artículo 51 del código de trabajo vigente, el restaurante está facultado para exigir al trabajador que realice su labor cualquier día de la semana, incluyendo sábados y domingos, estableciendo los turnos correspondientes para no interrumpir las funciones y actividades, los días de descanso que los trabajadores deban gozar el cualquier otro día de la semana sin que sea necesariamente sábados o domingos, los cuales serán considerados como jornadas ordinarias de trabajo, sin derecho a recargo alguno. Los días de descanso y los turnos de trabajo se harán conocer al trabajador con la debida anticipación.

HORA DE INICIACIÓN.

De acuerdo con las disposiciones del código de trabajo y el presente reglamento interno, los trabajadores quedan obligados a cumplir estrictamente los horarios que fueren establecidos, no pudiendo, por lo tanto, retirarse de su trabajo o suspenderlo sin haber entregado reemplazo de la hora sin servicio al restaurante, los trabajadores que lleguen con atrasos al trabajo, para el desempeño de sus

funciones, quedan incluidos en las disposiciones de las sanciones por la falta de asistencia al trabajo.

Permanecer fuera de los límites del restaurante y sus dependencias cuando no se halle dentro de las horas de trabajo (siendo prohibido cambiar de puesto sin la debida autorización del administrador).

Abstenerse de intervenir en actividades religiosas o políticas dentro de las dependencias de trabajo o de cualquier otra naturaleza extraña dentro de la empresa.

Abstenerse de recibir visitas personales o de familiares dentro de las dependencias de trabajo, especialmente dentro del horario de trabajo de cada empleado.

Abstenerse de leer periódicos o revistas de cualquier clase mientras estén en horas de desempeño de sus funciones y de mantener conversaciones triviales tanto con los clientes como con los compañeros de trabajo.

Abstenerse de utilizar el teléfono para asuntos personales o triviales, sin previo permiso de sus superiores.

Abstenerse de participar en juegos o distracciones de cualquier naturaleza en el lugar de trabajo mientras lo ejecuta.

Mantener el uniforme debidamente presentado, su cuidado y buena tenencia debe ser impecable. No podrá negarse a usar el mismo y podrá ser multado con el 10% de su remuneración diaria. En caso de reincidencia, será considerado como falta grave.

Abstenerse de utilizar los servicios y facilidades que concede la empresa a sus trabajadores en forma incorrecta o desmesurada, evitando el abuso y el mal empleo de dichos servicios y ajustándose a las regulaciones que la empresa determine para cada cosa.

a) Mantener impecable su higiene y apariencia personal, concurriendo a su trabajo debidamente presentado y aseado, con el uniforme completo.

b) Abstenerse de divulgar entre los compañeros de trabajo cualquier información que reservadamente hubiera conocido.

c) Abstenerse de sembrar discordias e intrigas entre los compañeros de trabajo, con disputas entre los empleados y superiores, menoscabando la dignidad de los compañeros o superiores.

d) Abstenerse de propagar rumores falsos que vengan en detrimento del restaurante o de alguno de los representantes o funcionarios ejecutivos, que pueda producir inquietud o molestia entre los trabajadores del mismo.

e) Tratar al público en general y en especial a los clientes del restaurante con la cortesía que el caso requiera, brindándoles además un trato culto, gentil, delicado y amable en todo momento fomentando el progreso del restaurante y de todos los trabajadores del mismo.

f) Si por cualquier circunstancia se suscitase algún incidente con un huésped del restaurante, del trabajador o empleado, antes de contradecir, llevará el caso inmediatamente al superior a fin de que él lo resuelva.

g) Dar oportuno aviso a los jefes o superiores inmediatos cuando por enfermedad o fuerza mayor se vean obligados a faltar a su trabajo, a fin de que éstos puedan, con la debida anticipación efectuar los arreglos necesarios para cubrir la función o servicio durante el tiempo que dure la ausencia del trabajador.

PROHIBICIONES DE LOS EMPLEADOS

Condición primordial y esencial de todo trabajador es guardar la debida compostura dentro de las dependencias del restaurante, siendo rigurosamente prohibido que se presente a trabajar estando bajo los efectos del alcohol, aun cuando no se encuentre en estado de embriaguez y solamente percibiendo a alcohol. Así mismo no podrá ni deberá ingerir bebidas alcohólicas dentro de las jornadas de trabajo ya que ocasionará la terminación del contrato de trabajo, siguiendo el trámite legal y poniendo en conocimiento a las autoridades de trabajo.

Portar armas de cualquier clase, a excepción del personal de seguridad o intervenir en escándalos o riñas de cualquier clase.

Averiguar, inquirir o interesarse sobre la vida personal de los clientes del restaurante y exigirles propinas por servicios prestados.

Participar en juegos de azar dentro o fuera del restaurante en horas de trabajo.
Mantener con los clientes otras relaciones que no sean las de carácter estrictamente profesional y de servicio de los mismos.

Tomar o usar arbitrariamente cualquier objeto de propiedad de los clientes del restaurante, o usar bienes y servicios dedicados exclusivamente al servicio de clientes. Si algún cliente olvidara algún objeto el trabajador que lo encontrara entregará el mismo a su jefe inmediato el mismo que lo guardará con llave hasta poder devolverlo.

Hacer uso sin permiso de la administración, de útiles de trabajo o cualquier otro implemento en forma personal, y no relacionada con sus labores, así mismo les está prohibido el ingreso o salida del trabajo con paquetes, bolsas, salvo autorización de la administración.

Divulgar datos contables, especialmente para los empleados que labora en esta área, deberán guardar la correspondiente reserva sobre todos los asuntos que se tramitan en la oficina. Toda desobediencia en este caso será severamente sancionada.

Cometer actos que signifique abuso de confianza, fraude o cualquier otro acto que sea sancionado por las leyes y realizado dentro del restaurante y entre compañeros.

Cambiar cheques, cancelar cuentas y recibir cheques o valores sin el permiso y autorización del funcionamiento a cargo o gerencia o su departamento.

Causar daño de cualquier naturaleza a las pertenencias de los compañeros de labor.

Vender o promocionar cualquier clase de mercadería, joyas, ropa, etc., dentro de los horarios de trabajo y sin autorización respectiva.

Solicitar dinero bajo cualquier pretexto a los clientes del restaurante.

Tomar artículos elaborados tales como comestibles, licores, refrescos, etc., sin el permiso del administrador, no se deberán dejar malograr o desperdiciar los alimentos adquiridos para preparaciones sobre todo en el personal que labora en cocina.

Golpear, injuriar o agredir grave o levemente a cualquier cliente, o compañero de labores.

Trabajar para otra persona natural o jurídica o por cuenta propia en actividades afines a las del restaurante.

Negarse a obedecer una orden verbal de su jefe inmediato o administrador o el caso omiso de las políticas que disponga la administración. Considerando como política a los manuales operacionales y de estándares y a sus anexos. Efectuar trabajos que sin el entrenamiento previo le capacite su ejecución.

Fumar o prender fuego en sitios peligrosos que puedan causar incendios, explosiones o daños a las instalaciones de la empresa.

Bloquear el acceso a salidas de emergencia extintores, gabinetes contra incendio, alarmas y paneles eléctricos.

Reparar o accionar maquinaria, equipos eléctricos, sin contar con los debidos conocimientos técnicos y sin previa autorización superior.

Utilizar anillos, esclavas, relojes, cadenas, etc., mientras trabaja en máquinas o sistemas eléctricos.

EL ÁREA DE LA COCINA

El personal que trabaja en la cocina deberá observar las siguientes reglas de seguridad:

El persona que tenga colocado un marcapasos no deberá utilizar hornos de microondas. Eso altera el ritmo cardíaco.

Cuando detecte olor a gas, no encienda ninguna de las cocinas, hornos, freidoras, u otros similares, como tampoco aquellos que produzcan chispas.

No guardar en las áreas de las cocinas recipientes con combustibles inflamables, como gasolina, diesel, alcohol, tiñer, etc.

Siempre deberán verificar que los pilotos de las cocinas de gas estén prendidos permanentemente.

Cuando se dañe una cocina, horno u otra maquinaria de trabajo, no intente repararla, llame al técnico de mantenimiento.

Cuando haya terminado las labores con equipos cuyo funcionamiento sea a gas o eléctricas estos deben ser apagados o desconectados aunque sea momentáneamente.

Cuando use detergente u otros agentes limpiadores para el lavado de vajilla, cocinas o pisos, deberán usar guantes de caucho apropiados.

Antes de ingresar a las cámaras frigoríficas, deberá colocarse el equipo apropiado para el efecto, como es la chompa con capucha, guantes y botas.

Verificar diariamente que el dispositivo de emergencia para personas que se encuentran atrapadas en el interior de las cámaras frigoríficas esté en buen estado y trabajando.

No hacer bromas o jugar con cuchillos u otros objetos que puedan causar daños físicos.

DE LAS SANCIONES

La inobservancia de las normas establecidas en el presente Reglamento interno, dará lugar a sanciones y multas de conformidad con las disposiciones legales del código de trabajo.

Se consideran faltas leves aquellas que se producen por incumplimiento de las normas de seguridad e higiene del presente reglamento, pero que no ponen en peligro la seguridad física de otros y de las instalaciones del restaurante y si el trabajador del mismo la comentaría será amonestado verbalmente por parte del administrador.

Las faltas mayores son aquellas cuando por negligencia, inobservancia de la ley o imprudencia profesional, el trabajador haya originado un alto riesgo para la salud e integridad física de otros trabajadores y de las instalaciones o cuando reincida en cometer hasta tres faltas leves. Por faltas mayores recibirá amonestación escrita por parte del jefe inmediato y multa de hasta el 10% del salario diario del trabajador amonestado.

Son faltas graves aquellas que han originado lesiones a los trabajadores o compañeros de trabajo por la reincidencia de dos faltas mayores o a las que se originen por imprudencia extra profesional.

En caso de faltas graves la gerencia puede dar por terminado el contrato de trabajo de conformidad con lo establecido en la ley del código de trabajo.

ETAPA 4. PLAN DE MARKETING

Cuadro N° 04. 40 PLAN DE MARKETING.

FASES DEL PLAN DE MARKETING	
Fase I: Descripción de la organización turística objeto de estudio	Descripción de los procesos estratégicos, operacionales y/o soporte y apoyo
	Descripción del propósito estratégico del negocio (misión, visión, objetivos estratégicos)
Fase II: Análisis de la situación actual y exploración del entorno de la organización turística objeto de estudio	Análisis de las variables del macroentorno
	Valoración retrospectiva
	Estudio de los atributos motivacionales de los clientes
Fase III: Análisis de los canales de distribución y gestión de ventas	Canales de distribución
	Comunicación con el exterior/interior
	Comercialización del producto/servicio
Fase IV: Análisis de la competencia	Diferenciación segmentación competitiva
	Precios de la competencia
	Estrategia y posicionamiento
	Canales de distribución
Fase V: Segmentación de mercados	Estudios de segmentos actuales
	Estudios segmentos potenciales
Fase VI: Objetivos estratégicos y comerciales	Objetivos financieros
	Objetivos comerciales
Fase VII: Estrategias de marketing	Producto
	Precio
	Distribución
	Comunicación
Fase VIII: Estrategias tácticas	Programa de acción y presupuesto

FUENTE: Phd. LEONARDO CUÉTARA

DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA OBJETO DE ESTUDIO

En esta fase se describen los procesos estratégicos, operacionales y todo el soporte y apoyo requerido para el funcionamiento del restaurante:

- Alimentos y bebidas
- Gestión estratégica
- Gestión de RRHH
- Gestión comercial
- Aseguramiento
- Gestión de compras
- Gestión de otros servicios
- Gestión de la calidad
- Atención al cliente
- Gestión Financiera

DESCRIPCIÓN DEL PROPÓSITO ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO (MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS)

NUESTRA MISIÓN

Ofrecer un servicio de primera calidad donde el cliente deguste en un ambiente ameno y confortable de todas las delicias gastronómicas manabitas con un toque gourmet de exquisitez y excelencia.

NUESTRA VISIÓN

Ser un restaurante gourmet líder a mediano plazo, en ofrecer a nuestros clientes un servicio de comida manabita, digno de la tradición de la gastronomía manabita y alcanzar el reconocimiento de nuestros clientes a nivel nacional e internacional.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Gestión del servicio gastronómico y cocina
- Gestión económico financiero
- Gestión comercialización

- Gestión de talentos Humanos
- Compromiso sostenible con el ambiente

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y EXPLORACIÓN DEL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA OBJETO DE ESTUDIO.

Análisis de las variables del Macro entorno.

Cuadro Nº 04. 41 VARIABLES ANALIZADAS PARA DETERMINAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL OBJETO DE ESTUDIO.

PROBLEMAS	CAUSAS	POSIBLES SOLUCIONES
Demora en la entrega de platos al comensal	No tener todos los ingredientes listos y debidamente pre-preparados	Organizar los menús según la demanda
Falta de motivación	Salario Falta de estimulación a los trabajadores	Buscar alternativas para lograr el pago de estimulación
La presentación de los platos	Falta de capacitación	Estimular mediante cursos y capacitaciones de decoración y garnish
Insuficiente atención y limpieza en el comedor de empleados	Escasez de personal	Buscar alternativas para incorporar personal
Ubicación de los restaurantes	Demanda de clientes	Mejorarlos ambientes dependiendo de la ubicación
Pérdida del potencial gastronómico manabita	Carencia de emprendimiento	Convenios con instituciones que fomenten el emprendimiento

FUENTE: HENRY COVEÑA Y BETTY LOOR

ANÁLISIS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y GESTIÓN DE VENTAS

La distribución y gestión de ventas se enmarca en el mercado local del objeto de estudio, sin dejar a lado a la demanda extranjera, mediante el uso de la tecnología y medios de publicidad.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

DIFERENCIACIÓN SEGMENTACIÓN COMPETITIVA

La oferta actual de restaurantes gourmet en la ciudad de Manta tiene una demanda de consumidores que se encuentran en una edad media-alta y con preferencia culinaria a la comida internacional y los mariscos.

PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Los precios varían dependiendo del tipo de comida, ubicación, temporada del año, servicio e impuestos. Ya que los restaurantes en la ciudad de Manta no cuentan con una regulación en sus precios, ni valores estandarizados por asociaciones de restaurantes o por Ministerios competentes.

ESTRATEGIA Y POSICIONAMIENTO: PASOS DE SERVICIO PARA SER MÁS COMPETITIVOS

PASOS	TIEMPO
Saludar y toma de orden de bebidas	Inmediatamente
Entregar bebidas y tomar orden entradas	3-6 minutos
Entregar pan y mantequilla	2-3 minutos
Entregar entradas	5-8 minutos
Check back	2-3 minutos
Entregar sopas y ensaladas	4-7 minutos
Check back condimento y barberos	2-3 minutos

Pre – limpieza	Antes Fuerte
Entrega plato fuerte	7-10 minutos
Check back	2-3 minutos
Ofrecer postres digestivo e imprimir la cuenta	4-7 minutos
Entregar postres café o digestivo	4-7 minutos
Check back entrega cuenta	2-3 minutos
Cambio y despedida	4-7 minutos

DETALLES PARA MEJORAR EL SERVICIO

- Hacerle sentir al cliente que es una persona muy importante
- Ser unos buenos guías para el turista que llegue por primera vez a nuestra ciudad y restaurante.
- Darle la bienvenida al cliente al saludarle y pedirle que nos visite en otra oportunidad al despedirle.
- Mejorar nuestro comportamiento en el trabajo y con nuestros compañeros.
- Esmerarse cada día dando un poquito más, cada segundo extra que se trabaje hacerlo muy bien.
- Mejorar la calidad de servicio haciendo que se sienta como en su casa.
- Mejorar tono de voz en las llamadas telefónicas, poner siempre una sonrisa en la voz.
- Tratar de grabarse los nombres de las personas claves de las empresas para dar un trato personalizado.
- Coordinación, presentación y dedicación.
- Amabilidad ante el cliente con una frase o sonrisa espontánea.
- Anticiparnos a las necesidades del cliente ofreciendo nuestros servicios y las instalaciones del establecimiento.
- Mejorar la manera de detallar los platos al sugerirlos.
- Mantener siempre limpia nuestra área de trabajo.

- Saludar al cliente por su apellido si ya es conocido y nos visita con frecuencia.
- Preguntarle al cliente si el servicio está a su gusto.
- Comunicación interdepartamental.
- No dejar “cabos sueltos”.
- Apoyo a las tareas de otros departamentos.
- Ser ordenado y rápido
- Saber que hay en casa para vender.
- Compartir y aprovechar más los espacios.
- Mejorar la iluminación.
- Investigar sobre temas incluso no relacionados con el trabajo.
- Trabajar en equipo.

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Según el tipo de profesión de los encuestados se procedió a realizar la segmentación de mercado basándose en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 04. 42 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Ingeniero	13	13.0	13.0	13.0
Abogado	6	6.0	6.0	19.0
Arquitecto	1	1.0	1.0	20.0
Doctor	13	13.0	13.0	33.0
Licenciado	1	1.0	1.0	34.0
Otros	66	66.0	66.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

FUENTE: HENRRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Es así que el mercado se lo dividió en 6 segmentos dentro de los cuales se evaluaron las preferencias culinarias de los mismos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y COMERCIALES

OBJETIVOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

Mediante la propuesta recuperar la inversión a mediano plazo, manteniendo una posición financiera estable con un margen de utilidad rentable, sin descuidar obligaciones e impuestos.

OBJETIVOS COMERCIALES

Establecer convenios estratégicos con nuestros proveedores de productos de primera calidad, empresas corporativas, instituciones públicas o privadas entre las cuales requieran de nuestros productos y servicios.

METAS OPERATIVAS PARA LA GESTIÓN DE MERCADO

- Implementar un sistema adecuado para el manejo y control de alimentos y bebidas aplicando las técnicas de manipulación de alimentos, congelación, descongelación, cocción entre otras.
- Generar eventos culturales en los espacios verdes de nuestro restaurante.
- Utilizar la mejor materia prima y evitar la merma
- Trabajar periódicamente en cursos de capacitación al personal.
- Optimizar el servicio VIP en el restaurante.
- Utilizar de una manera óptima el registro histórico de clientes y su actualización periódica.
- Innovación en la tecnología de sistemas de cuentas y contabilidad aplicando un software como el Orión PLUS, que es un programa administrativo y contable.
- Optimizar el sistema eléctrico

- Señalización de los espacios verdes.
- Implementar un sistema adecuado para el manejo y control de residuos sólidos y líquidos.

DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING GASTRONÓMICO

En el siguiente cuadro se resumen las estrategias de marketing empleadas en la realización del presente trabajo:

Cuadro Nº 04. 43 *ESTRATEGIAS DE MARKETING GASTRONÓMICO EMPLEADAS EN EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE TIPO GOURMET EN LA CIUDAD DE MANTA.*

	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDAD
ESTRATEGIAS DE SERVICIO	Disminuir los gastos administrativos y operativos del servicio	Analizar todas las actividades operacionales del restaurante	Plan de mejoramiento continuo	Revisión diaria de las actividades mediante check list
				Reporte diario de inventario de productos sensibles y arqueo de caja
				Inventario general de bodega semanal y consolidación de faltantes y sobrante de caja
	Estandarizar la preparación de recetas para garantizar la satisfacción del consumidor	Mantener por escrito las recetas	Recetario y manual de preparación	Recolectar la información del personal de cocina por escrito

				<p>Analizar los datos obtenidos con el chef para verificar la exactitud de las medidas y porciones</p>
				<p>Realizar un control trimestral del cumplimiento de las recetas establecidas</p>
	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDAD
ESTRATEGIAS DE PRECIO	Planificar los gastos de acuerdo al presupuesto establecido y al costo meta	Revisión periódica de costos para obtención de precios a la venta	Revisión mensual de precios de mercado de los insumos utilizados	<p>Analizar los precios de insumos entre al menos tres de nuestros proveedores</p>
				<p>Definir el punto de equilibrio para el precio</p>
	Mantener nuestros precios actualizados dentro del rango del sector	Revisión periódica de los precios de la competencia	Monitoreo mensual de los competidores directos	<p>Visitas mensuales de tipo "cliente fantasma" a los tres principales competidores</p>
Fidelizar la clientela y elevar los índices de consumo	Establecer tarifas de descuento por frecuencia o volumen de consumo	Políticas de descuento u obsequios por visita recurrente o consumo de grupo	<p>Incentivos para clientes frecuentes como obsequios de cumpleaños, aniversarios o fechas definidas</p>	

				Paquetes promocionales para grupos, según las alianzas estratégicas con agencias de viajes
	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDAD
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	Definir nuevas formas de promoción para alcanzar segmentos no atendidos	Análisis de definición de clientes potenciales y futuros nichos de mercado	Levantar una base de datos de clientes potenciales en base a referencias de clientes actuales	Entregar incentivos a clientes que recomienden nuestro restaurante entre sus amigos de forma efectiva
				Preparar combos que deban ser consumidos por más de una persona
	Incrementar la base de clientes y conseguir repetición de visitas	Establecer campañas de promoción directa entre los clientes potenciales del sector	Programación y ejecución de las campañas	Diseñar un evento de degustación para promover platos nuevos o aquellos de bajo consumo
Visibilizar nuestros productos y el local entre nuestros clientes	Diseñar una campaña de marketing electrónico para difundir promociones y menús diarios	Crear páginas públicas en las principales redes sociales para que nuestros seguidores obtengan beneficios	Monitoreo de incremento de visitas y seguidores	
			Actualización diaria de sugerencias de menú y promociones	

	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDAD
ESTRATEGIAS DE PLAZA	Establecer de manera puntual la cercanía entre los clientes y el restaurante, al igual que difundir su ubicación	Establecer un mapa de cobertura	Difundir entre los clientes un mapa que indique su cercanía en minutos hacia nuestro local	Evaluar la efectividad de la campaña a través de comentarios, etiquetas y publicaciones de los usuarios desde el local
				Reparto de volantes en empresas cercanas
				Identificar desde las redes sociales la ubicación del local vía GPS para que los clientes lo ubiquen desde sus dispositivos móviles

FUENTE: HENRRY COVEÑA Y BETTY LOOR

Estrategias de promoción y publicidad

“La publicidad, la venta directa y la promoción de ventas son los principales métodos utilizados para fomentar la venta de un artículo.

Por promoción y publicidad en la empresa entendemos el conjunto de tareas orientadas a fomentar el prestigio, popularidad, uso o consumo de determinado producto. Con el propósito de acrecentar cuantitativa y cualitativamente su valor.

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto o probado. La mayoría de las empresas consideran que la publicidad es esencial para fomentar las ventas, por lo que destinan cuantiosas sumas de sus presupuestos para contratar agencias de publicidad especializadas”.

Partiendo de este concepto, se dio a conocer los medios de publicidad que se utilizaron para dar a conocer los productos que se ofrecen en el restaurante y la ubicación del mismo.

Planificación del producto

El nombre que se escogió para el proyecto del restaurante gourmet fue Costa Restaurante, debido a su ubicación en la vía a la playa y por la comida que se ofrecerá principalmente mariscos y comida típica manabita a lo gourmet.

En “Costa Restaurante” el menú tendrá una combinación entre comida típica manabita y delicias del mar, con un alto toque de estilo gourmet.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Guías de restaurantes en internet

En cuanto a guías están: www.tavolaecuador.com y www.restaurantes.com dos guías de restaurantes completas con información actualizada, las cuales son muy visitadas, ya que poseen datos como: nombre del restaurante, tipo de ambiente y comida, precio por persona, dirección, galería, además se puede publicar promociones y descuentos especiales.

Directorio de Restaurantes

La Dirección de Turismo de la ciudad de Manta registra a todo establecimiento hotelero, restaurantes y afines valiéndose de un trámite legal correspondiente para su funcionamiento.

Página WEB para la promoción de la oferta gastronómica gourmet

Se contará con una página web propia donde el cliente podrá ver detalladamente el menú, carta de bebidas, promociones del día, precios, etc. Y podrá hacer reservaciones en línea o telefónicamente.

COMUNICACIÓN

Periódicos

En la prensa escrita se escogió el Diario La Marea y Diario La Hora Manabita, por ser los de mayor circulación en la ciudad.

Cena de inauguración

Para la inauguración se prevé organizar una cena, con invitados de la municipalidad, empresarios importantes, gente de la televisión.

Trípticos, postales y adhesivos

Este tipo de material será repartido en diferentes sitios claves como gasolineras, Dirección y Cámara de Turismo, Malecón Escénico y en las terminales aérea, portuaria y terrestre.

Difusión radial

Para efectuar la promoción del restaurante se escogió a Radio Costamar de la ciudad de Manta, Radio Amiga y CC Radio de Portoviejo.

Estrategias tácticas

Se encuentra detalladamente expuesto en los resultados.

ETAPA 5. SEGURIDAD ALIMENTARIA

En este procedimiento se describe la sistemática a seguir para llevar a cabo el cuidado de los alimentos y su salud, al mismo tiempo que controlar la manipulación de los mismos en base a la normativa vigente.

El proceso empieza con las actividades de manipulación de alimentos, y termina con las tareas propias para el tratamiento de los desechos producidos.

Responsable de cocina:

- Verificar que las instalaciones de cocina se encuentran en condiciones de higiene seguras.
- Verificar que el personal a su cargo cumple las normas de higiene de manipuladores de alimentos.
- Personal de restaurante/cocina: Conocer y aplicar durante la realización de las tareas asignadas las recomendaciones del presente procedimiento.

PROCESOS RELACIONADOS

- Gestión de instalaciones y mobiliario.
- Confección de Menús.
- Planificación del Servicio y Talento Humano.
- Atención al cliente.
- Aprovisionamientos y almacenamiento.

MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

En todas las actividades de manipulación y elaboración de alimentos se respetarán las condiciones de higiene y conservación establecidas en los códigos alimentarios.

Las zonas destinadas a la manipulación y preparación de alimentos deben disponer de las condiciones ambientales adecuadas de aireación, temperatura, iluminación, etc. Se distinguirán al menos tres zonas de preparación de alimentos, que deberán estar físicamente diferenciadas y con la identificación adecuada. Estas zonas son:

- Zona de frío: con zonas específicas para carnes, pescados, verduras / ensaladas / fruta, lácteos/ huevos y varios (fiambres, ahumados, etc.).
- Zona de caliente (destinada a la preparación de alimentos mediante calor).
- Zona de pastelería/ panadería (cuando es de elaboración propia).

Todo el personal asignado a la preparación de alimentos conocerá dichas zonas y los diferentes tipos de preparación que se pueden llevar a cabo en cada una de ellas.

LA ZONA O CUARTO DE FRÍO GARANTIZARÁ LOS SIGUIENTES REQUISITOS MÍNIMOS:

- Una temperatura estrictamente inferior a 18° C.

- Lavamanos de agua fría y caliente de uso exclusivo, de accionamiento no manual, dotado con jabón o desinfectante adecuado y papel de secado de un solo uso.
- El tiempo de exposición de los alimentos será estrictamente inferior a 20 minutos. La zona de preparación de los alimentos cocinados mediante calor, dispondrá de la ventilación, sistema de renovación periódica del aire y sistema de extracción de humos adecuada. La limpieza de filtros y conductos debe asegurar las condiciones de higiene en la zona de preparación en caliente.

Toda manipulación de alimentos, previa a su preparación en caliente, se realiza en zona suficientemente fría para asegurar que no se desencadenan procesos de descomposición.

En general, las superficies de trabajo (mesas, encimeras, tablas de cortar) serán de material adecuado, de fácil limpieza, teniendo dicho material las superficies lisas (acero inoxidable, mármol, etc.) En la medida de lo posible no existirán superficies de trabajo con juntas o uniones que faciliten la acumulación de suciedad y gérmenes.

PERSONAL Y CONDICIONES DE HIGIENE DE COCINAS

- Todo el personal del establecimiento que tenga contacto con los alimentos debe recibir la formación exigida en la legislación vigente referente a manipuladores de alimentos.
- Para el trabajo en cocina, el personal deberá disponer de las siguientes condiciones de higiene personal:
 - Limpieza corporal.
 - Pelo limpio, recogido y cubierto.
 - Limpieza de manos: uñas limpias y cortas.
 - Lavado de manos antes de empezar el trabajo de cocina y después de cada pausa.

- No portar anillos, pulseras, relojes de mano, así como otros objetos que puedan ocasionar accidentes y sean puntos de acumulación de restos alimentarios.
- Secado de manos: uso de rollos de papel, no utilizando en ningún caso toallas colectivas.
- Vestimenta de trabajo limpia, zapatos limpios y no deslizantes. Uso obligatorio de calcetines.
- Acceso a cocina sólo el personal autorizado.
- Está expresamente prohibido fumar y comer en cocina.

REGLAS GENERALES DE HIGIENE EN LA MANIPULACIÓN Y PREPARACIÓN DE ALIMENTOS

- No utilizar directamente las manos como utensilios en la preparación de los platos una vez elaborados y en los rellenos de algunos alimentos. Usar guantes de látex con garantías higiénicas y no reutilizables.
- Toda persona con enfermedades contagiosas o enfermedades de piel, heridas sangrantes, no podrán trabajar en cocina en los procesos de manipulación y elaboración de alimentos. En caso de heridas en dedos o en manos son cubiertas con guantes de látex.
- Evitar absolutamente la entrada de animales vivos en recintos de cocina y, en general, donde hay productos alimentarios.
- Todos los alimentos que procedan de platos o mesas del servicio al cliente deben ser tirados al contenedor de desperdicios.
- De manera general es obligatoria la aplicación de la normativa de salud alimentaria y el control de puntos críticos. (Real Decreto 2207/95)
- No se pueden utilizar trapos de cocina (en ciertos casos, se permite su uso para la manipulación de recipientes cuya temperatura es mayor a los 60º, por ejemplo las ollas calientes, pero nunca para limpieza y manipulación de alimentos). Estos deberán ser de un solo uso.

TRATAMIENTO DE DESPERDICIOS

- La basura habrá que recopilarla en recipientes tapados continuamente, en cubos con pedal, los cuales disponen de bolsa para evitar en la medida de lo posible el contacto directo de la basura y el recipiente.
- Los recipientes de basuras y papeleras del área de cocinas deberán lavarse cotidianamente, con agua caliente, detergentes adecuados y desinfectantes. La frecuencia de lavado será semanal y existirá una planificación previa que se asegure que esta actividad se realice.
- Al menos diariamente y cada vez que sea necesario se sacan las bolsas de basura y serán llevadas a una zona aislada donde los olores no afecten a los alimentos.
- Los desperdicios serán segregados según su origen: restos orgánicos de alimentos, vidrios, plásticos, papel y cartón, tejidos, etc., con arreglo a las disposiciones municipales o a las políticas del restaurante.
- Además, cada recipiente de basura deberá estar perfectamente identificado, indicando el tipo de basura o desecho al que está destinado su uso.
- En el movimiento de basuras y desperdicios, éstas no se cruzarán con la zona de preparación y elaboración de alimentos. La ubicación de basuras y desperdicios será en zonas no visibles para el cliente.
- La zona destinada al almacenamiento de basura debe disponer de la aireación adecuada de manera que no permita la concentración de olores. Sus paramentos y pavimentos deben ser de material impermeable y de fácil limpieza.

LAVADO DE MENAJE Y ZONA DE COCINA

- La limpieza de maquinaria y lavado del menaje se realiza después de cada servicio de comidas y ha de hacerse respetando tanto el método de limpieza, temperatura (80° mínimo para vajilla, cubertería, etc.) y tipos de productos (detergentes y otros que aseguren la desinfección).
- Todos los utensilios defectuosos o dañados deberán ser eliminados de la circulación con el fin de evitar ser puesto nuevamente en el servicio al

cliente. Toda la maquinaria e instalación del servicio de cocina está sujeta a un plan de limpieza y mantenimiento.

- Los productos utilizados para la limpieza y lavado de útiles de cocina mantendrán permanentemente su identificación con las correspondientes advertencias de uso.
- Estos productos se corresponden con las recomendaciones ecológicas establecidas y se evita que dejen restos de olor en los útiles de cocina y restauración

ETAPA 6. ELABORACIÓN DEL MENÚ GOURMET

RECETARIOS PARA EL MENÚ (ENTRADAS)

NOMBRE: Hayacas de pollo



INGREDIENTES

Para 6 personas

500 gr de harina de maíz
1000 ml de fondo de pollo
60 gr de manteca de chanco
300 gr de pollo mechado
50 gr de cebolla blanca
50 gr de pimienta verde
30 ml de aceite de achioté
90 gr de mani en pasta
30 gr de pasas
100 gr de huevo duro
10 Hojas de plátano

NOMBRE: Humitas



INGREDIENTES PARA 6 PERSONAS

6 tazas choclo ma duro desgranado
60 gramos manteca de cerdo,
1 cucharada azúcar,
3 unidades huevo
18 unidades hoja de choclo,
120 gramos Mantequilla
250 gramos queso fresco
2 cucharaditas leva dura en polvo,
sal, al gusto

NOMBRE: Pan de yuca



INGREDIENTES

PARA 10 PERSONAS

500 gramos queso molido,
1 unidad huevo,
Leche, al gusto
250 gramos almidón de yuca,
1 cucharadita polvo de hornear

NOMBRE: Corviches de pescado



INGREDIENTES PARA 10 PERSONAS

4 unidades plátano verde
500 gramos filete de pescado, 2 cucharadas cilantro picado,
2 cucharadas manteca con achioté,
Aceite para freír al gusto
Pimienta, al gusto
60 gramos mani tostado y molido,
4 cucharadas cebolla blanca
Sal, al gusto picada,
Comino molido al gusto
1 unidad tomate,

NOMBRE: Salprieda



INGREDIENTES PARA 6 PERSONAS

500 gramos maíz tostado,
500 gramos mani tostado y pelado
1/2 cucharadita pimienta molida,
Achioté, al gusto
Sal, al gusto

NOMBRE: Carapachos Rellenos



INGREDIENTES PARA 8 PERSONAS

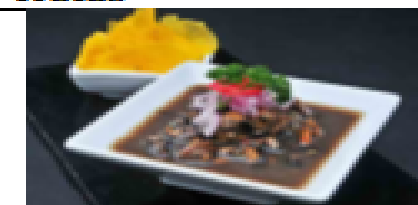
8 unidades cangrejo,
1 unidad pimienta verde
4 unidades huevo,
2 unidades cebolla ~~paitiña~~
1 cucharada cilantro en polvo,
Bizcocho molido, 1 taza
Aji, al gusto
2 cucharadas mantequilla, comino, al gusto
Pimienta, al gusto
Sal, al gusto

NOMBRE: Cazuela de pescado**INGREDIENTES PARA 6 PERSONAS**

Corvina en filetes, 500 gramos
 Manti tostado, 120 gramos
 pimienta rojo, 2 unidades
 Cilantro picado,
 2 cucharadas aceite con achiote, 1/4 taza
 Comino, al gusto
 Sal, al gusto
 Plátano verde pelado, 3 unidades
 Plátano verde pelado, 3 unidades
 Agua hirviendo, 1/2 litro
 Harina de trigo, 2 cucharadas
 Orégano, al gusto
 Pimienta, al gusto

NOMBRE: Bollo de plátano**INGREDIENTES**

150 gr de tilapia
 50 gr de tomate mediano
 10 u. de ajo
 50 gr de cebolla *paiteña* (juliana)
 50 gr de cebolla *paiteña* (fino *brunoise*)
 50 gr de pimienta verde (juliana)
 4 u. de hojas de plátano para envolver
 250 gr de fondo de pescado
 40 gr de pasta de mani
 100 gr de plátano verde
 20 gr de achiote
 Sal, pimienta, comino c/n

NOMBRE: Ceviche de concha**INGREDIENTES**

50 u. de conchas negras
 250 gr de cebolla *paiteña*
 12.5 gr de salsa inglesa
 Jugo de 6 limones sutil
 Sal y pimienta c/n
 15 gr de ají puro licuado
 15 gr de culantro
 Acompañamiento
 Chifles

NOMBRE: Encebollado de pescado**INGREDIENTES**

100 gr de albacora
 800 gr de tomate
 800 gr de yuca
 400 gr de cebolla *paiteña*
 25 gr de ají en polvo
 Achiote
 Sal Y Pimienta
 Comino
 50 ml de zumo de limón
 20 ml de aceite

NOMBRE: Empanaditas de verde**INGREDIENTES:**

3 plátanos verdes
 5 gr de huevo
 20 gr de achiote
 1 cebolla blanca
 sal al gusto
 300 gr de queso fresco y rallado
 Cilantro picado al gusto
 1 litro de aceite

PLATOS FUERTES

NOMBRE: Camotillo frito



Ingredientes

1 camotillo grande
Sal al gusto
Pimienta al gusto
1 diente de ajo

NOMBRE: Seco de costilla



para 6 personas

Ingredientes

880 gr de costilla de cerdo
60 ml de achiote
200 gr de cebolla **pajeta**
80 gr de cebolla blanca larga
120 gr de zanahoria
160 gr de pimienta
8 gr de ajo
400 gr de tomate
15 gr de cilantro
15 gr de perejil
1 u. hoja de laurel

NOMBRE: Viche de pescado



INGREDIENTES para 6 personas:

1000gr de camarones con cabeza
60 gr de hierbas y especias
100gr de cebolla verde picada
100 gr de pimienta verde picado fino
4 dientes de ajo machacados y picados
15 gr de comino molido
15 gr de orégano
30 gr de cilantro
100 gr de cebolla **pajeta**
50 ml de aceite de achiote

SOPA

600gr de verdes dominicos
200 gr de maduro picados en cubitos
250 gr de camote molido en cubos
250 gr de zapallo en cubos
500 gr de yuca picadas en cubo
1000 gr de pepino grande pelado, despapado y cortados en rodajas.
250 gr de frejol largo en taquitos
250 gr de habichuelas
400 gr de choclos en rodajas
100gr achogchias picadas en cuadros
125gr de mani
Sal
Pimienta negra molida

Bolas

600 gr de platanos verdes dominicos
200 gr de sal prieta
20 ml de aceite **achioteado**
Sal y pimienta c/in

NOMBRE: Seco de pollo criollo



INGREDIENTES PARA 4 PERSONAS


1,1/2 kilo pollo en trozo
1 unidad cebolla **pajeta**
, 2 cucharadas aceite con achiote
Cilantro al gusto
1 unidad pimienta, sal, al gusto
Pimienta, al gusto
Comino molido, 1 cucharadita
3 dientes de ajo

NOMBRE: Torta de maricon



Ingredientes

3 platanos verdes machados
2 cebollas rojas finamente picadas
2 tomates picaditos
2 pimientos picados
125 gr de pasta de mani
1/4 libra de pescado fileteado
1/4 libra de camarón
2 ~~gr~~ de ajo
Cilantro picado
Comino
Sal y pimienta

NOMBRE: Langostinos al vino	NOMBRE: Guisita de mondongo	Para preparar la guisita
		¼ taza de mantequilla de ajónjolí (sin sal) 3 cucharadas de mantequilla 1 taza de cebolla esbranada o roja, picada 2 tazas de cebolla blanca, picada ¼ pimienta (rojo o verde), picado 1 tomate, pelado, sin semillas y picado 4 dientes de ajo, picaditos 2 cucharaditas de achiote molido 1 cucharadita de comino molido 1 cucharadita de orégano seco
INGREDIENTES PARA 6 PERSONAS 1 kg de langostinos 6 dientes de ajo 2 tomates en cuadritos Cilantro al gusto El zumo de 4 limones ¼ copa de vino blanco 4 cucharadas de aceite de oliva extra Sal Pimienta	INGREDIENTES: Para 10 personas Para cocinar el mondongo 2 libras de patas de res o mondongo, también conocido como filete, calles o morado Jugo de 1 limón 10 tazas de agua 5 ramitas de cilantro o culantro 4 dientes de ajo, machacados 1 cucharadita de comino molido	4 papas blancas, peladas y cortadas en cubitos pequeños Sal y pimienta al gusto Acompañantes - Arroz, cebollitas escaldadas, rodajas de tomate y aguacate, y ají

POSTRES

NOMBRE: Natilla casera	NOMBRE: Manjar de leche	NOMBRE: Rompope
		
Ingredientes: 2 litros de leche 2 tazas de fécula de maíz 1 libra de panela raspada 4 anillas de canela 2 cucharadas de mantequilla 1 cucharada de canela en polvo	Ingredientes: 2 litros de leche 2 libras de azúcar 2 rajitas de canela 2 cucharaditas de vainilla	INGREDIENTES PARA 4 PERSONAS leche, 3 tazas vainilla en polvo, 1/2 cucharadita clara de huevo, 3 unidades azúcar, 500 gramos yema de huevo, 6 unidades aguardiente puro, 1 taza

NOMBRE: Alfajores	NOMBRE: Troliches
	
Ingredientes: Harina, azúcar, yemas de huevo, royal, vainilla, manteca de cerdo, relleno de manjar.	Ingredientes: Leche, azúcar, harina de arroz, canela en ramas.

BEBIDAS

NOMBRE: Jugo de badea



INGREDIENTES

1 litro de agua
1 badea bien madura
Azúcar al gusto 1 Cucharada de canela en polvo
Hielo picado

NOMBRE: Jugo de guanábana



INGREDIENTES

1 guanábana mediana
1 litro de agua
Azúcar al gusto
vainilla

NOMBRE: Jugo de sandía



INGREDIENTES

La mitad de una sandía, sin semillas
- 2 cucharadas de azúcar
- 1/2 taza de agua fría

Vinos



Gaseosas



4.5 LEGISLACIÓN TURISTICA

ETAPA 2. PLAN LEGAL DE CONSTITUCIÓN.

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la última papeleta de votación.
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, y del recibo de pago del impuesto predial al día o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado en un juzgado.
9. Copia de la Patente Municipal (Rentas Ventanilla N°1
(Requisitos nuevos: Copia de la Cédula de Ciudadanía, Copia del último certificado de Votación, Planilla de algún Servicio Básico)
10. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
11. Copia del Certificado Ambiental (Emitido por el Departamento Municipal de Medio Ambiente: Oficina: Santa Martha)
12. Inventario valorado de la empresa firmado bajo responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. (LOCALES NUEVOS)
13. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
14. Copia del certificado de Salud.
15. Traer una carpeta.

DISCUSIÓN

La infinidad de riquezas y la gran cantidad de recursos que posee Manabí, desde las culturales, las naturales y las gastronómicas, entre otras, pero especialmente en las gastronómicas, donde poseen recursos y alimentos elaborados con bases en las tradiciones ancestrales con maíz, maní, plátano, yuca, zapallos, cuyos sabores son parte de la cultura típica provincial y le dan ese encanto tan propio único de la mezcla de elementos del mar, del campo y de la montaña.

La propuesta de potencializar la comida tradicional manabita a través de la creación de un restaurante gourmet nació con el afán de no dejar perder esos sabores tradicionales, darles un nuevo giro culinario y presentarlos a todos los turistas nacionales e internacionales para saber el grado de aceptación de la propuesta, para eso se emplearon encuestas, que una vez ya analizadas dieron indicios positivos del grado de aceptación al implementarse un restaurante gourmet de comida manabita; algo que se dio a notar, fue que dentro del rango de encuestados la mayoría fueron mujeres profesionales o en procesos de estudio, que la oferta que el restaurante ofrece les parece muy buena y los valores que pagarían por ello les pareció justo siempre y cuando el servicio sea excelente.

Este establecimiento, el “Costa Restaurante” está ubicado en la vía Barbasquillo, cuenta con un presupuesto de \$ 130.000,00 listo para implementarse, además tiene dispuestos todos los manuales y textos administrativos necesarios para un buen funcionamiento como también se controla y certifica la seguridad y calidad alimentaria de los productos.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los principales resultados de la investigación desarrollada y complementando los objetivos formulados y la pregunta científica, corresponde presentar las principales conclusiones de carácter teórico y práctico referidas a la problemática u objeto de estudio:

- Se logra sistematizar los principales conceptos teóricos para la elaboración del marco referencial de la investigación, atendiendo a los principales enfoques relacionados con la temática, a partir de la revisión de una actualizada bibliografía publicada en diferentes formatos lo que constituye el basamento científico para el diseño de un restaurante gourmet de comida manabita en el cantón Manta, provincia de Manabí.
- La propuesta de un diseño metodológico satisface los requerimientos mínimos para la creación de un restaurante gourmet, logrando complementar las diferentes fases, etapas, métodos y procedimientos referenciados en la literatura consultada, lo que justifica su valor práctico y metodológico.
- Dentro del estudio técnico, que incluyo desde la infraestructura hasta la decoración, el presupuesto calculado fue menor al estimado, dando un beneficio económico al propietario de \$25200.
- El plan de marketing involucro todos los aspectos necesarios para que la empresa entrara en operatividad desde la designación del nombre, misión, visión, objetivos estratégicos comerciales hasta las estrategias de marketing como la plaza en la que se va a desarrollar, el producto, precios, distribución y comunicación del mismo.
- Los resultados de la investigación demuestran su viabilidad y factibilidad en cuanto a la propuesta del diseño de un restaurante gourmet, a partir de nuevas ofertas y servicios de restauración, fuentes de empleo, mejoramiento de la calidad de vida, programas turísticos del territorio.

5.2. RECOMENDACIONES

Descrita las principales conclusiones de carácter teórico y práctico derivadas del proyecto de investigación corresponden describir un conjunto de recomendaciones, que deben contribuir a la instrumentación práctica del diseño de un restaurante gourmet atendiendo a los requisitos técnicos y económicos ya definidos por cuanto se debe:

- Elaborar planes de marketing que involucren todos los factores teóricos de estudio para tener la seguridad de una buena operatividad de cualquier tipo de empresa en el mercado local o regional.
- Emplear materiales no convencionales y recurrir a la arquitectura verde, para disminuir los gastos de inversión y minimizar los impactos ambientales de proyectos a pequeña, mediana y gran escala.
- Diseñar proyectos encaminados a la necesaria recuperación de los sabores ancestrales de la comida manabita con el afán de potencializarlos.
- Trabajar con los prestadores de servicios ya existentes, para la implantación de políticas internas en los establecimientos de oferta de comida y otros servicios, sobre el adecuado manejo de desechos y residuos.
- Realizar en los futuros proyectos enfocados a la actividad turística en el cantón Manta, un minucioso estudio tanto financiero como de mercado, con datos que se ajusten a la realidad, para que las propuestas proyecten la efectiva valoración en su contexto.
- Presentar los resultados de investigación al Departamento de Turismo del cantón Manta, para su conocimiento y seguimiento, complementando los requisitos técnicos económicos y financieros determinados en el presente proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Arroliga, C. 2010. Plan de gestión de proyecto para implementar un restaurante. En formato PDF. Disponible en: <http://www.uci.ac.cr/Biblioteca/Tesis/PFGMAP832.pdf>
- Blog de Cocina. 2007. Temas del mundo de la Hostelería. En línea. Disponible en: www.blogdecocina.com/temas-del-mundo-de-la-.../index.php
- Buffadossi, R. 2010. Arquitectura Gastronómica. Claves en el diseño de restaurantes y bares. En línea. Consultado el 22 de noviembre del 2012. Disponible en: <http://www.espaciogastronomico.com.ar/gastro-arquitectura/212.html>
- Corral, P. 2007. La cocina ecuatoriana como referencia a la gastronomía gourmet.
- Cruz, G. 2010. Restaurant gourmet. En línea. disponible en: <http://mesabar1.blogspot.com/2010/04/clasificacion-de-hoteles-restaurantes.html>
- Curtis, Kynda R. Cowee, Margaret W. Havercamp, Michael. Morris, Robert. Gatzke, Holly. 2008. Marketing local foods to gourmet restaurant: a multimethod assessment. University of Nevada Cooperative Extension. Volumen 46, N° 1 Diciembre. Disponible en: <http://www.joe.org/joe/2008december/rb2p.shtml>
- Donovan y Rossiter. 2010. Montaje, acomodo, diseño, código de vestuario y control de acceso en un restaurante. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/.../capitulo1.pdf
- DRAE. 2009. Concepto de restaurante. En línea. Disponible en <http://drae.rae.es/>
- Ferrán A. 2009. El manjar de la familia Ferrán (L'Hospitalet de Llobregat). La gastronomía española.
- Goleidn & Ritchie. 2008. Servicios turísticos en las industrias más grandes. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/.../capitulo2.pdf
- Kotler, Bloom y Hayes. 2008. "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad

- de algo". Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/.../capitulo2.pdf
- Monroy de Sada, P. 2007. Denominación de un Menú. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/.../capitulo1.pdf
- Morfin, C, 2007. Administración de comedor y bar. Trillas, México. Formato PDF. Disponible en <http://www.ceneval.net/turismo/estructura.html> Haz hecho público que te gusta.
- _____. (2009) Haz hecho público que te gusta. Un cobro por los alimentos y bebidas consumidos, también se debe cobrar por el servicio.... intangible. En línea. Disponible en [http://WWW. Disponible en http://www.ceneval.net/turismo/estructura.html](http://WWW.Disponible en http://www.ceneval.net/turismo/estructura.html) Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat
- OMS (Organización Mundial de la Salud). 2008. "Un estado de Bienestar Físico, Mental y Social". Concepto de confort.
- Ortiz, S 2007. Programas de calidad de servicios en restaurantes de lujo y primera categoría. En línea. Disponible en <http://eprints.ucm.es/tesis/edu/ucm-t27290.pdf>
- Philippe. R. 2012. Confort ambiental, acústico, lumínico, ergonomía del mobiliario. En línea. Disponible en: <http://www.observaciongastronomica2.wordpress.com/2012/.../confort-en-el-rest...>
- Phillips. J and Peterson, H, 2007. Strategic Marketing Decisions for Organic Agricultural producers. International food and agribusiness management review. Volume 10, Issue 1, 2007. En formato PDF. Disponible en http://www.ifama.org/tamu/iama/members/articles/v10i1/20061004_Formatted.pdf
- Porter, M.E. (1987) "Ventaja competitiva". C.E.C.S.A., México, citado por Caro M.J. (2008) en Tesis Doctoral para la obtención del Grado de Doctor en Administración de Empresas "El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Sector Hotelero de la Península de Yucatán; Hacia un Modelo Explicativo." En formato PDF.
- Powers, T. y Barrows, C. 2008. Gastronomía típica en los servicios gourmet. En otra ventana - Universidad de las Américas. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/.../bibliografia.pdf.

- Ramallo J.M. 2008. El confort del cliente debe ser una meta buscada en forma constante. Gestión de restaurantes. - Pautas para el confort del cliente. En línea. Disponible en: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=468
- Rocco y Andrew. 2008. Porcentaje de las ventas en los segmentos del mercado. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/.../capitulo2.pdf
- Serrano, JB. 2007. Gastronomía y su relación con el turismo. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4654/1/7175.pdf
- Stanton. A, 2009. Principales características de cada uno de los tipos de restaurante. 2.1.1.1 Estos establecimientos también son conocidos como Restaurante Gourmet. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: http://www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/.../capitulo2.pdf
- SECTUR(Secretaría de Turismo). 2008. Objetivo: Hacer de México un país líder en la actividad turística. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: www.sectur.gob.mx/.../Apartado_Quinto_Informe_Gobierno.pdf
- Ubidia, A. 2007. Fotogalería de la exposición gourmet del Hotel Oro Verde. Guayaquil.
- Vélez. N, 2009, Conceptualización, investigación y propuesta de creación de un restaurante Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: http://www.bdigital.unal.edu.co/836/1/21527021_2009.
- Zeithaml y Bitner. 2007. Marketing de servicios. En términos simples los servicios son acciones, procesos y ejecuciones. Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Disponible en: repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10751/1/28594_1.pdf

ANEXOS

**ANEXO 1-A. MAPA DE LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN DEL RESTAURANTE
COSTA EN LA VIA BARBASQUILLO.**

*DESCRIPCION: MAPA DIGITAL DE LA UBICACIÓN DEL RESTAURANTE VIA BARBASQUILLO
Y FLAVIO REYES*



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

ANEXO 1-B. MAPA DE LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE MANTA.

DESCRIPCIÓN: MAPA DE LOCALIZACIÓN DE MANTA



FUENTE: DIRECCIÓN DE TURISMO DE MANTA

ANEXO 2. FOTOS DEL INTERIOR DEL COSTA RESTAURANTE EN DIGITAL.

DESCRIPCIÓN: DECORACIÓN DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: DECORACION FRONTAL DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: MAQUETA AMBIENTE 1 MESAS DECORADAS EN EL RESTAURANTE

00



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCION: MAQUETA GRADA DIVISORIA DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCION: MAQUETA PARTE FROTA DE LA BARRA DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: MAQUETA AMBIENTE 1 DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: GARDA DE AMBIENTE 1_2 DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: BARRA DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

ANEXO 3. FOTOS EN DIGITAL DEL EXTERIOR DEL COSTA RESTAURANTE.

DESCRIPCIÓN: MAQUETA LADO POSTERIOR DEL RESTAURANTE

PARTE FRONTAL FLAVIO REYES



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: MAQUETA LADO FRONTAL DEL RESTAURANTE AV. FLAVIO REYES



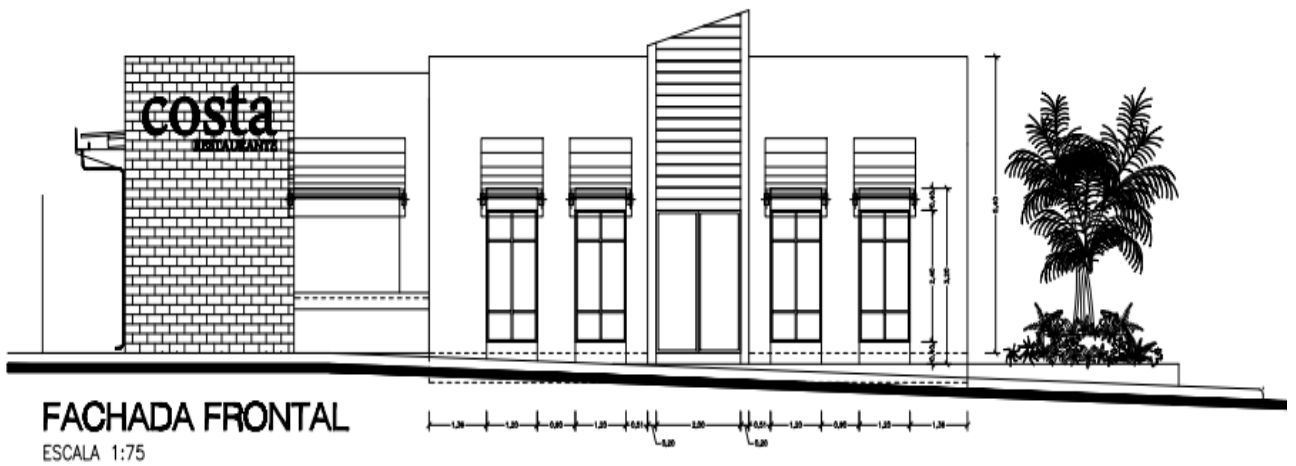
FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: MAQUETA COMPLETA DEL RESTAURANTE

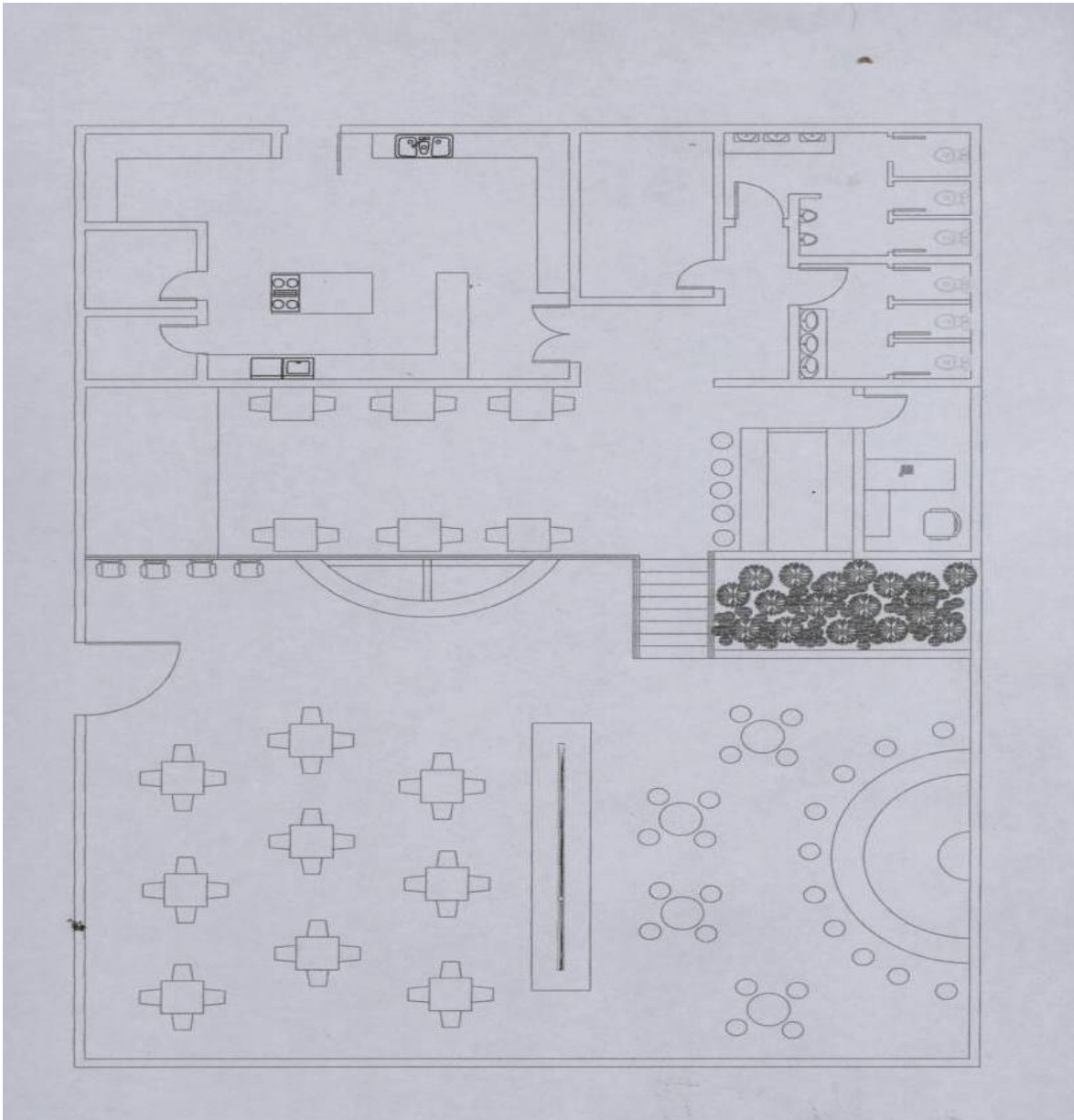


FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

DESCRIPCIÓN: FACHADA FRONTAL DEL RESTAURANTE



FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

ANEXO 4. VISTA SUPERIOR DE COSTA RESTAURANTE EN EL PLANO.

DESCRIPCIÓN: PLANO PARTE INTERIOR DEL COSTA RESTAURANTE

FUENTE: ARQUITECTO IVAN CARREÑO

ANEXO 5. FOTOS DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DEL RESTAURANTE.

PROCESO DECONSTRUCCIÓN



DESCRIPCIÓN: AREA DE LA COCINA

FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN:: SALIDA DE LA COCINA HACIA EL RESTAURANTE

FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: *ÁREA DEL RESTAURANTE AMBIENTE N°1*

FUENTE: *BETTY LOOR*



DESCRIPCIÓN: *ÁREA DEL RESTAURANTE AMBIENTE N°2*

FUENTE: *BETTY LOOR*



DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE
FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE FRENTE AL BAR AMBIENTES (GRADA)
FUENTE: BETTY LOOR



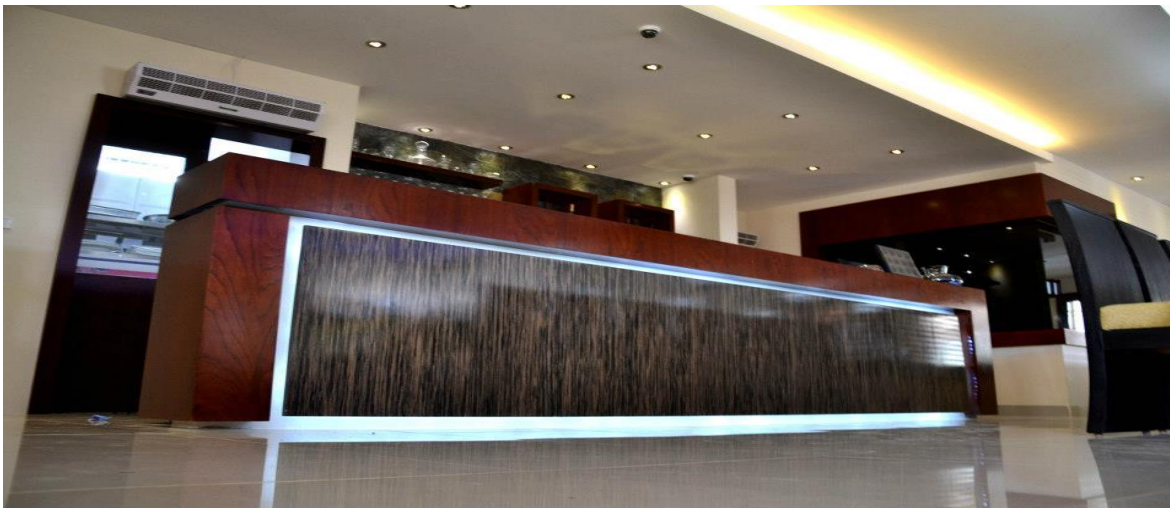
DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE ENTRE DOS AMBIENTES
FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: ÁREA DE BAÑOS
FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: ÁREA DE BODEGA
FUENTE: BETTY LOOR

ANEXO 6. FOTOS RESTAURANTE EN FUNCIONAMIENTO.

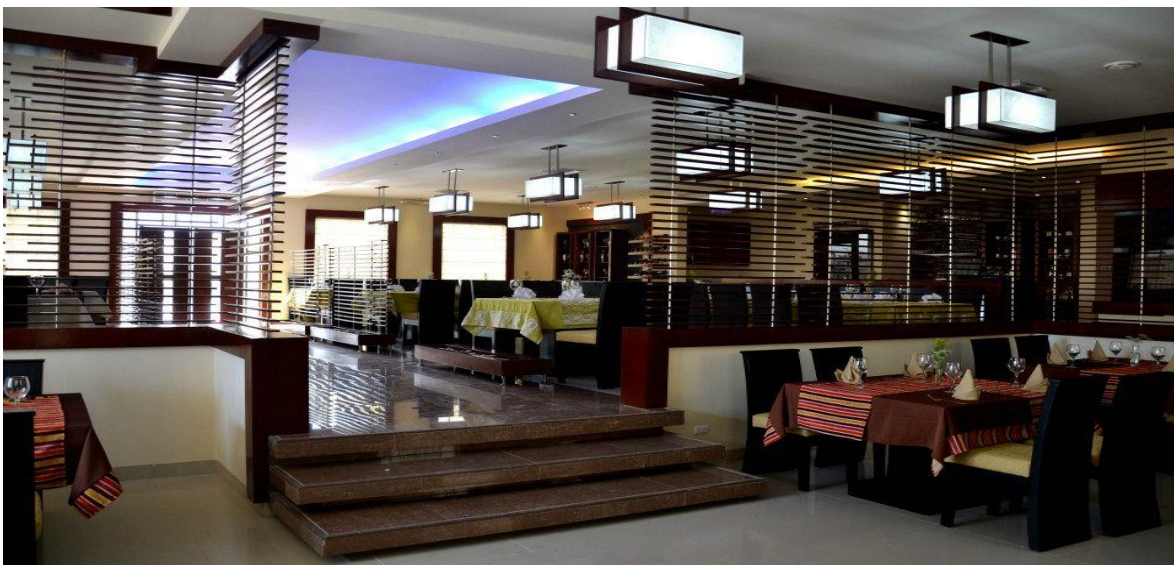
DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE BAR
FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE AMBIENTE 1
FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE AMBIENTE 2
FUENTE: BETTY LOOR



DESCRIPCIÓN: ÁREA DEL RESTAURANTE GRADA DE CONEXIÓN DENTRE LOS DOS AMBIENTES
FUENTE: BETTY LOOR

ANEXO 6-A. NORMAS HACCP**TÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES****Artículo 1º.- Base Técnico Normativa**

La presente Norma está conforme a lo dispuesto por el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA en su Quinta Disposición Complementaria, Transitoria y Final y a las Directrices para la Aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y de los Puntos Críticos de Control (Sistema HACCP):Revisión. Alinorm 03/13 A del *Codex Alimentarius*.

Artículo 2º.- Objetivo

1.- Establecer en la industria alimentaria la aplicación de un sistema preventivo de control, que asegure la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas, basado en la identificación, evaluación y control de los peligros significativos para cada tipo de producto.

2.-Uniformizar los criterios para la elaboración y aplicación de los Planes HACCP en los establecimientos de fabricación de alimentos y bebidas.

Artículo 3º.- Alcance y ámbito

Las personas naturales y jurídicas que operan o intervienen en cualquier proceso de fabricación e industrialización de alimentos y bebidas a nivel nacional, sea para el mercado nacional o internacional, están obligadas al cumplimiento de la presente norma. La aplicación del Sistema HACCP en la pequeña y micro empresa alimentaria, se hará conforme a lo establecido en la Séptima Disposición Complementaria, Transitoria y Final del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas aprobado por Decreto Supremo N° 007-98 SA

Artículo 4º.- Requisitos en la aplicación del Sistema HACCP

La aplicación del Sistema HACCP se hará mediante un Plan HACCP para cada producto o grupo de productos similares. Para la efectiva aplicación del Sistema HACCP, la Industria Alimentaria debe contar como requisito previo con un Programa de Buenas Prácticas de Higiene, conforme a los Principios Generales de Higiene del *Codex Alimentarius* y el Código de Prácticas específico para la fabricación de cada tipo de alimento.

El Sistema HACCP con su respectivo Plan, debe aplicarse a cada operación concreta por separado y es sujeto de revisión periódica a fin de incorporar en las operaciones y procesos de fabricación, los avances de la ciencia y tecnología alimentaria. Ante cualquier modificación en el alimento, en el proceso o en cualquier fase de la cadena alimentaria de proceso, debe examinarse la aplicación del Sistema HACCP y debe enmendarse el correspondiente Plan HACCP con la consiguiente notificación obligatoria de los cambios a la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) del Ministerio de Salud.

Artículo 5º.- De los Organismos de Inspección

Los Organismos de Inspección sean privados o públicos autorizados por la DIGESA, previa evaluación en su idoneidad técnica y administrativa, y por encargo, podrán realizar las inspecciones sanitarias en los establecimientos y servicios que le corresponda vigilar, realizar las actividades de validación técnica y seguimiento periódico de la aplicación de los Planes HACCP, con el fin de verificar la idoneidad de los Planes HACCP y su efectiva aplicación en el proceso de fabricación de alimentos y bebidas.

Las inspecciones a las fábricas de alimentos y bebidas de consumo humano para el seguimiento del Sistema HACCP. Se realizará con una frecuencia acorde con el nivel de riesgo que impliquen los productos que fabrican, y la verificación de la

correcta aplicación del sistema y de sus requisitos y condiciones previas y será por lo menos semestral.

TITULO II

DE LA APLICACIÓN DEL SISTEMA HACCP

Capítulo 1

De Los Requisitos

Artículo 6º.- Requisitos y condiciones previos

El fabricante y el profesional responsable del control de calidad sanitaria deben verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos y condiciones previas para la aplicación del Sistema HACCP:

- a) La estructura física e instalaciones, distribución de ambientes y ubicación de equipos, y aspectos operativos de los establecimientos definidos en los Capítulos I, II, III, IV, V, VI y VII del Título IV del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.
- b) Diseñar e implementar un Sistema de Identificación de lote.
- c) Diseñar e implementar un Programa de Capacitación y Entrenamiento continuo del personal.

El Sistema de Identificación del lote, el Programa de Capacitación y Entrenamiento y las actividades de prevención y de control de plagas, abastecimiento de agua y hielo, vapor de aire, recolección y disposición de residuos sólidos, efluentes líquidos, control médico e higiene del personal, vehículos de transporte, deben estar documentados y la ejecución correspondiente debe estar registrada.

Artículo 7°.- De los Principios Generales de Higiene de los Alimentos y Bebidas

El fabricante incorporará al Plan HACCP la documentación referida a los Principios Generales de Higiene de los Alimentos y Bebidas de acuerdo al Código Internacional Recomendado de Prácticas - Principios Generales de Higiene de los Alimentos del *Codex Alimentarius*. En este documento se debe identificar la política sanitaria y los objetivos de la empresa, el diseño de planta y los principios esenciales de higiene de los alimentos y bebidas aplicables en la cadena alimentaria, destacando entre otros, lo siguiente:

- a) Establecer criterios de calidad sanitaria e inocuidad de las materias primas, ingredientes y aditivos, y verificar su cumplimiento.
- b) Contar con un listado actualizado de proveedores selectos.
- c) Documentar el Programa de Higiene y Saneamiento de la infraestructura física e instalaciones, distribución de ambientes y ubicación de equipos según lo indicado en el Artículo 6°, inciso a)
- d) Mantener y calibrar los equipos e instrumentos
- e) Saneamiento: limpieza, desinfección y control de plagas

Artículo 8°.- De la información sobre la higiene y el saneamiento

La información sobre los procedimientos de limpieza, desinfección y control de plagas deben indicar como mínimo, objetivos, alcance, responsables, herramientas y materiales, uso, frecuencia, control, verificación y registros. Asimismo se deben indicar las sustancias químicas a utilizar (desinfectantes y plaguicidas) y sus concentraciones. Además se deben incluir los controles físico-químicos y microbiológicos necesarios para verificar su eficacia.

Artículo 9°.- Sobre la Identificación de lote

El Sistema de Identificación del lote debe señalar como mínimo, la procedencia, distribución, destino final de los productos alimenticios. La identificación de los lotes permite la rastreabilidad de los productos en cualquier etapa de la cadena alimentaria, con el fin de poder retirar los alimentos cuando exista una situación de riesgo al consumidor. Cada recipiente de alimentos, así como los insumos, ingredientes y materias primas deben estar marcados permanentemente de manera que se identifique al productor y al lote del alimento.

Artículo 10 °.- Política sanitario y objetivos de la empresa

En base a los resultados del análisis costo-beneficio de la implementación del sistema HACCP, la gerencia general de la empresa establecerá las prioridades de inversión y el cronograma de reformas sanitarias que aseguren la efectiva aplicación del Sistema HACCP, los cuales deben concordar con su política sanitaria. La política sanitaria debe estar acorde con el aseguramiento de la inocuidad de los productos que procesa la fábrica y debe describirse en el Plan HACCP.

Los objetivos deben estar orientados al aseguramiento de la inocuidad y calidad sanitaria e de los alimentos y bebidas procesados en el establecimiento, lo que requiere el compromiso pleno e integral de todos los trabajadores y directivos en todas sus etapas: concepción, aplicación y mantenimiento, para la eficaz aplicación del Sistema HACCP.

Artículo 11°.- Diseño de la Planta

En el Plan HACCP se incluirá un plano de la Planta y un diagrama descriptivo y concreto de la distribución de ambientes del establecimiento: recepción de las materias primas, almacenes, salas de preparación, procesamiento, empaçado,

almacén de productos terminados y el lugar de embarque, entre otros. Asimismo, debe señalar la ubicación de oficinas, vestuarios, servicios higiénicos y comedores; también se debe indicar los puntos de abastecimiento y zonas de almacenamiento y tratamiento del agua potable, mecanismo de disposición de efluentes y residuos sólidos.

Artículo 12°.- Del Programa de Capacitación y Entrenamiento

El fabricante deberá describir su programa de capacitación y entrenamiento, considerando que éste debe ser continuo y estar dirigido tanto al Equipo HACCP como al personal directamente involucrado en las operaciones y procesos.

La capacitación debe incluir como mínimo los siguientes temas:

- a) Los temas relacionados con el ítem a) del Artículo 6° de la presente norma.
- b) Principios Generales de Higiene de los Alimentos y Bebidas
- c) Higiene y Saneamiento.
- d) Rastreabilidad.
- e) Epidemiología de las enfermedades transmitidas por los alimentos.
- f) Aplicación de aspectos de microbiología de alimentos.
- g) Aspectos tecnológicos de las operaciones y procesos.
- h) Los principios y pasos para la aplicación de HACCP.
- i) Otros pertinentes.

El entrenamiento del personal, incluirá como mínimo los siguientes temas:

- a) Prácticas de Higiene de los Alimentos.
- b) Operaciones de Control de los Límites Críticos para cada Punto Crítico de Control (PCC).
- c) Uso y mantenimiento de instrumentos y equipos.
- d) Operaciones de higiene y saneamiento.
- e) Otros pertinentes.

El personal de saneamiento (limpieza, desinfección y control de plagas), debe recibir capacitación técnica específica para las operaciones que realiza. Están incluidos los operarios de limpieza de las empresas contratadas para ejecutar este servicio.

Se debe consignar en este programa el nombre de los responsables de la ejecución de la capacitación y su frecuencia. Asimismo se debe contemplar la revisión del programa en base a deficiencias identificadas y a la luz de los avances tecnológicos y científicos. El programa de capacitación y entrenamiento podrá ser ejecutado por personal de la propia empresa o por entidades especializadas.

Capítulo 2

Aplicación del Sistema HACCP, Diseño e implementación del Plan HACCP

Artículo 13°.- Principios del Sistema HACCP

La aplicación del Sistema HACCP en el procesamiento de alimentos y bebidas de consumo humano se sustenta en los Siete (7) Principios siguientes:

Principio 1: Enumerara todos los peligros posibles relacionados con cada fase; realizar un análisis de Peligros y determinar las medidas para controlar los peligros identificados.

Principio 2: Determinar los Puntos de Control Críticos (PCC).

Principio 3: Establecer el Límite o los Límites Críticos (LC) en cada PCC.

Principio 4: Establecer un sistema de vigilancia del control de los PCC.

Principio 5: Establecer las medidas correctoras que han de adoptarse cuando la vigilancia indica que un determinado PCC no está controlado.

Principio 6: Establecer procedimientos de verificación o de comprobación para confirmar que el Sistema HACCP funciona eficazmente.

Principio 7 Establecer un sistema de registro y documentación sobre todos los procedimientos y los registros apropiados para estos principios y su aplicación.

Artículo 14°.- Pasos del Sistema HACCP

La aplicación de los principios del Sistema HACCP consta de las operaciones que se identifican en la secuencia lógica para su aplicación (Anexo 2), siguiendo los doce (12) Pasos siguientes:

Paso 1: Formación de un Equipo HACCP.

Paso 2: Descripción del producto.

Paso3: Determinación del uso previsto del alimento.

Paso 4. Elaboración de un Diagrama de Flujo.

Paso 5: Confirmación “in situ” del Diagrama de Flujo.

Paso 6: Enumeración de todos los peligros posibles relacionados con cada fase; realización de un análisis de peligros y determinación de las medidas para controlar los peligros identificados (Principio 1)

Paso 7: Determinación de Puntos Críticos de Control (PCC) (Principio 2)

Paso 8: Establecimiento de Límites Críticos para cada PCC (Principio 3)

Paso 9: Establecimiento de un sistema de Vigilancia para cada PCC (Principio 4)

Paso 10: Establecimiento de Medidas Correctoras (Principio 5)

Paso 11: Establecimiento de los Procedimientos de Verificación (Principio 6)

Paso 12: Establecimiento de un Sistema de Documentación y Registro (Principio 7)

Artículo 15°.- Contenido del Plan HACCP

El fabricante debe consignar en el documento del Plan HACCP los puntos siguientes:

- 1) Nombre y ubicación del establecimiento productor
- 2) Política sanitaria y objetivos de la empresa, compromiso gerencial.
- 3) Diseño de la planta.
- 4) Integrantes y Funciones del Equipo HACCP.
- 5) Descripción del producto.
- 6) Determinación del uso previsto del alimento
- 7) Diagrama de Flujo
- 8) Análisis de Peligros. (Principio 1)
- 9) Puntos Críticos de Control - PCC. (Principio 2)
- 10) Límites Críticos para cada PCC. (Principio 3)
- 11) Sistema de Vigilancia de los PCC. (Principio 4)
- 12) Medidas Correctoras. (Principio 5)
- 13) Sistema de Verificación. (Principio 6)
- 14) Formatos de los registros. (Principio 7)

La información y datos contenidos en el Plan HACCP, deben presentarse de manera objetiva, clara y precisa, siguiendo los Formatos del Anexo 4 de la presente Norma. Adjunto al documento Plan HACCP se debe detallar el Programa de Capacitación y Entrenamiento del personal de la fábrica y el Manual que sustente los Principios Generales de Higiene de los Alimentos y Bebidas, según lo descrito en los Artículos 7º,8º y 12º de la presente norma.

Artículo 16°.- Formación del equipo HACCP (Paso 1)

La Empresa o responsable técnico de la aplicación en el establecimiento alimentario del Sistema HACCP, debe asegurar la competencia y conocimiento técnico, del personal integrante del equipo, para que, la formulación del Plan HACCP esté de acuerdo a las condiciones higiénicas del establecimiento y

su eficaz aplicación. El Equipo HACCP debe ser multidisciplinario e integrado por personal calificado, entre otros por los jefes o gerentes de planta, de producción, de control de calidad, de comercialización, de mantenimiento y por el Gerente General o en su defecto, por un representante designado por la Gerencia con capacidad de decisión y disponibilidad de tiempo para asistir a las reuniones del Equipo HACCP. Cuando no se disponga de este personal calificado, podrá recurrirse al asesoramiento especializado de otras fuentes. En el Plan se indicarán las funciones y responsabilidades de la Gerencia y de sus miembros

Se debe nombrar al coordinador del equipo o profesional responsable del HACCP, quien tendrá la responsabilidad de supervisar el diseño y aplicación del Plan HACCP, convocar las reuniones del equipo HACCP y coordinar con la Autoridad Sanitaria.

El Equipo HACCP, en la descripción de la evaluación de las condiciones higiénico – sanitarias, tendrá en cuenta el impacto de la infraestructura, los tratamientos o procesos, la limpieza y el uso de los desinfectantes, sobre la prevención y control de los peligros o agentes patógenos que puedan afectar la inocuidad de los alimentos

Los miembros del equipo deben ser profesionales o técnicos calificados y entrenados en temas referidos al Sistema HACCP, Principios Generales de Higiene, en los Principios para la Aplicación de los Criterios Microbiológicos en los alimentos y otros temas relacionados a la higiene alimentaria. [La fábrica](#) deberá contar con la documentación que sustente lo señalado en el párrafo anterior, la que estará a disposición de la Autoridad de Salud cuando sea requerido.

Artículo 17°.- Descripción del producto alimenticio (Paso 2)

En el proceso de evaluación se debe realizar la descripción completa de los alimentos que se procesa, a fin de identificar peligros que pueden ser inherentes a las materias primas, ingredientes, aditivos o a los envases y embalajes del producto. Se debe tener en cuenta la composición y la estructura físico química (incluida Aw, pH, etc), los tratamientos microbicidas, (térmico, refrigeración,

congelación, curado en salmuera, ahumado, etc.), el envasado, tipo de envase, la vida útil, condiciones de almacenamiento y el sistema de distribución.

En la descripción del producto se incluirá por lo menos lo siguiente:

- a) Nombre del producto (cuando corresponda el nombre común), consignando el nombre científico de ser el caso.
- b) Composición (materias primas, ingredientes, aditivos, etc.)
- c) Características físico - químicas y microbiológicas
- d) Tratamientos de conservación (pasteurización, esterilización, congelación, secado, salazón, ahumado, otros) y los métodos correspondientes.
- e) Presentación y características de envases y embalajes (hermético, al vacío o con atmósferas modificadas, material de envase y embalaje utilizado)
- f) Condiciones de almacenamiento y distribución.
- g) Vida útil del producto (fecha de vencimiento o caducidad, fecha preferente de consumo).
- h) Instrucciones de uso.
- i) Contenido del rotulado o etiquetado.

Artículo 18°.- Determinación del uso previsto del alimento (Paso 3)

Se debe determinar el uso previsto del alimento en el momento de su consumo, para evaluar el impacto del empleo de las materias primas, ingredientes, coadyuvantes y aditivos alimentarios desconocidos, prohibidos y en niveles que puedan afectar la vida o la salud del consumidor. El uso previsto debe aplicarse desde la producción primaria pasando por la elaboración, fabricación y distribución hasta el momento de su consumo y se sustenta en las buenas prácticas de fabricación.

Se debe al indicar la población objetivo, si es público en general o grupo vulnerable, como niños menores de cinco (5) años, inmunosuprimidos, ancianos, enfermos, madres gestantes, etc.

Asimismo indicar su forma de uso y condiciones de conservación, almacenamiento, determinar si se requiere algún tratamiento previo (listo para consumo, para proceso posterior, etc.).

Se verificará si el establecimiento cuenta con las instalaciones, materiales y equipos adecuados para la fabricación del producto descrito.

Artículo 19°.- Elaboración de un Diagrama de Flujo (Paso 4)

Este paso es importante para la elaboración del plan de vigilancia, documento en el que se prevé la estrategia de control de los peligros potenciales. El diagrama de flujo debe ser elaborado por el equipo de HACCP y la evaluación higiénico sanitaria debe tener en cuenta todas las operaciones y actividades que se aplican en las etapas de fabricación del o de los alimentos determinados.

Se establece el diagrama de flujo por producto cuando existan varias líneas de producción y siempre que sea necesario por diferencias significativas, se debe realizar un diagrama de flujo para cada línea por separado o se puede establecer un diagrama de flujo por grupo de productos que tengan el mismo tipo de proceso. Se indicarán todas las etapas de manera detallada según la secuencia de las operaciones desde la adquisición de materias primas, ingredientes o aditivos hasta la comercialización del producto, incluyendo las etapas de transporte si las hubiese. El diagrama elaborado etapa por etapa debe garantizar la identificación y control de los peligros potenciales.

El diagrama de flujo describirá los parámetros técnicos relevantes: tiempo, temperatura, pH, acidez, presión, etc.; los tiempos de espera; los medios de transporte entre operaciones; las sustancias químicas empleadas en la desinfección de la materia prima; los aditivos utilizados y sus concentraciones.

El diagrama de flujo se diseñará de manera tal que se distinga el proceso principal, de los procesos adyacentes complementarios o secundarios.

Artículo 20°.- Confirmación “in situ” del Diagrama de Flujo (Paso 5)

El Equipo HACCP debe comprobar el diagrama de flujo en el lugar de proceso, el que debe estar de acuerdo con el procesamiento del producto en todas sus etapas.

La verificación in situ del esquema secuencial diseñado de las etapas de procesamiento, es importante para determinar la relación tiempos/temperaturas y las medidas correctoras que sean necesarias para un control eficaz de los peligros potenciales y asegurar la inocuidad del alimento determinado.

Artículo 21°.- Enumeración de todos los peligros posibles relacionados con cada fase, realización de un análisis de peligros y determinación de las medidas para controlar los peligros identificados (Principio 1) (Paso 6)

El Profesional responsable que dirige el equipo HACCP debe compilar una lista de todos los peligros identificados en cada una de las etapas de fabricación, desde la producción primaria, elaboración, fabricación y la distribución hasta el consumidor. Luego de la compilación de los peligros identificados se debe analizar cuáles de ellos son indispensables controlar para eliminar o reducir el peligro para producir un alimento inocuo.

Al realizar el análisis de peligros se debe tener en cuenta los factores siguientes:

- La probabilidad de que surjan peligros y la gravedad de sus efectos para la salud humana.
- La evaluación cualitativa o cuantitativa de la presencia de peligros,
- La supervivencia o proliferación de los microorganismos involucrados.
- La producción o persistencia de toxinas, agentes químicos o físicos en los alimentos; y
- Las condiciones que pueden dar lugar a la instalación, supervivencia y proliferación de peligros.

En base a los peligros probables identificados, se debe determinar y aplicar una medida sanitaria para el control eficaz de un peligro o peligros específicos.

Luego de identificar los peligros, se determinará la probabilidad de su ocurrencia, su efecto y la severidad de éstos sobre la salud de las personas.

Los peligros identificados como peligros significativos deben ser considerados en la determinación de los Puntos Críticos de Control (PCC).

Artículo 22°.- Determinación de los Puntos Críticos de Control (PCC) (Principio 2) (Paso 7)

Es posible que haya más de un PCC al que se aplican medidas de control para hacer frente a un peligro específico.

Para determinar un PCC se debe aplicar el “Árbol de Secuencia de Decisiones para Identificar los PCC” del Anexo 3. Este diagrama sigue un enfoque de razonamiento lógico y debe aplicarse de manera flexible teniendo en cuenta la operación de fabricación en cuestión. Cuando convenga el PCC en donde existe un peligro en el que el control es necesario para mantener la inocuidad, se debe determinar una medida de control.

Al identificar un PCC se debe considerar que:

- a) Un mismo peligro podrá ocurrir en más de una etapa del proceso y su control podrá ser crítico en más de una etapa.
- b) Si no se lograra controlar el peligro en una etapa del proceso, éste puede resultar en un peligro inaceptable para el consumidor.

Artículo 23°.- Establecimiento de límites críticos para cada PCC(Principio 3) (Paso 8)

En cada PCC debe especificarse y validarse el límite crítico, este puede referirse a precisar la temperatura, tiempo, nivel de humedad, pH, Aw y Cloro disponible así como otros parámetros sensoriales de aspecto y textura. Los límites críticos deben ser mensurables y son estos parámetros los que determinan mediante la

observación o constatación si un PCC está controlado. En determinados casos para una determinada fase, se establecerá más de un límite crítico.

Los límites críticos serán fijados sobre la base de las normas sanitarias aplicables al procesamiento de los alimentos y bebidas específicos expedidos por el Ministerio de Salud o en su defecto en las normas establecidas por el *Codex Alimentarius* aplicables al producto o productos procesados.

Artículo 24°.- Establecimiento de un sistema de vigilancia para cada PCC (Principio 4) (Paso 9)

El profesional responsable del equipo HACCP debe documentar los PCC, límites críticos y las medidas de control en el documento "Plan HACCP". La vigilancia documentada debe proporcionar información al personal designado en cada etapa crítica o PCC para evaluar el cumplimiento de las medidas de control aplicadas antes de que se produzca una desviación y garantizar que siempre los PCC estén controlados.

Los procedimientos de vigilancia deben detectar a tiempo una pérdida de control en el PCC a fin de poder realizar las correcciones que permitan asegurar el control del proceso para impedir que se infrinjan los límites críticos. En el Plan de Vigilancia se tendrá en cuenta que los métodos de control deben efectuarse con rapidez ya que se requiere tomar decisiones de corrección inmediatas y no habrá tiempo para ensayos analíticos prolongados, por lo que con frecuencia se deben emplear mediciones físicas y químicas. Los análisis microbiológicos periódicos deben aplicarse para conocer los niveles de microorganismos presentes en el producto y para ajustar los límites críticos.

Se deben establecer las acciones de control referidas a la observación, evaluación o medición de los límites críticos, funciones que se asignarán al personal

capacitado y con experiencia, los que llevarán los registros respectivos de cada PCC. Los registros obtenidos en el control, deben ser evaluados por el responsable del área, para aplicar las medidas correctoras cuando el caso lo requiera.

Cuando el control no es continuo, se establecerá la frecuencia en forma clara, a fin de garantizar que el PCC esté controlado. En el plan de vigilancia se tendrá en cuenta los aspectos siguientes:

- a) La calibración y mantenimiento de los instrumentos y equipos de medición y registro, para garantizar la sensibilidad, precisión y velocidad de respuesta.
- b) Técnicas de muestreo, análisis y medición.
- c) Frecuencias.
- d) Responsables del control.
- e) Registros.

Los registros relacionados con la vigilancia de los PCC, estarán firmados por el encargado del control de calidad o quien haga sus veces y por la persona o personas encargadas del control del PCC respectivo. Los registros serán llenados de manera inmediata y oportuna por la persona que toma el dato o información. Cualquier signo de adulteración de los registros está sujeto a sanción del fabricante y del profesional responsable de la aplicación del Sistema HACCP.

Artículo 25°.- Establecimiento de medidas correctoras (Principio 5) (Paso 10)

Deben formularse medidas correctoras específicas para cada PCC, para hacer frente a una desviación por incumplimiento de una medida de control y esta medida debe aplicarse hasta que el PCC vuelva a estar controlado. Estas medidas deben estar previstas en el plan de vigilancia del establecimiento o plan HACCP. Debe incluir un sistema documentado de eliminación o reproceso del producto

afectado en los registros del HACCP, a fin de que como resultado de una desviación, ningún producto dañino para la salud sea comercializado.

Para corregir la desviación se deben seguir las acciones siguientes:

- a) Separar o retener el producto afectado, por lo menos hasta que se corrija la desviación.
- b) Realizar la evaluación del lote separado para determinar la aceptabilidad del producto terminado. Esta revisión debe ser ejecutada por personal que tenga la experiencia y la capacidad necesaria para la labor.
- c) Aplicar la acción correctora establecida en el Plan HACCP, registrar las acciones y resultados.
- d) Evaluar periódicamente las acciones correctoras ejecutadas y determinar las causas que originan la desviación.

Artículo 26°.- Establecimiento de Procedimientos de verificación (Principio 6) (Paso 11)

El fabricante debe realizar una verificación interna para comprobar si el Sistema HACCP funciona correctamente. Para tal efecto se debe designar a un personal distinto de aquellos encargados del control o a terceros como consultores expertos en el sistema HACCP. La frecuencia de la verificación se habrá de determinar con el propósito de mantener el sistema funcionando eficazmente.

Durante la verificación se utilizarán métodos, procedimientos y ensayos de laboratorio que constaten y determinen su idoneidad, entre las actividades de verificación deben tenerse en cuenta, entre otras, lo siguiente:

- Un examen del sistema y plan HACCP incluidos los registros,
- Un examen de las desviaciones y los sistemas de eliminación de productos alimenticios rechazados.
- Confirmación de los procedimientos de control y mantenimiento de los PCC.

Artículo 27°.- Establecimiento de un sistema de documentación y registro (Principio 7) (Paso 12)

Los establecimientos están obligados a diseñar y mantener el registro documentado que sustenta la aplicación del Sistema HACCP. Los procedimientos de control y seguimiento de Puntos Críticos aplicados y omitidos, consignando los resultados obtenidos y las medidas correctoras adoptadas con el fin de recuperar el control de los Puntos Críticos, deben estar consolidados en un expediente que estará a disposición del organismo responsable de la vigilancia sanitaria (DIGESA) toda vez que ésta lo requiera como documento escrito o en sistema automatizado.

El análisis del Sistema HACCP debe documentarse en el Plan HACCP teniendo en cuenta lo dispuesto en el Artículo 15º, además debe contar con lo siguiente:

- a) Fecha de la última revisión y número de versión
- b) Cada página debe estar enumerada de manera correlativa
- c) Contener los Formatos de trabajo, según lo establecido en el Anexo 4 de la presente Norma.

El sistema de registro debe contener las operaciones de control, referidas a:

- Las actividades de control de los PCC
- Las medidas correctoras de las desviaciones que se hallan generado en algún PCC.
- Los procedimientos de validación aplicados y la calibración de equipos.
- Las modificaciones al Plan HACCP

Los registros se archivarán por un lapso mínimo de 1 año o según la vida útil del producto en el mercado

TITULO III

VALIDACIÓN TÉCNICA OFICIAL DEL PLAN HACCP

Artículo 28°.- Responsabilidad de la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas.

El fabricante debe preparar su Plan HACCP de conformidad con las disposiciones de la presente norma, de tal forma que su cumplimiento asegure el control de los peligros que resulten significativos para la inocuidad de los alimentos y bebidas.

El fabricante, y el profesional encargado del control del Sistema HACCP o quien haga sus veces, son responsables de la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas que son liberados para su comercialización. En el Plan HACCP deberá indicarse el nombre de su responsable.

Artículo 29°.- Requisitos para la Validación Técnica Oficial

El Sistema HACCP debe estar representado en el Plan HACCP el cual debe ser objeto de Validación Técnica en la planta por la DIGESA como organismo responsable de la vigilancia sanitaria de la fabricación de alimentos y bebidas. Dicha validación tiene por finalidad verificar la idoneidad del Plan HACCP y su efectiva aplicación en el proceso de fabricación.

Para obtener la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP, el fabricante presentará a la DIGESA una solicitud con carácter de declaración jurada consignando la información siguiente:

- a) Nombre o razón social del fabricante.
- b) Ubicación del establecimiento.
- c) Plan HACCP.
- d) Informe favorable de la evaluación técnica sanitaria emitido por un Organismo de Inspección autorizado por DIGESA o por un inspector sanitario de la DIGESA.

- e) Constancia de pago del derecho administrativo.

Ante el cumplimiento por parte del fabricante de lo establecido en el presente artículo la DIGESA procederá a extender en el plazo establecido por ley, el Certificado de Validación Técnica Oficial del Plan HACCP.

El costo que demande la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP en el proceso de fabricación será asumido por el fabricante.

Artículo 30°.- Observaciones al Plan HACCP

En el Acta de Inspección Sanitaria debe constar, si las hubiere, el detalle de las observaciones resultantes de la validación técnica realizada, así como el plazo que se le extiende al fabricante para su subsanación. Vencido el plazo otorgado, la DIGESA o el organismo de inspección autorizado, verificará en planta la subsanación de las observaciones efectuadas. En caso que el fabricante no haya subsanado dichas observaciones, de ser el caso se procederá a aplicar las medidas sanitarias.

Artículo 31°.- Idoneidad del Plan HACCP

El profesional responsable que preside el Equipo HACCP, bajo responsabilidad del fabricante, debe verificar o comprobar permanentemente la idoneidad del Plan HACCP, y cada vez que se realicen cambios en las operaciones de fabricación, en la formulación del producto, se adquieran nuevos equipos, se disponga de información relevante sobre el análisis de peligros, y en todos los demás casos en que el Plan no se ajusta a la aplicación del sistema conforme a la presente norma, dichos cambios deben ser considerados a fin de actualizar el Plan HACCP. El Plan HACCP actualizado y reevaluado debe ser presentado a la DIGESA, debiendo el fabricante solicitar la Validación Técnica Oficial de la nueva versión.

Artículo 32°.- Seguimiento de la aplicación del Sistema HACCP

El seguimiento de la aplicación del sistema HACCP, formará parte de las inspecciones periódicas de la DIGESA para constatar la eficacia y mantenimiento del sistema HACCP. Las inspecciones sanitarias incluirán una evaluación general de los riesgos potenciales asociados a las actividades u operaciones del establecimiento respecto de la inocuidad de los productos que elabora y atenderán especialmente los Puntos de Control Críticos (PCC).

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS, TRANSITORIAS Y FINALES

PRIMERA: El incumplimiento de las disposiciones de la presente norma, será considerado dentro de los alcances del artículo 121° literal m), y sancionado de acuerdo a lo señalado en el artículo 123° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

SEGUNDA: La aplicación del Sistema HACCP en la Micro y Pequeña Empresa Alimentaria (MYPES), se hará progresivamente y mediante una norma especial aprobada por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Salud y el Viceministro de Industrias de PRODUCE, conforme a lo establecido en la Séptima Disposición Complementaria, Transitoria y Final del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas aprobado por DS 007-98 SA y se establece un plazo de seis meses (06) contados a partir de la publicación de la presente norma para la expedición de la “Norma Sanitaria sobre los procedimientos de incorporación al Sistema HACCP de la Micro y Pequeña Empresa Alimentaria (MYPES)”

TERCERA: Forman parte de la presente norma el Anexo 1: “Definiciones”; Anexo 2: “Secuencia Lógica para la Aplicación del Sistema HACCP”; Anexo 3:”Árbol de

Secuencia de Decisiones para Identificar los PCC” y Anexo 4 “Ejemplo de Formato del Sistema HACCP”

CUARTA: Toda la documentación técnica y normativa pertinente para el Análisis de Peligros está disponible en la DIGESA y en la Comisión Conjunta FAO/OMS del *Codex Alimentarius* cuya Secretaría Técnica opera en la DIGESA.

ANEXO 6-B. DEFINICIONES EN LAS NORMAS HACCP

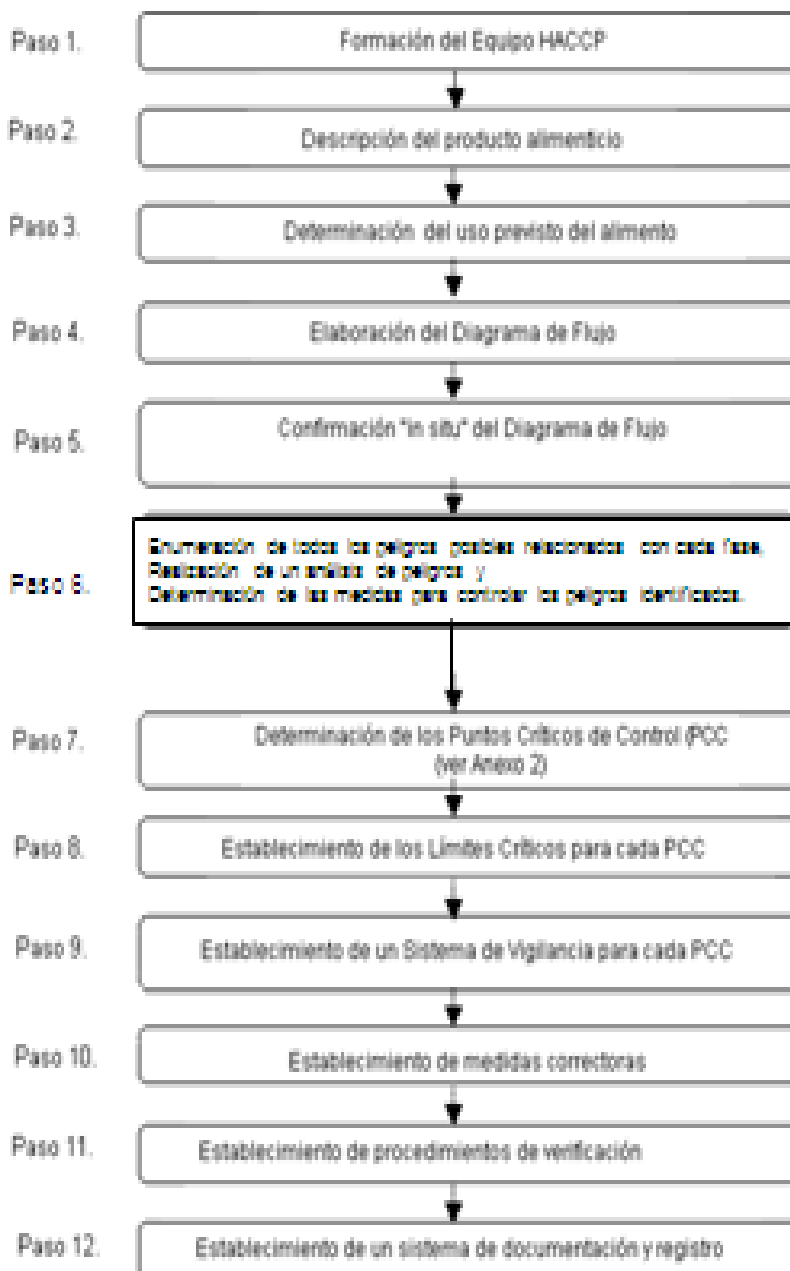
1. **ANÁLISIS DE PELIGROS:** Proceso de recopilación y evaluación de información sobre los peligros y las condiciones que los originan para decidir cuales son importantes para la inocuidad de los alimentos y por tanto, a ser planteados en el Plan del Sistema HACCP.
2. **CADENA ALIMENTARIA:** Son las diferentes etapas que siguen los alimentos y bebidas desde la producción primaria (incluidos los derivados de la biotecnología), es decir, de la siembra a la cosecha en el caso de los vegetales, de la crianza al beneficio en el caso de los animales no acuáticos, y de la pesca, extracción o recolección hasta que llegan a los desembarcaderos en el caso de productos hidrobiológicos, así como las etapas siguientes hasta llegar al consumidor final.
3. **CALIDAD SANITARIA:** Conjunto de requisitos microbiológicos, físico-químicos y organolépticos que debe reunir un alimento para ser considerado inocuo para el consumo humano.
4. **DETERMINACIÓN DEL PELIGRO:** Identificación de los agentes biológicos, químicos y físicos que pueden causar efectos nocivos para la salud y que pueden estar presentes en un determinado alimento o grupo de alimentos.

5. **DIAGRAMA DE FLUJO:** Representación gráfica y sistemática de la secuencia de fases u operaciones llevadas a cabo en la elaboración o fabricación de un determinado producto alimenticio.
6. **EVALUACIÓN DE RIESGOS:** Proceso basado en conocimientos científicos, que consta de las siguientes fases: (i) determinación del peligro, (ii) caracterización del peligro, (iii) evaluación de la exposición, y (iv) caracterización del peligro.
7. **ETAPA:** Cualquier punto, procedimiento, operación o fase de la cadena alimentaria, incluidas las materias primas, desde la producción primaria hasta el consumo final.
8. **INOCUIDAD:** Garantía de que un alimento no causará daño a la salud humana.
9. **PELIGRO:** Agente biológico, químico o físico, presente en el alimento, o bien la condición en que éste se halla, que puede causar un efecto adverso a la salud.
10. **PELIGRO SIGNIFICATIVO:** Peligro que tiene alta probabilidad de ocurrencia y genera un efecto adverso a la salud.
11. **PLAN HACCP:** Documento preparado de conformidad con los principios del Sistema HACCP, de tal forma que su cumplimiento asegura el control de los peligros que resultan significativos para la inocuidad de los alimentos en el segmento de la cadena alimentaria considerado.
12. **PEQUEÑA Y MICROEMPRESA (PYME):** Unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación, y producción sea industrial o artesanal de bienes, mereciendo en todos y cada uno de los casos igual tratamiento. Como característica general se establece que el número total de trabajadores de la microempresa no excede de diez (10) personas, mientras

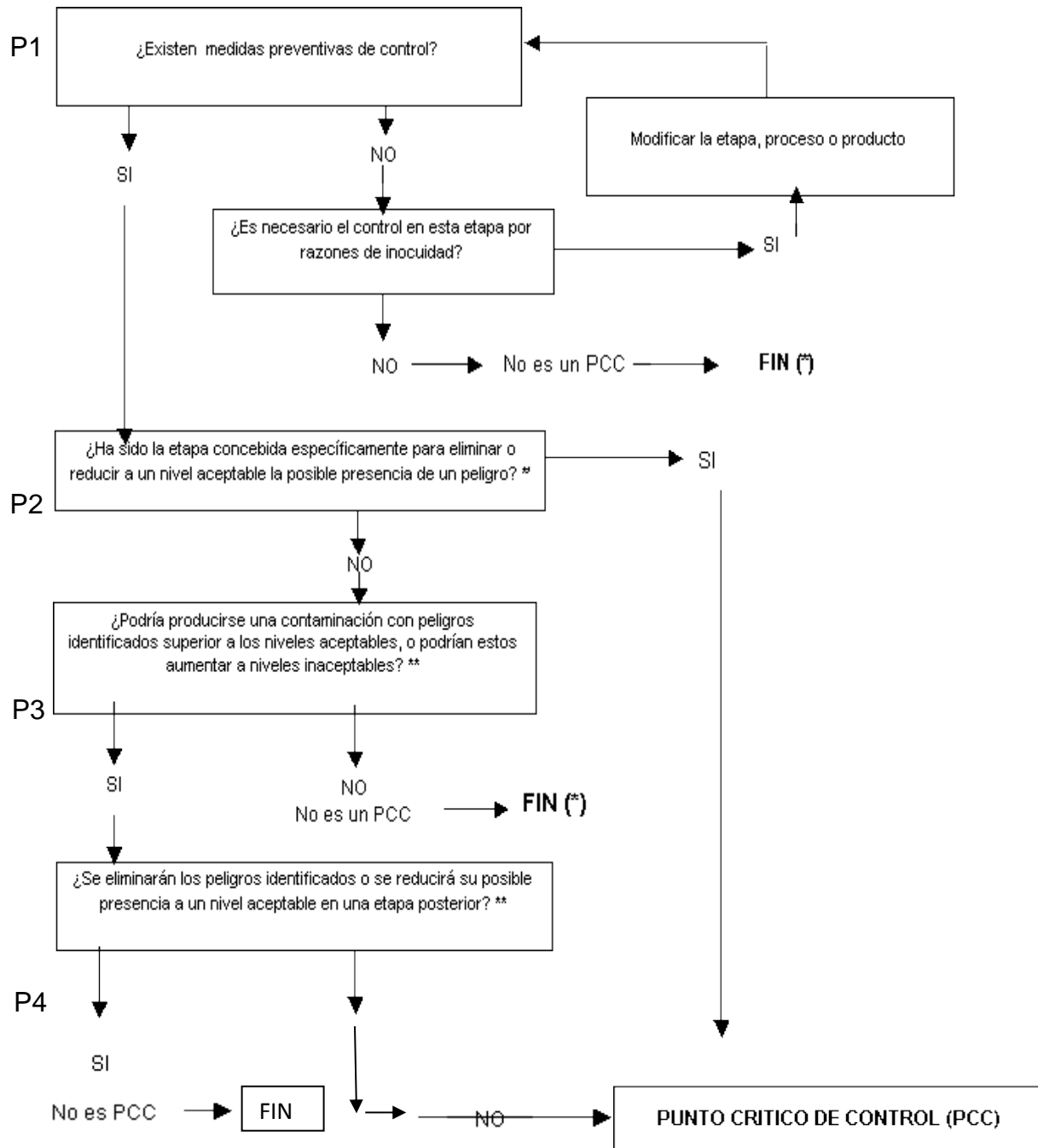
que en el caso de la Pequeña empresa es mayor de diez (10) pero no excede de cuarenta (40).

13. **RASTREABILIDAD:** La capacidad para seguir el desplazamiento de un alimentos a través de una o varias etapas especificadas de su producción, transformación y distribución.
14. **RIESGO:** Función de la probabilidad de un efecto nocivo para la salud y de la gravedad de dicho efecto, como consecuencia de un peligro o peligros presentes en los alimentos.
15. **SISTEMA HACCP:** sistema que permite identificar, evaluar y controlar peligros que son significativos para la inocuidad de los alimentos. Privilegia el control del proceso sobre el análisis del producto final.
16. **VALIDACIÓN OFICIAL:** Constatación, respaldada por la Autoridad de Salud, de que los elementos del Plan HACCP son efectivos, eficaces y se aplican de acuerdo a las condiciones y situaciones específicas del establecimiento.
17. **VERIFICACIÓN O COMPROBACIÓN:** Aplicación de métodos, procedimientos, ensayos y otras evaluaciones además de la vigilancia, para constatar el cumplimiento del Plan HACCP.

ANEXO 6-C. SECUENCIA LÓGICA PARA LA APLICACIÓN DEL SISTEMA HACCP



ANEXO 7. ARBOL DE SECUENCIA DE DECISIONES PARA IDENTIFICAR LOS PCC.



* Pasar al siguiente peligro identificado

del proceso descrito

** Los niveles aceptables o inaceptables necesitan ser definidos teniendo en cuenta los objetivos globales cuando se identifiquen los PCC del Plan HACCP

ANEXO 8. EJEMPLO DE FORMATO DEL SISTEMA HACCP

1.	Descripción del producto
2.	Diagrama de flujo del proceso
3.	Análisis de Peligros, determinación y vigilancia de PCC (Formatos 3.1, 3.2, 3.3)
4.	Verificación

3.1 Análisis de Peligros de las operaciones identificadas en el diagrama

Etapas	Identifique Peligros	Existen peligros significativos para la inocuidad del alimento	Justifique decisión para la columna 3	Qué medida preventiva se puede aplicar para prevenir el peligro significativo	Este es un Punto Crítico de Control (si o no)

ANEXO 9. Formato de las encuestas realizadas.

De la manera más comedida solicito su colaboración para obtener su criterio a la creación de UN RESTAURANTE GOURMET DE COMIDA MANABITA EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ” La información obtenida en esta encuesta contribuye a la elaboración de la tesis de grado y será tratada con la más absoluta reserva.

Instrucciones: Por favor lea detenidamente cada pregunta y responda de acuerdo a lo que se pide.

1. Cuál es su lugar de procedencia o residencia actual (Marque con una x)

Manta ___ Quito ___ Guayaquil ___ Exterior ___ Otras ciudades de Manabí ___ Otras ciudades del Ecuador ___

2. Su sexo (marque con X)

Femenino ___ Masculino ___

3. Cuál es su profesión.

4. En que rango de edad está usted (marque con una X)

18 ---28 ___ 29---38 ___ 39---48 ___ 49---58 ___ 59 o mas ___

5. Su ultimo nivel de estudio (Marque con una x)

Primario ___ Secundario ___ Universitario ___ Técnico ___

6. Estado civil (marque con X)

Soltero (a) ___ Casado (a) ___ Divorciado (a) ___ Viuda (o) ___

7. ¿Tiene usted hijos (as)? (marque con una X)

Si ___ No ___

8. Cuál es la frecuencia en la cual usted visita un restaurante gourmet (Marque con una X la más frecuente)

Todos los días ___ Una vez a la semana ___ Una vez al mes ___ Nunca ___

9. Porque usted elige un restaurante de comida gourmet. (Marque con una x, solo una opción)

Facilidad de llegar ____ Tipo de comida que ofrece ____ Por los precios ____ Por su ambiente ____
 Por la relación calidad-precio ____

10. El tipo de comida que usted prefiere es.... (Marque con una x, solo una opción)

Ecuatoriana ____ Peruana ____ Italiana ____ Mexicana ____ China ____ Internacional ____
 Manabita ____ Otras _____

11. Visitaría usted un restaurante de comida gourmet Manabita (Marque con una x)

Si ____ No ____

12.Cuál es el presupuesto de gasto que usted estaría dispuesto a pagar en un restaurante de tipo gourmet (Marque con una x, solo una opción)

Entre \$10.00 – \$15.00 ____ Entre \$20.00 - \$25.00 ____ Entre \$26.00 o mas ____

13. Si usted tuviese la oportunidad de recomendarle algo al propietario de un restaurante de comida gourmet Manabita en la ciudad de Manta, que le recomendaría para lograr su selección (Marque con una x, solo una opción)

Innovación de platos y menús _____

Calidad de sus productos _____

Servicio rápido _____

Limpieza del restaurante y buena apariencia de sus empleados _____

Precios cómodos _____