



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Proyecto de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gastronomía

TEMA:

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA GASTRONOMICA: LA VACA PARRILLERA”

Carmen Azucena Huayama Garcés

Director:

Lic. Pablo Roberto Cruz Molina

Quito, 2015

DIRECTOR DE TESIS

Licenciado

Pablo Roberto Cruz Molina

CERTIFICACIÓN

Yo, CARMEN AZUCENA HUAYAMA GARCÉS declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y, que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, sin restricción de ningún género o especial.

FIRMA.....

Yo, Pablo Roberto Cruz Molina certifico que conozco a la autora del presente trabajo siendo responsable exclusiva tanto en su originalidad, autenticidad, como en su contenido.

FIRMA.....

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, mis padres, mi hijo, familia y amigos; porque cada uno ha sido un pilar físico y mental en todo este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme todo aquello que poseo, por darme salud, ciencia y sabiduría, por brindarme la fuerza necesaria para seguir adelante día a día.

Agradezco a la persona que me dio la vida, mi mamá, Carmen Garcés Rodríguez, quién me ha manifestado el apoyo incondicional, aquella persona que me da la fuerza para levantarme tras cualquier tropiezo. Quién con su esfuerzo me ha dado todo aquello para poder culminar la carrera. Mi madre, amiga y compañera incondicional.

Agradezco a mi papá, Teodoro Huayama Sandoval, quién por su sabiduría ha sabido guiarme en cada paso de mi vida.

A Adrián Intriago, amigos y familiares, por su apoyo moral, además de todas aquellas personas que pese a que no se encuentren actualmente cerca siempre me ayudaron.

Al Lic. Pablo Cruz Molina por ser quién me guió en la elaboración del proyecto y también porque más que un profesor ha sido un amigo que me extendió la mano desde mis inicios en la Escuela de Gastronomía.

A todos, GRACIAS.

PRESENTACIÓN

En el presente proyecto para la creación de una empresa gastronómica, “LA VACA PARRILERA, sabor autentico al carbón”, es una propuesta ambiciosa que tiene como fin poner en marcha una idea que contribuye al crecimiento económico del sector de Sangolqui y también al crecimiento individual de la elaboradora del proyecto y asistir a la alimentación equilibrada del mercado objetivo, estará ubicado frente a la Escuela Politécnica del Ejercito (ESPE).

Dicho proyecto está planteado en seis capítulos. Inicialmente se encuentra la historia y particularidades de la comida a la parrilla.

El capítulo II cubre la investigación del mercado realizado por medio de encuestas a personas que cubren el perfil del mercado objetivo, se llevo a cabo observaciones de campo por varios meses para de esta manera determinar el análisis competitivo. Envuelve el estudio de la demanda y oferta.

En el capítulo III se encuentra el estudio técnico, es decir, el menú, recetas estándar bajo el perfil de la universidad y el grupo focal.

El capítulo IV está copado con el estudio complementario basado en la organización administrativa y operativa además de la descripción y costeo de muebles, equipos

El capitulo V es el estudio de Marketing que abarca el basado en el plan de comunicación y el resumen de inversión.

El capítulo VI estudio de Factibilidad está basado en un análisis de factibilidad de carácter financiero proyectado a un año.

Para la realización del proyecto se detalla información obtenida a partir de libros, revistas, documentales, investigaciones directas y el método de observación.

SÍNTESIS DEL TRABAJO

En la actualidad el tiempo, la competencia, la calidad de servicio y la seguridad alimentaria son lo más importante en el área gastronómica; es por ello que al realizar la observación, análisis y estudio de restaurantes en el sector de Santa Clara, Sangolqui, Valle de los Chillos, se ha determinado que se encuentra un sin fin de establecimientos pequeños de comida ambulante y restaurantes de comida chatarra a lo largo del área; muchos de estos locales de expendio comida en la zona no tienen políticas, procesos productivos, personal capacitado para brindar un buen servicio.

Todas estas razones han llevado a la creación de un proyecto que cubra todas estas falencias. A considerar dicho proyecto importante debido a que se quiere poner en marcha una idea que contribuye al crecimiento económico del sector, generen ventajas competitivas y ayude al crecimiento individual de la persona que lleva a cabo esta idea, de la misma manera, contribuir a la alimentación equilibrada del mercado objetivo.

Subsiguientemente se desarrollo un estudio técnico basado en la estandarización de recetas de los productos servir y su aceptación enmarcado por un grupo enfocado. Consecutivamente se procedió a un estudio administrativo y organización. De manera posterior se hizo un estudio complementario. Finalmente se realizo un estudio de marketing y estudio de factibilidad para identificar cuan rentable resulta el proyecto.

ABSTRACT

Nowadays time, competition, quality of service and food security are paramount in the dining area, these are the reasons for observation, analysis and study of restaurants in the area of Santa Clara, Sangolqui, Valle de Chillos, has determined that there is a myriad of small local street food and fast food restaurants throughout the area; many of these local food outlets in the area have no policies, production processes and trained staff to provide good service.

All these reasons have led to the creation of a project that covers all these shortcomings. To consider this important project because it wants to launch an idea which contributes to economic growth in the area, generate competitive advantages and help the individual growth of the person carrying out this idea, in the same way, help to food balanced of the target market.

Subsequently did a technical study based on the standardization of product recipes serve and acceptance framed by a focus group development. Consecutively proceeded to do an administrative and organizational study. Posterior was made a further study. Finally did marketing study and a feasibility study was conducted to identify how the project is profitable.

INDICE

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1. ANTECEDENTES DE LA COCCION A LA PARRILA.....	18
1.2. ANTECEDENTES DEL NEGOCIO EN PARTICULAR.....	26

CAPITULO II

INVESTIGACION DEL MERCADO

2.1. MACROLOCALIZACION DEL PROYECTO.....	27
2.2. MICROLOCALIZACION DEL PROYECTO.....	30
2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	30
2.3.1. Perfil del mercado objetivo.....	30
2.3.2. Censo del universo del mercado objetivo.....	31
2.3.3. Cálculo del tamaño de la muestra.....	31
2.3.4. Modelo de la encuesta.....	32
2.3.5. Tabulación de resultados.....	34
2.3.6 Rotación.....	44
2.4. ESTUDIO DE LA OFERTA.....	45
2.4.1. Descripción y análisis del sector.....	45
2.5. ANALISIS COMPETITIVO.....	45
2.5.1. Oferta.....	45

2.5.2. Análisis según ventaja competitivas.....	47
---	----

CAPITULO III

ESTUDIO TECNICO

3.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS.....	48
3.1.1 Productos ofertados.....	48
3.1.2 Recetas estándar.....	51
3.1.3. Focus Grup.....	68

CAPITULO IV

ESTUDIO COMPLEMENTARIO

4.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	72
4.1.1. Descripción de puestos de trabajo.....	72
4.2. ORGANIZACIÓN OPERATIVA.....	75
4.2.1. Descripción del proceso.....	75
4.2.2. Diagramación de procesos.....	77
4.3. DESCRIPCIÓN Y COSTEO DE MUEBLES Y EQUIPAMIENTO.....	78
4.4. PATENTES, PERMISOS Y LICENCIAS.....	82

CAPITULO V

ESTUDIO DE MARKETING

5.1. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	84
--------------------------------	----

5.1.1. Público Objetivo.....	84
5.1.2. Objetivos comunicacionales.....	84
5.1.3. Diseño del mensaje de comunicación.....	85
5.1.4. Emisores del mensaje.....	85
5.1.5. Mix comunicacional.....	86
5.1.6. Plan objetivo de comunicación.....	87
5.2. RESUMEN DE INVERSIÓN.....	87

CAPITULO VI

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

6.1. GENERALIDADES E INVERSION INICIAL.....	88
6.2. COSTO INICIAL DEL PROYECTO.....	88
6.3. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	88
6.4. PROYECCIÓN DE INGRESO POR VENTAS.....	90
6.5. PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS.....	94
6.6. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN.....	96
6.7. ESTADO DE RESULTADOS (FLUJO DE CAJA).....	98
6.8. UTILIDAD OPERACIONAL.....	98
6.9. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	99
6.10. ANÁLISIS DEL VAN Y EL TIR.....	101

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
ANEXOS.....	105
BIBLIOGRAFIA.....	107

LISTA DE IMÁGENES, TABLAS Y GRÁFICOS.

IMÁGENES:

Imagen 1. Cuy Asado.....	22
Imagen 2. Rumiñahui y sus parroquias.....	27
Imagen 3. Sector Santa Clara, ESPE y La Colina.	28
Imagen 4. La ESPE y lugar donde se enfoca el proyecto.	28
Imagen 5. Logo del restaurante.	48
Imagen 6. Menú y oferta de productos.	50

TABLAS:

Tabla 1. Encuesta pregunta 1.....	34
Tabla 2. Encuesta pregunta 2.....	34
Tabla 3. Encuesta pregunta 3.....	35
Tabla 4. Encuesta pregunta 4.....	36
Tabla 5. Encuesta pregunta 5.....	37
Tabla 6. Encuesta pregunta 6.....	38
Tabla 7. Encuesta pregunta 7.....	39
Tabla 8. Encuesta pregunta 8.....	40
Tabla 9. Encuesta pregunta 9.....	41
Tabla 10. Encuesta pregunta 10.....	42

Tabla 11. Locales que se ubican en el sector frente a la ESPE.....	46
Tabla 12. Formato entregado a los jueces del Focus group.....	68
Tabla 13. Resultados del Focus group.....	69
Tabla 14. Resultado del Focus group en la estimación relación porción precio.....	71
Tabla 15. Descripción, costeo de muebles y equipamiento de cocina y restaurante.....	78
Tabla 16. Suministros de caja y oficina.....	80
Tabla 17. Suministro de Higiene y limpieza de cocina y baño.....	81
Tabla 18. Uniformes para el personal.....	81
Tabla 19. Implemento necesario para el personal del restaurante.....	82
Tabla 20. Rubros a cancelar por permisos, patentes y licencias.....	82
Tabla 21. Mix comunicacional.....	86
Tabla 22. Resumen de Pre inversión.....	87
Tabla 23. Balance de situación inicial.....	88
Tabla 24. Depreciación de activos fijos.....	88
Tabla 25. Proyección de ingresos por ventas primer trimestre.....	90
Tabla 26. Proyección de ingresos por ventas segundo trimestre.....	91
Tabla 27. Proyección de ingresos por ventas tercer trimestre.....	92
Tabla 28. Proyección de ingresos por ventas cuarto trimestre.....	93
Tabla 29. Presupuesto de recurso humanos.....	96
Tabla 30. Presupuesto de operación.....	96
Tabla 31. Estado de resultados (flujo de caja).....	98
Tabla 32. Utilidad operacional.....	98

Tabla 33. Punto de equilibrio.....	99
------------------------------------	----

Tabla 34. Punto de equilibrio 2.....	100
--------------------------------------	-----

Tabla 35. Tabla de cocción de carnes tiernas a la parrilla (anexos).....	105
--	-----

DIAGRAMAS:

Diagrama 1. Organización administrativa.....	72
--	----

Diagrama 2. Proceso productivo del proyecto.....	77
--	----

GRÁFICOS:

Gráfico 1. Encuesta pregunta 1.....	34
-------------------------------------	----

Gráfico 2. Encuesta pregunta 2.....	35
-------------------------------------	----

Gráfico 3. Encuesta pregunta 3.....	36
-------------------------------------	----

Gráfico 4. Encuesta pregunta 4.....	37
-------------------------------------	----

Gráfico 5. Encuesta pregunta 5.....	38
-------------------------------------	----

Gráfico 6. Encuesta pregunta 6.....	39
-------------------------------------	----

Gráfico 7. Encuesta pregunta 7.....	40
-------------------------------------	----

Gráfico 8. Encuesta pregunta 8.....	41
-------------------------------------	----

Gráfico 9. Encuesta pregunta 9.....	42
-------------------------------------	----

Gráfico 10. Encuesta pregunta 10.....	43
---------------------------------------	----

Gráfico 11. Punto de equilibrio.....	100
--------------------------------------	-----

TABLAS RECETAS ESTANDAR:

S01. Vinagreta.....	51
S02. Chimichurri.....	52
S03. Salsa BBQ.....	53
S04. Aji.....	54
S05. Salsa para parrilla.....	55
G01. Papa al orégano.....	56
G02. Papa cocida.....	57
G03. Ensalada ligera.....	58
G04. Arroz blanco.....	59
G05. Menestra de lenteja.....	60
G06. Menestra de frejol.....	61
PF01. Alitas en combo.....	62
PF02. Brochetas en combo.....	63
PF03. Combo solo carnes.....	64
PF04. Combo mix.....	65
PF05. Hamburguesa Ranchera.....	66
PF06. COMBO ENTRE VEGETALES.....	67

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1 ANTECEDENTES DE LA COCCIÓN A LA PARRILLA

Cuando se refiere a la historia de la gastronomía, en este caso hablar de la cocción a la parrilla, es necesario tomar en cuenta la estrecha relación entre la historia del hombre y su evolución.

El 5 de septiembre del 2014 se llevo a cabo la observación de videos realizados por National Geographic “La historia del Hombre” y “El Origen del Hombre y su Evolución” de Discovery Channel además de analizar la literatura del libro de Myhrvold Nathany sus coautores, Modernist Cuisine, (Taschen) el arte y la ciencia de la cocina donde mencionan la evolución del hombre y los principios de la cocina con lo cual se pudo obtener como conclusión lo siguiente:

Se han realizado investigaciones a lo largo de los años para definir el origen genético del hombre en las cuales se ultima que en el año de 1984 se descubrió en Tanzania (Este de África), un esqueleto a orillas del Rio Turcana, el cual pertenece al denominado Homo Erectus.

Se puede decretar que el ser humano debía cazar y recolectar sus propios alimentos; antes del descubrimiento del fuego el hombre debía consumir carnes crudas, frutas, bayas y raíces; además desarrollo utensilios que les permitía cazar y pescar.

Las evidencias fósiles muestran que hace unos 2'000.000 millones de años surgió el homo erectus, la cual se convirtió en el primer viajero ya que era la única especie que podía mantenerse sobre sus pies y que recorría grandes distancias.

Es trascendental hablar del Homo Erectus (hombre erguido) ya que creó las primeras herramientas impulsoras de la evolución; herramientas que fueron creadas con el fin de luchar por la supervivencia, tales como el hacha de mano de piedra, las primeras lanzas de madera, creo el fuego y aprendió a controlarlo.

El descubrimiento del fuego fue uno de los primeros logros del ser humano que no solo basto con su refinamiento sino que gracias a ello fueron conocidos los primeros métodos de cocción. Los alimentos se asan, hierven, rehoga y a su vez comienza el consumo de vegetales que en estado crudo no se podían consumir y por lo tanto los alimentos cocinados se vuelven digeribles y resultó más fácil la absorción de nutrientes y calorías. Es así como el asado se convierte en la primera técnica de cocción del hombre.

En la era del paleolítico descubrieron métodos de conservación de alimentos, al igual que nuevos sabores tales como salados, secos y la congelación; los cuales modificaba el sabor de los alimentos. A su vez con estos métodos reducían el tamaño de grandes piezas de carne y permitió en épocas de migración, que se pudiera trasladar la comida de un lugar a otro; además que en épocas de escases en las que tenían un abastecimiento incierto se encargaban de secar o ahumar la carne, así el tiempo de conservación era mayor.

A pesar de lo referido de los videos y el libro mencionado anticipadamente, también se debe rescatar el libro de L. Wolke, Robert, *Lo que Einstein le contó a su cocinero* (2003), el capítulo 8 “*Esos misteriosos microondas*” el cual alude que el ensayista y crítico inglés Charles Lamb (1775 – 1834) habla sobre la cocina y su descubrimiento por parte de los seres humanos, a una de las técnicas de cocción más remotas, el asado, “después de haber estado durante sus primeros 70.000 años comiendo carne cruda, arrancándola y mordiéndola directamente del animal vivo”.

Dicho libro menciona que a lo largo de la historia se encontró un manuscrito chino, en el que decía que un joven hijo de un porquero por error prendió fuego a la granja de su padre, momentos después quiso tocar a uno de los cerdos pero se quemó los dedos, se los llevo a la boca y descubrió el sabor exquisito que desconocía; al saborear sus dedos supo que era muy bueno, así empezaron a construir pequeñas granjas y colocaban cerdos en su interior y al alcanzar cierta edad los quemaban. Tiempo después la vecindad se dio cuenta de lo que hacían y comenzaron a difundir la misma actividad. “asi, con el paso del tiempo, llego un sabio... que hizo un descubrimiento. Que la carne de cerdo, o incluso la de cualquier otro animal, podía ser cocida (quemada, decían ellos) sin necesidad de destruir una casa entera”.

Hasta comienzos del siglo XX, se empezó a cocinar donde se le antojara al ser humano, para esta época ya se había aprendido a encender el fuego y que este sea controlado en pequeños cotos llamados hornos.

En el libro de Pasos Barrera Julio, Cocinas Regionales Andinas, Memorias del IV Congreso Quito, Ecuador (2010) determina que para el antropólogo Marvin Harris, el asado ha sido una de las técnicas básicas de cocción más utilizadas y da a conocer un poco sobre la cocina andina; a continuación se resume varias técnicas del libro mencionado anteriormente.

Chactar (colocar la carne sobre una piedra): esta técnica consiste en colocar una piedra sobre la carne, así se conserva la textura y tamaño, lo usan los aymara principalmente para asar carne de cuy o llama, ya que son carnes más duras, de esta manera ahorran el combustible y tiempo.

Técnica de cocción en brasas: después de un día de largos viajes en el que normalmente cazaban chinchillas o conejos (sin embargo cocían también pescados de río), los aymara se dedicaban a destrozarlo y pelarlo. Lo salaban y colocaban al sol un tiempo mínimo de una hora; después lo atravesaban con palos de madera y los asaban. Esta actividad la realizaban por preferencia en la noche ya que les permitía compartir y pasar un momento ameno.

Asar en cenizas: esta es otra técnica ancestral la cual consiste en colocar papa, ocas, izaños o quizás algún pedazo de carne adobada con sal y ají, directamente sobre las cenizas, se debe ir controlando la temperatura. Es una tradición que va de generación en generación entre los aymaras.

Kanka (asado): después de marinar las kankas de carnes de alpaca, llama, u oveja por un tiempo aproximado de 12 horas con hierbas aromáticas, ají panca, vinagre, cerveza, aceite y sal son expuestas directamente al fuego y servidas en grandes festividades.

Kanka a la parrilla: en días de fiestas patronales o de feria tienen los aymaras como costumbre colocar las carnes de la misma manera que para las kankas a diferencia que la carnes son colocadas en parrillas de acero fino resistentes al calor para que de esta manera

se doren ligeramente durante un tiempo aproximado entre 3 y 5 minutos y sean servidos acompañados de choclos asados y papa sancochada y asada.

Ahora bien, ya se conoce de la técnica de asado en la cocina andina pero es importante mencionar de nuestro país. Sin embargo, al realizar la lectura breve de la Enciclopedia del Ecuador, Océano (España, 1999) se encontró que los pobladores tempranos se dedicaban a la caza de animales como zarigüeya, conejo, puerco espín o erizo, cuy, perro, tapir o danta, venado, oso de anteojos y perdiz pero poco tiempo después la mega fauna de los bosques fue desapareciendo y para satisfacer la necesidad de comer empezaron a dedicarse a la recolección de frutas silvestres y granos de amarantáceas, sin embargo en el caso de habitantes de la costa no solo eran cazadores y recolectores, sino que también eran excelentes pescadores. En la zona del oriente ecuatoriano se diferencia en que la caza era de animales salvajes como jabalí, pumas, serpientes, monos, etc.

Hoy en día pese a ciertos cambios que sufrió el Ecuador por su antepasado cultural como la conquista incaica y la conquista de los españoles se ha mantenido la influencia de recetas precolombinas autóctonas de los indígenas.

Gracias a la conquista española se conoció en Ecuador el cerdo, res, oveja y gallina.

Cada una de las regiones mantiene sus propias tradiciones.

Se realizaron visitas y observaciones de campo en varias provincias del Ecuador por parte de la autora de la tesis además de la lectura de libros de gastronomía Ecuatoriana de Cuvil Pablo, Recorrido por los sabores del Ecuador (2001) para así constatar platos típicos de nuestro país cocinados por el método de cocción asado:

Ayampaco: plato típico del oriente ecuatoriano, particularmente es consumido por comunidades de Zamora, es parte de la gastronomía shuar. Su preparación es de antaño con ingredientes como la carachama, es un pez de río de aguas amazónicas, envuelto en hoja de bijau y colocado sobre el fuego; sin embargo con el paso de los años los colonos lo adoptaron y sustituyeron la carachama por carne molida de res o cerdo, pollo desmenuzado, trucha, etc. Este plato fue degustado por la autora de este proyecto el 7 de junio del 2014 en la provincia del Tena.

Cuy asado: el cuy es un animal andino que ha sido criado por miles de años al cual los españoles lo llamaron conejillo de indias, y además en varios países se los conoce con diferentes nombres como cobayo, cuy (del quichua qwui), cuye, etc. Según Eduardo Archetti en la serranía ecuatoriana los campesinos e indígenas consideran que la carne de este animal es mejor que la gallina, res, cerdo u otros; ya que es “más dulce” y “muy caliente” brinda mayor satisfacción al paladar y ofrece mayor energía por su alto contenido en proteína. La mejor cocción es asada porque conserva su textura aunque el tiempo de preparación es relativamente largo. Para su elaboración previamente es macerado con aliños; va acompañado de papas cocidas y salsa de maní. Es un plato típico de Ficoa (Ambato-Chimborazo), Riobamba y muchos otros lugares de la serranía ecuatoriana. Además a partir del año 2009 se realiza la crianza y preparación de este plato en la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas ubicándose como un nuevo atractivo alimenticio inclusive se lleva a cabo el festival del cuy evento efectuado en el mes de noviembre, programa al que la elaboradora del proyecto pudo asistir el 23 de noviembre del 2013.

Imagen 1. Cuyes asado.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama

Borrego Asado: es un plato que se sirve comúnmente en Imbabura y Chimborazo (Pillaro). Es salpimentado y asado. Se acompaña de papas, habas, choclo cocinado y queso. No es muy común sin embargo la elaboradora de este proyecto lo pudo degustar en la provincia de Imbabura el 20 de abril del 2014.

Gallina cuyada: Plato típico de Loja. Es la gallina adobada y asada. Este plato va acompañado de yuca, arroz, encurtido de cebolla y aguacate.

Cesina: Es la carne de cerdo salada expuesta al sol horas antes a ser servida, una vez que está seca se debe colocar a la parrilla. Va acompañado de yuca cocinada y un encurtido de cebolla con tomate y limón. Es plato típico de la Provincia de Loja. Junto con la gallina cuyada fueron platos degustados por Carmen Huayama, autora de este proyecto en la provincia de Loja el 5 de enero del 2014.

Carne de Guanta: es uno de los platos típicos y exóticos del Oriente ecuatoriano y de la provincia de Manabí. A pesar de que es un animal en peligro de extinción es muy común encontrarlo en pequeños comedores de carretera. Va acompañado de arroz, verde asado y menestra.

Saino: puerco silvestre conocido también como pecari tajacu que pese a estar en estado de conservación en muchos países de Latinoamérica sigue siendo cazado. En ciertos lugares como la Provincia de Manabí y la Selva Amazónica este animal es asado a la parrilla y servido con yuca o verde asado.

Maito de pescado: en el interior de hojas de achira se coloca tilapia o cualquier otro tipo de carne previamente lavado con limón, adobado con sal, ajo y cebolla, la hoja es atada y es expuesta sobre las brasas hasta estar bien cocida, usualmente es servida con yuca cocinada. Es un plato típico de la selva ecuatoriana.

Tripa mishqui: son tripas de res lavadas, aliñadas y asadas. Es un plato típico de la serranía ecuatoriana que particularmente en la ciudad de Quito se puede disfrutar en pequeñas huecas en muchos sectores de la ciudad como las 5 esquinas, la Vicentina y muchos otros barrios; clásicamente se puede encontrar en horas nocturnas. En el caso de la sierra van acompañadas de una salsa de maní, papa, mote y un repicado de cebolla blanca y perejil. En la costa se sirve con plátano asado y ensalada.

La guanta y el saino son animales que se ha prohibido cazar debido a que están en peligro de extinción sin embargo la autora de este proyecto degustó estos platos en pequeños recintos de la Provincia de Manabí el 12 de Mayo del 2014.

En el cantón se encuentra un sin número de restaurantes que elaboran productos a la parrilla, pero según la Superintendencia de Compañías no se encuentran registrados los nombres de los establecimientos de comida sin embargo se debe destacar aquellos que

tienen su nombre reconocido. Pese a que no se hallan sino hasta 1,53 Km de distancia en el centro comercial San Luis Shopping se encuentra: “La Tablita del Tártaro - expertos al carbón” que tiene 42 locales a nivel nacional incluyéndolos ubicados en patios de comidas de centros comerciales reconocidos, tiene 18 años en el mercado gastronómico. También esta “Vaco y Vaca” que nació hace 30 años como una cafetería especializada en sánduches, churros y bebidas calientes; en el año 2000 pasó a ser una cafetería-restaurante, poco tiempo después al ver la acogida que tenía abrieron la primera sucursal en el C.C. El Bosque; en la actualidad tiene 5 locales activos.

Otro local de comida a la parrilla es “Buffalos - la carne como a ti te gusta, la mejor carne a la parrilla”; es poco lo que se conoce acerca de esta cadena de comida pero su especialidad como su nombre lo dice es la carne al carbón.

En San Rafael encontramos los siguientes locales: “El Arriero-Steak House”, que tiene una pequeña área de comida rápida pero en realidad se especializa en elaboraciones al grill.

Encontramos también Federer que pese a llevar el detalle de delicatessen son los fabricantes de los embutidos que llevan el mismo nombre. En la ciudad de Quito tienen 5 sucursales entre ellas se encuentra una en el sector de San Rafael; en cada uno de los locales elaboran parrilladas y disponen también servicio de cocción a la parrilla a domicilio tiene 5 años en el mercado y su primera sucursal fue “one stop shopping” ubicado en el sector norte de Quito.

La Kafra-grill restaurant es un establecimiento en el cantón, en el sector San Rafael; tiene servicio de cafetería y restaurant con especialidad al grill. Se abrió pocos meses atrás y es el único local con este nombre.

Ahora bien como se menciono inicialmente en el cantón Rumiñahui y de forma especial en la parte urbana de Sangolquí hay un sin fin de restaurantes que elaboran carnes, pollo, chuletas, cuy y pinchos asados todos ellos acompañados de arroz y menestras.

Algo particular y a su vez similar en estos locales es que son de comida manabita, o marisquerías que lamentablemente carecen de buenas condiciones de salubridad y en su mayoría los precios oscilan entre \$ 4.00 dólares hasta \$ 22.00 dólares en platos de características similares.

En la actualidad se ha mencionado por varios medios de comunicación que los tipos de cocción, el uso de ciertos instrumentos y alimentos son carcinógenos, ahora bien se encontró un artículo en el libro de Myhrvold Nathan y coautores, *Modernist Cuisine*, (2011)

Cada año, al subir la temperatura, los periódicos advierten sobre los supuestos carcinógenos (compuestos que causan cáncer) de la carne y el pescado asado. En particular, preocupan unas sustancias químicas denominadas aminas heterocíclicas (AHC) derivada de las reacciones de Maillard que hacen que la carne al fuego se dore. Al consumidor le preocupan las AHC porque el Programa Nacional de Toxicología de EE.UU. afirma que se <<prevé razonablemente>> que estas sustancias químicas sean cancerígenas en las personas y lo avala la Agencia Internacional para la Investigación del Cáncer (IARC). Al suministrar grandes dosis de estos compuestos a ratas de laboratorio, estas presentan una mayor incidencia de cáncer.

¿Significa esto que las AHC también provocan cáncer en las personas? No. Muchos informes prueban que la reacción que sufren las ratas o los ratones no tiene por qué producirse en los humanos. Además, un reciente y ambicioso estudio prospectivo realizado sobre 120.000 mujeres durante ocho años no detectó ninguna relación el cáncer de mama y el consumo de carne roja ni su forma de cocción, por lo que resulta prematuro afirmar que las AHC son peligrosas.

Varias líneas de investigación sugieren que los seres humanos, o sus antepasados, se acostumbraron a consumir alimentos cocinados, pero no así las ratas de laboratorio ni sus ancestros. Quizá toleremos los productos de las reacciones de Maillard mejor que los roedores o incluso que algunas sustancias químicas sean beneficiosas. Es más, los estudios realizados en animales revelan que los productos que han sufrido la reacción de Maillard funcionan como antioxidantes y eliminan bacterias causantes de úlceras pépticas. Además, las personas toleran los cereales del desayuno, el pan crujiente y las patatas fritas, aunque estos alimentos obtengan su tono tostado y dorado de productos procedentes de las reacciones de Maillard como la acrilamida, que se supone que es carcinógena.

1.2 ANTECEDENTES DEL NEGOCIO EN PARTICULAR

La zona de cobertura del presente proyecto, actualmente se hallan puntos de venta de comida rápida, aspecto que favorece para la creación de un restaurante de comidas elaboradas a la parrilla, servidas en el menor tiempo posible y con atención personalizada.

El objetivo fundamental es convertirse en un líder en el mercado y brindar un servicio de calidad sin olvidar el precio. Por medio de la elaboración de una encuesta a estudiantes y personas que habitan en el sector se determinó la posibilidad de aceptación del producto y las preferencias del consumidor, llegando a la conclusión de que las personas que visitarán el restaurant serán jóvenes, adultos y adultos mayores, que buscan un producto variado. Todos estos elementos demuestran que el proyecto es factible, porque se ha analizado los problemas y soluciones para mantenerlo en funcionamiento, lo que significa, además, que la inversión que se realizará es justificada, puesta que se recuperará y generará ganancias.

El enfoque del proyecto es un servicio de alimentos preparados a la parrilla y bebidas, será servida por personal capacitado para brindar una atención satisfactoria hacia cada uno de los clientes y en condiciones saludables. Para alcanzar el mercado objetivo de forma positiva se ofrecerán combos variados que estarán al alcance de todo público.

El establecimiento estará localizado en el sector de Santa Clara (Sector urbano de Sangolqui – Rumiñahui), en la Av. General Rumiñahui (Troncal de la Sierra E35), frente a la ESPE (Universidad de la Fuerzas Armadas) ya que es una zona con una demanda creciente por parte del mercado al que va dirigido.

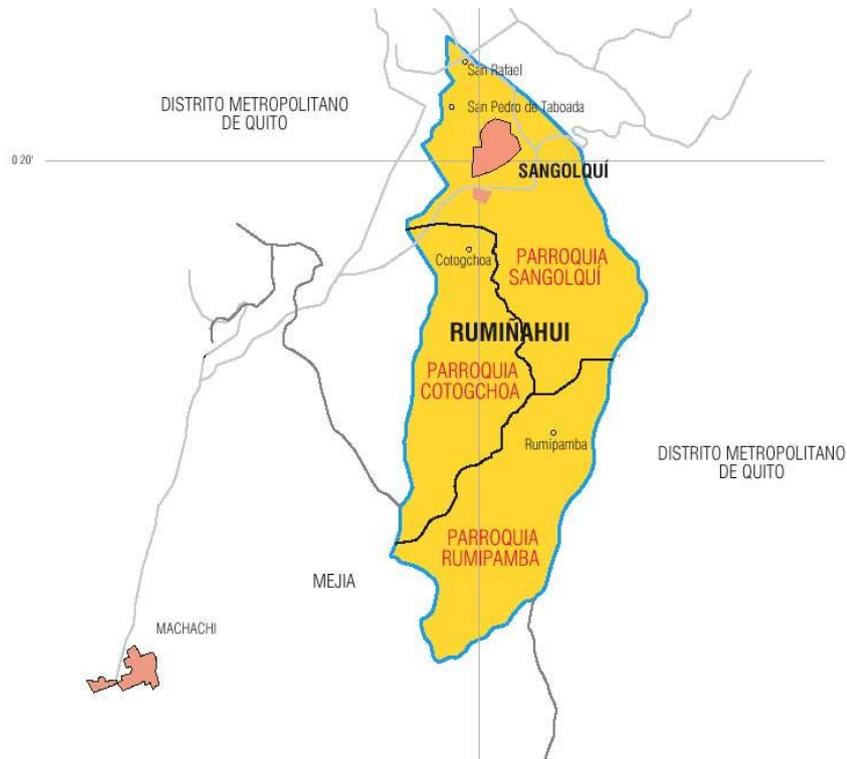
Gracias al crecimiento demográfico del sector, la distancia, el tiempo y la vida cotidiana actual el área se postula para una atención alimenticia principalmente en tiempos cortos, basada en una dieta equilibrada que satisfaga y que esté de acuerdo a las posibilidades económicas del mercado objetivo.

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

2.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

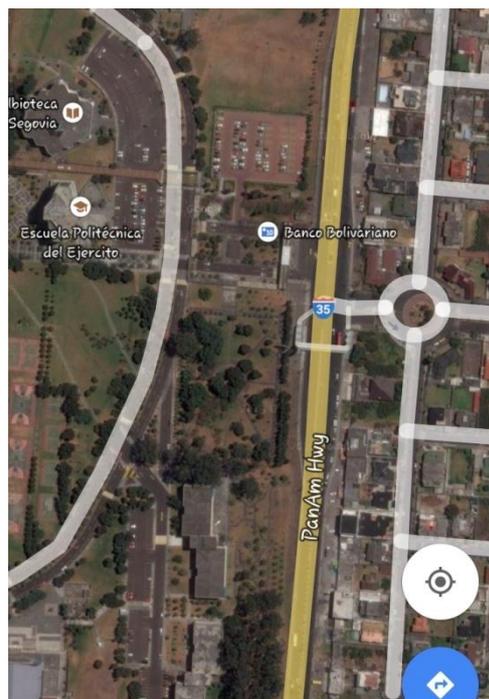
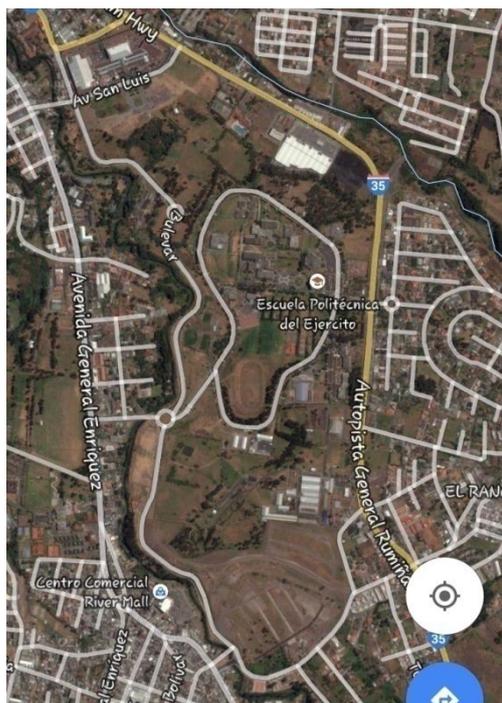
Imagen 2. Rumiñahui y sus parroquias.



Fuente y elaborado por: Municipio del Cantón Rumiñahui. 2014.

El restaurant estará ubicado en el sector es Santa Clara, Parroquia Urbana de Sangolquí, Cantón Rumiñahui. En la Autopista General Rumiñahui también conocida como la Troncal de la sierra E35 frente a la ESPE.

Imagen 3 Sector Santa Clara, Espe y La Colina. Imagen 4. La ESPE y lugar donde se enfoca el proyecto.



Fuentes y elaborados por: Google maps

Este es un sector urbano en constante crecimiento el cual a lo largo de los últimos años ha sufrido cambios consecutivos provocado por la venta excesiva de bebidas alcohólicas cerca a un establecimiento educativo, han sido clausurados y poco a poco cerrados definitivamente todos aquellos locales que realizaban el expendio descontrolado de la sustancia. Pero de la misma manera se van creando nuevos locales de venta de comida, principalmente comida rápida. El precio estimado estará relacionado directamente con la competencia tomando en cuenta que se debe brindar buen servicio con afluencia; la lista de locales varía en muchas ocasiones de semestre a semestre ya que no se lleva a cabo una planificación adecuada para prever y cubrir meses relativamente bajos en ventas como es el período de vacaciones entre cada semestre.

Es importante mencionar que el sector tiene una afluencia turística de los capitalinos siendo miles de personas las que ingresan al cantón o caravanas de turistas locales y extranjeros de todas las edades. El ingreso al sector lo realizan en vehículos propios o en buses interparroquiales e intercantonales con el fin de realizar actividades deportivas en parques, cascadas o acciones culturales. En su mayoría son personas que pretenden alejarse de la ciudad y buscan un poco de calma en el Valle de los Chillos y el Cantón

Rumiñahui, es normal encontrar grupos familiares compartiendo un fin de semana durante un almuerzo.

Se debe tomar en cuenta que muchas personas visitan el Cantón por sus atractivos turísticos, es por ello que la afluencia de los mismos es alta cada fin de semana entre estos encontramos la Casa de Eduardo Kingman, Boulevard Santa Clara, Parque Turismo, Mausoleo de Juan de Salinas, Cascadas (del Río Pita, Padre Urco, Vilatuña, Condor Machay), haciendas, complejos y balnearios, etc.

Base de segmentación:

Los siguientes datos son propios del censo del 2010 realizado por el RADATAM (Fuente Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010. Planificación 2010 – 2024, Web Oficial del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui).

Geográfica: Región: Sierra (Sangolqui); Densidad: urbana; Clima: templado.

Población: Demográfica: Edad: 18 años en adelante; Sexo: Masculino y femenino; Tamaño por familia: 3-4; Ocupación: Profesionales, técnico, autónomos, graduados secundarios, estudiantes universitarios y licenciados; Ciclo de vida: solteros, solteros o casados con o sin hijos, adultos, adultos mayores.

Psicográficos: Clase social: medio, medio alto.

Criterio específico del comportamiento de compra: Frecuencia de compra: media, alta.

Beneficios esperados: calidad, servicio, economía, rapidez; Lealtad a la marca: media y fuerte; Estado de disponibilidad de compra: informado, interesado, con intención de compra, deseoso consiente; Actitud para el producto: entusiasta, positiva.

2.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Gracias al área de información en la ESPE se pudo constatar que dicha institución educativa universitaria alberga cerca de 6000 estudiantes al semestre aproximadamente,

provenientes del sector y sus alrededores pero también son personas que vienen de otras provincias. La institución tiene más de 200 personas trabajando como docentes, ayudantes, personal de limpieza, etc. Sin embargo en época de vacaciones los habitantes de la zona baja de forma radical.

El sector donde se tiene como propósito llevar a cabo el proyecto de un restaurante de comida elaborada a la parrilla tiene una afluencia muy elevada vehicular ya que es una de las principales vías del valle de los chillos que conecta a la ciudad de Quito con las provincias del Norte y Sur, es la troncal de la Sierra, continuación de la Autopista General Rumiñahui. Por el método de observación se acierta que diariamente circulan miles de vehículos, sean buses, camiones o vehículos particulares sobretodo en horas pico que van desde las 6:45 am a 9:00 am, consecutivamente es de 11:45 am a 15:00 pm y desde las 17:30 pm a 19:00 pm aproximadamente. Sin embargo los fines de semana el flujo vehicular en sentido Quito – Valle es por la mañana hasta el medio día y en el sentido Valle de los Chillos – Quito el trafico es por la tarde hasta la noche.

En la ESPE y sus alrededores, es decir en el sector de Santa Clara encontramos más de 3000 transeúntes aproximadamente en un día de semana mientras que los fines de semana en el sector circulan no más de 200 personas al día.

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Perfil del mercado objetivo.

El mercado al que está dirigido este proyecto es hacia un perfil de clase media, media alta en edad igual o superior a los 18 años, esto se debe a que la población del sector en su mayoría son estudiantes universitarios de la ESPE (Escuela Politécnica del Ejército), personal administrativo, profesores, militares y personas que viven en el sector, de forma particular que habitan en la Urbanización La Colina.

2.3.2 Censo del universo del mercado objetivo.

El sector de Santa Clara, lugar donde se va a desarrollar el proyecto pertenece a la parte urbana de Sangolqui, su población en el año 2014 según el censo realizado en el año 2010

y el plan del sistema de asentamiento humano 2010 – 2024 establece que hay 61490 habitantes aproximadamente.

2.3.3. Cálculo del tamaño de la muestra.

En el libro de Kotler Philip y coautores, Marketing para turismo, tercera edición, Pearson, 2004 dice que el cálculo del tamaño de la muestra es “para sacar conclusiones acerca de los grandes grupos de consumidores a partir de una muestra” en la que “la muestra es un segmento de la población seleccionado para representar a la población en su conjunto”.

Para resolver el cálculo del tamaño de la muestra cuando el universo es finito (contable) inferior a 500.000 personas se aplicara bajo la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = es el tamaño de la muestra, nuestra incógnita; en este caso es la referencia de la del segmento o grupo de personas a las que se realizara las encuestas en el sector Urbano de Sangolqui.

N = es el número de habitantes que hay en el sector urbano de Sangolqui.

e = es el margen de error permitido, el valor estándar es del 5%.

Resolución de la formula con datos:

e = 5 % que equivale a 0.05

N = en el sector Sangolqui Urbano en el año 2014 son 61940.

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

$$n = \frac{61490}{0,05^2 (61490 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{61490}{0.025 (61489) + 1}$$

$$n = \frac{61490}{154.72}$$

$$n = 397$$

El cálculo del tamaño de la muestra es de 397. Es decir, que se realizará 397 encuestas en el sector para determinar un muestreo probabilístico, simple, estratificado y de conveniencia.

2.3.4. Modelo de la encuesta.

La encuesta está basada en preguntas dicotómicas y de elección múltiple.

OBJETIVO: Valorar la factibilidad de un restaurante de comidas completas ecuatorianas a la parrilla.

ENCUESTA

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y conteste con una X en el lugar que corresponde.

1.- Sexo: M ___ F ___

2.- Su edad oscila entre:

Menor a 20 ___ 20 a 25 ___ 25 a 30 ___ 30 a 35 ___ 35 o más ___

3.- Usted... Vive ___ Estudia___ Trabaja___ ...en el sector.

4.- ¿Con qué frecuencia sale a comer?

1 – 2 (semana) ___ 2 o más (semana) ___ Cada 15 días ___ 1 vez al mes___

5.- ¿En compañía de quien sale a comer?

Sol@ ___ Pareja ___ Amigos ___ Familia ___

6.- ¿Los restaurantes del sector cumplen con sus expectativas?

Sí ___ No ___

7.- ¿Piensa que la parrilla es saludable?, tomando en cuenta que no se utiliza grasas para su elaboración.

Si ___ No ___

8.- ¿Qué busca Ud. en un restaurante? (una o varias respuestas)

Buena comida ___ Buena atención ___ Servicio rápido ___ Todas las anteriores ___

9.- ¿Cuánto dinero promedio gasta por plato a la carta?

\$ 2 a 4 ___ \$ 4 a 6 ___ \$ 6 a 8 ___ \$ 8 o más ___

10.- ¿Le gustaría un restaurante con comidas a la parrilla en el sector de la ESPE con servicio rápido?

Sí ___ No___

2.3.5 Tabulación de resultados.

Tabla 1. Pregunta 1

PREGUNTA No. 1		
MUJERES:	69.52 %	276
HOMBRES:	30.48 %	121

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 1. Pregunta 1



Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

El mayor porcentaje de personas que resolvieron esta encuesta fueron mujeres; independientemente de esta investigación según el último censo realizado en el 2010 está comprobado que la mayor parte de habitantes en este cantón son mujeres.

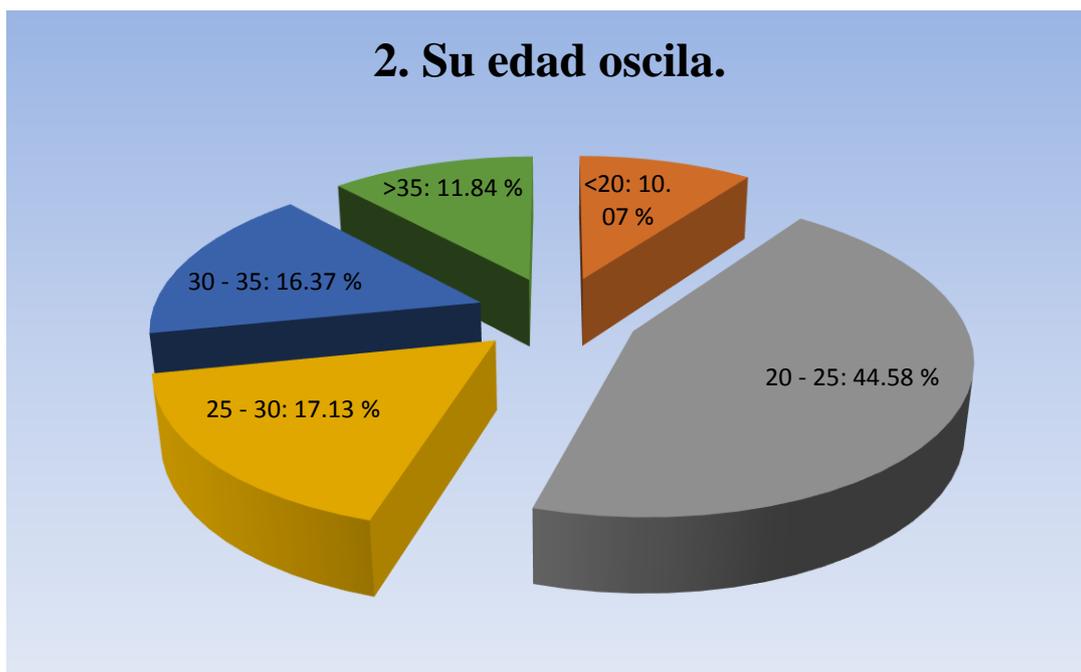
Tabla 2.Pregunta 2.

PREGUNTA No. 2		
<20:	10.07 %	40
20 - 25:	44.58 %	177
25 - 30:	17.13 %	68
30 - 35:	16.37 %	65
>35:	11.84 %	47

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 2. Pregunta 2.

2. Su edad oscila.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Al ser un sector en el que se encuentra una institución educativa universitaria es normal que el mayor porcentaje, es decir el 44.58 % s oscilan en edades entre 20 y 25 años. Consecutivamente de 25 a 30 años, sigue de 30 a 35 años, mayores a 35 años y finalmente son menores de 20 años.

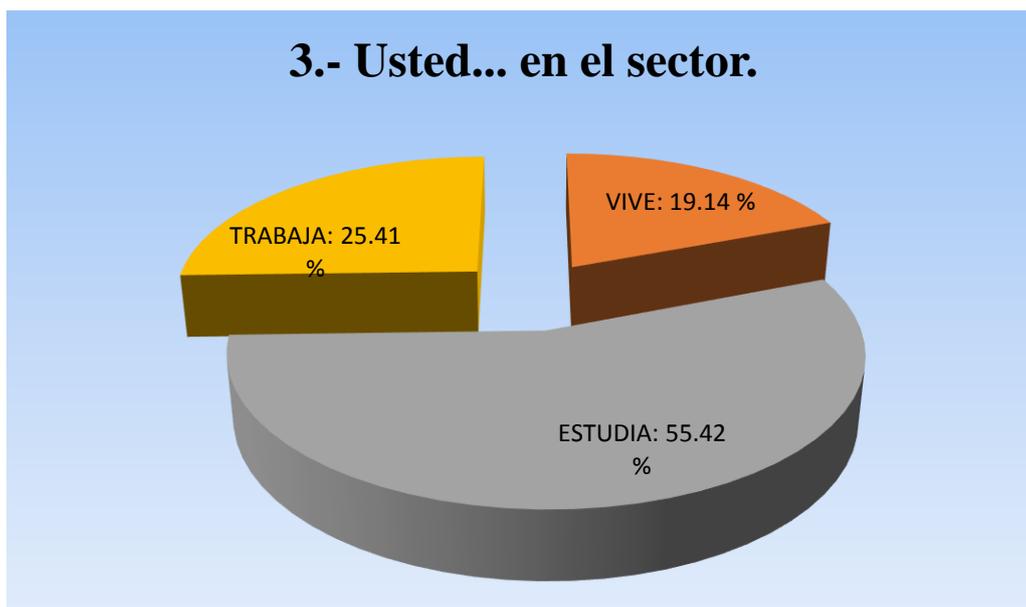
Tabla 3. Pregunta 3

PREGUNTA No. 3		
VIVE:	19.14 %	76
ESTUDIA:	55.42 %	220
TRABAJA:	25.41 %	101

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Grafico 3. Pregunta 3

3.- Usted... en el sector.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

El mayor porcentaje de transeúntes en el sector de la ESPE son estudiantes ocupando el mayor porcentaje con un 55.42 %, a continuación tenemos personas que trabajan en el sector y finalmente los que viven en el sector o sus alrededores que frecuentemente circulan por la zona.

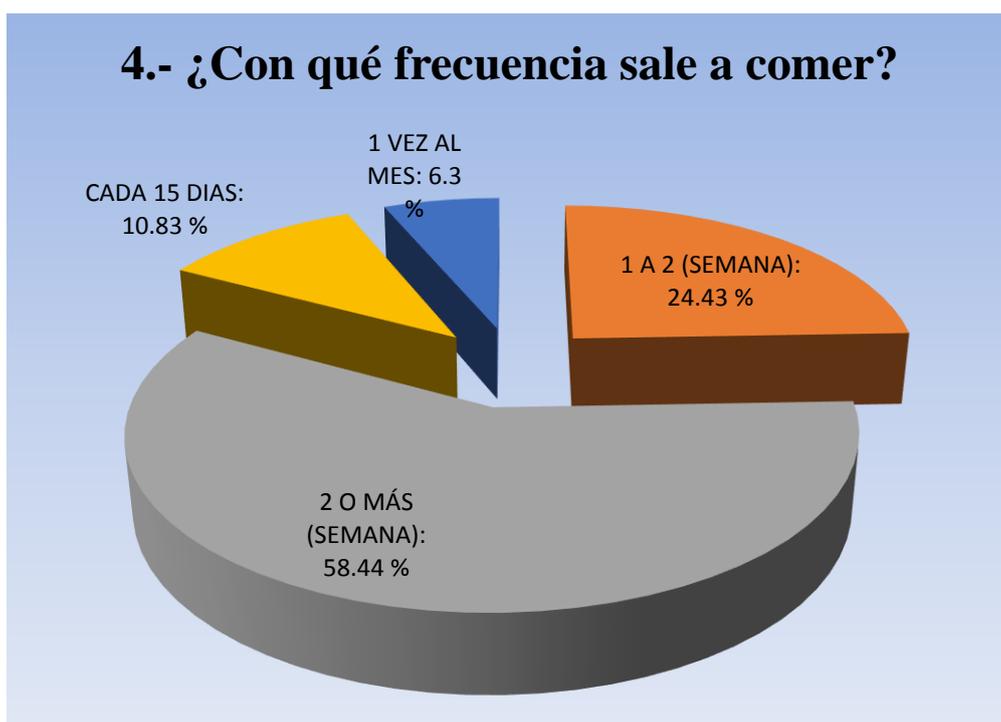
Tabla 4. Pregunta 4.

PREGUNTA No. 4		
1 A 2 (SEMANA):	24.43 %	97
2 O MÁS (SEMANA):	58.44 %	232
CADA 15 DIAS:	10.83 %	43
1 VEZ AL MES:	6.3 %	25

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 4. Pregunta 4.

4.- ¿Con qué frecuencia sale a comer?



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Es muy frecuente encontrarse que al ser la mayor parte estudiantes de la ESPE tienen una alta frecuencia de salir a comer 2 o más veces a la semana con un 58.44 %, consecutivamente están aquellos que salen 1 o 2 veces a la semana con 24.43%. El 10.83% se alimentan en el sector cada 15 días encontramos y el 6.3 % comen fuera una vez al mes.

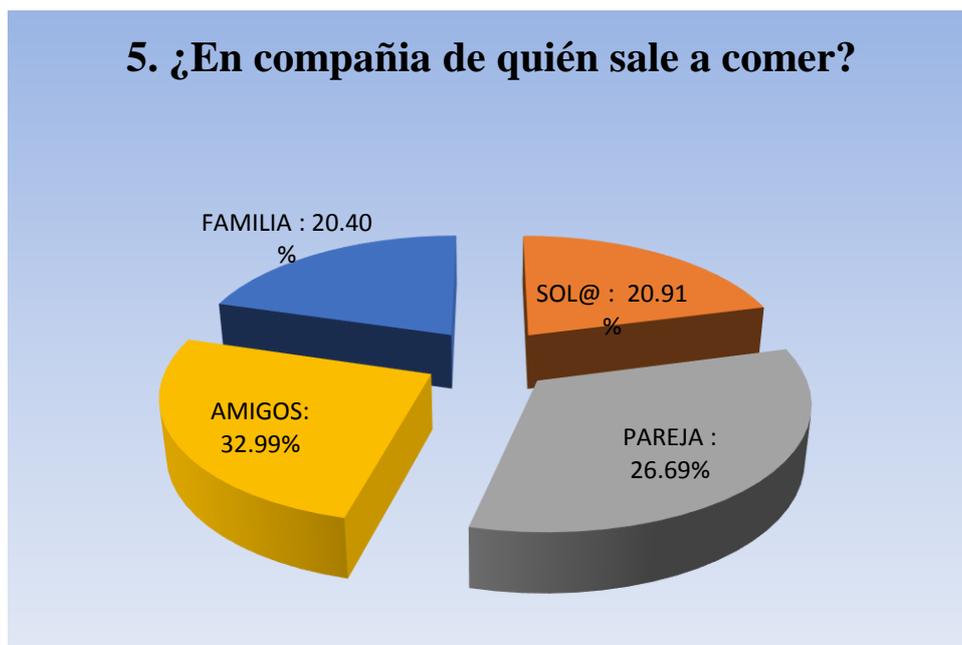
Tabla 5. Pregunta 5.

PREGUNTA No. 5		
SOL@ :	20.91 %	83
PAREJA :	26.69 %	102
AMIGOS :	32.99 %	131
FAMILIA :	20.40 %	81

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 5. Pregunta 5.

5. ¿En compañía de quién sale a comer?



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Usualmente en el sector es fácil encontrar grupos de amigos (32.99%) o en pareja (26.69) durante su brake, lunch o almuerzo, regularme durante la semana (de lunes a viernes), pero también encontramos aquellas personas que salen a comer sola con un 20.91 %. Mientras que los fines de semana es más común encontrarse con familias completas disfrutando de un almuerzo (20.42%).

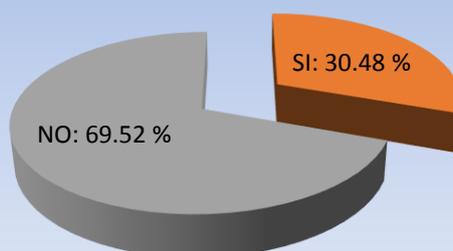
Tabla 6. Pregunta 6.

PREGUNTA No.6		
SI:	30.48 %	121
NO:	69.52 %	276

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Grafico 6. Pregunta 6.

6. ¿Los restaurantes del sector cumplen con sus expectativas?



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

La mayor parte de los encuestados respondieron que los restaurantes pueden cumplir de cierta manera con sus expectativas económicas pero no cumplen sus expectativas sanitarias.

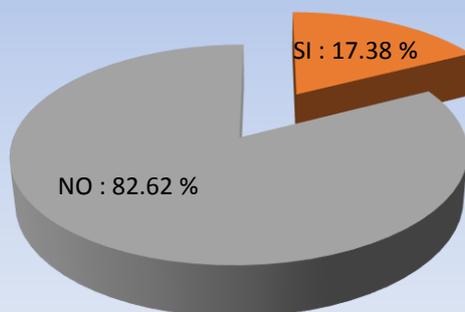
Tabla 7. Pregunta 7.

PREGUNTA No. 7		
SI :	17.38 %	69
NO :	82.62 %	328

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 7. Pregunta 7.

7.- ¿Piensa que la comida a la parrilla es saludable tomando en cuenta que no se usa grasa?



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

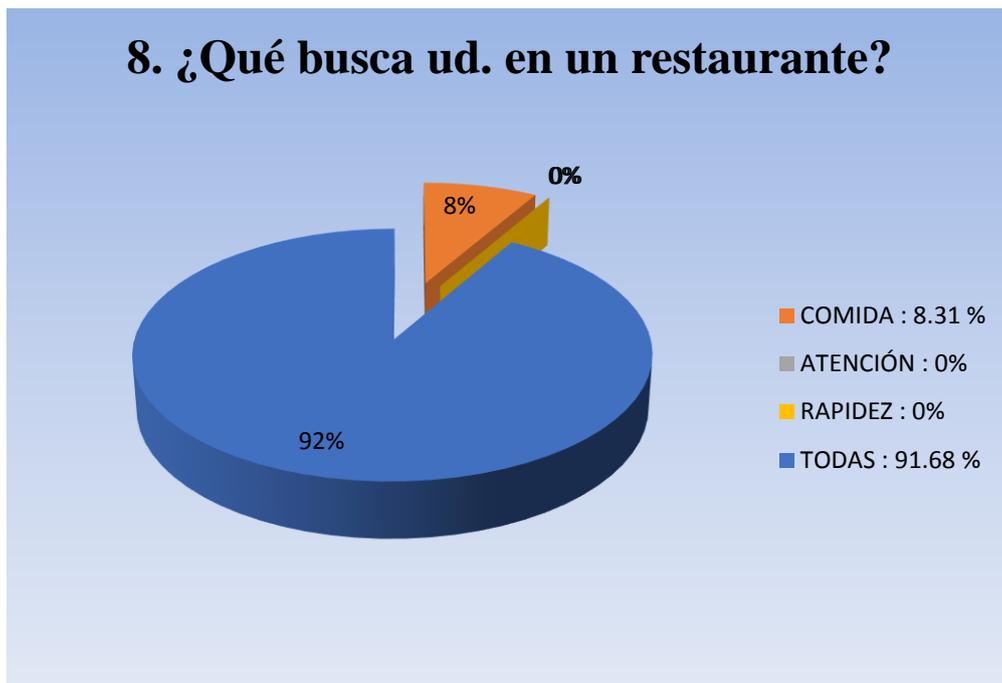
El 82,62% considera que la comida a la parrilla es saludable, a diferencia del 17,38 % no piensa lo mismo ya que dicen que la carne para la parrilla es óptima cuanto más grasa contenga, es mejor.

Tabla 8. Pregunta 8.

PREGUNTA No. 8		
COMIDA :	8.31 %	33
ATENCIÓN :	0%	0
RAPIDEZ :	0%	0
TODAS :	91.68 %	364

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Grafico 8. Pregunta 8.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

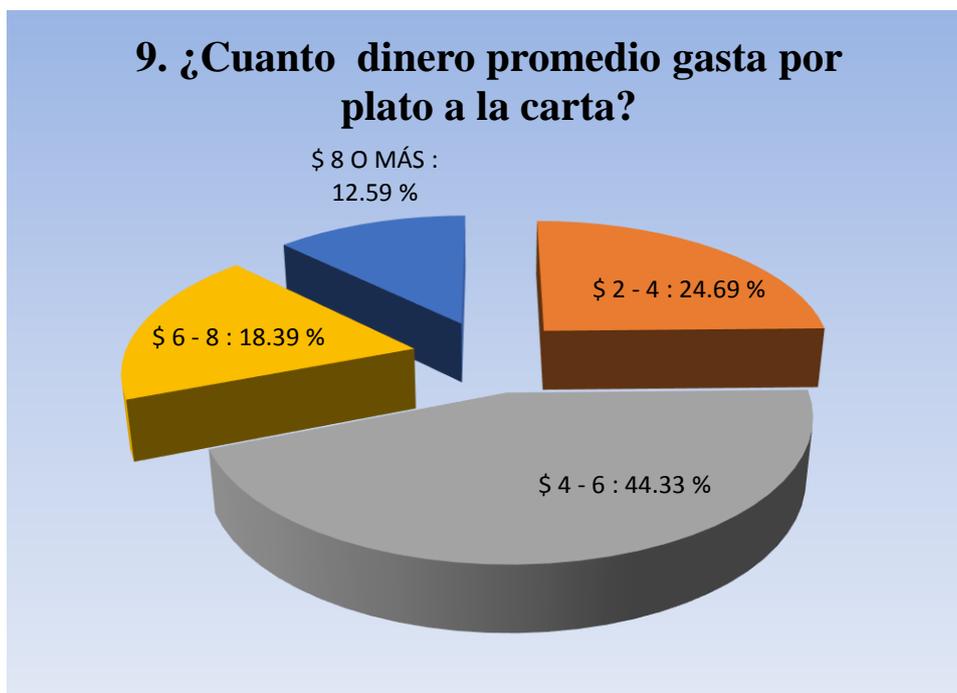
El 91.68 % de los encuestados buscan en un restaurante buena comida, buena atención y rapidez mientras que el 8.31% buscan únicamente buena comida.

Tabla 9. Pregunta 9.

PREGUNTA No. 9		
\$ 2 – 4 :	24.69 %	98
\$ 4 – 6 :	44.33 %	176
\$ 6 – 8 :	18.39 %	73
\$ 8 O MÁS :	12.59 %	50

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 9. Pregunta 9.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

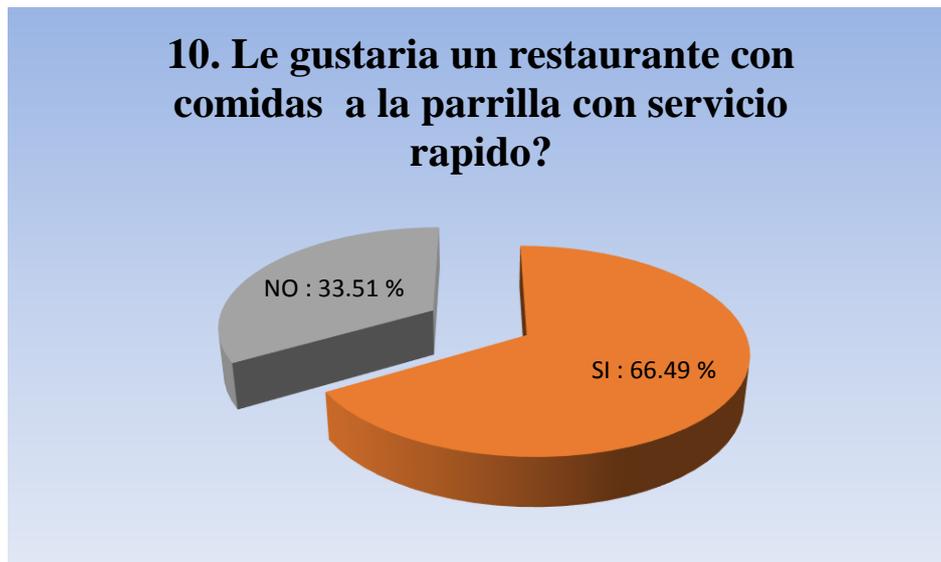
El 44.33 % gasta un promedio de \$ 4.00 a \$ 6.00 dólares por plato a la carta, sigue el grupo de 24.69% disipa entre \$ 2.00 y \$ 4.00. El 18.39 % gasta de \$ 6.00 a \$ 8.00 por plata a la carta y el grupo minoritario gasta más de 8.00.

Tabla 10. Pregunta 10.

PREGUNTA No. 10		
SI :	66.49 %	264
NO :	33.51 %	133

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Grafico 10. Pregunta 10.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

El 66.49% respondió que sería agradable tener un restaurante con comida elaborada a la parrilla con servicio rápido. Y el otro 33.51% respondió que no.

Como conclusión de esta encuesta se resolvió que si bien es cierto, la mayor cantidad de mujeres cuidan su cuerpo y salud por ello les agradaría un restaurante de comida a la parrilla ya que lo consideran saludable. Casi todos los encuestados consumen comida chatarra ya que no tienen otra opción, debido a que el sector está abarrotado con este tipo de locales y porque consideran que es lo más rápido que se puede encontrar. La mayor parte de las personas son estudiantes universitarios de la ESPE, son jóvenes y por ello sus gastos diarios en comida van desde los \$ 2.00 hasta los \$ 4.00 dólares, la mayoría consumen de 2 o más veces a la semana productos fuera de casa. El sector es bastante transcurrido por este grupo selecto de habitantes, en su mayoría estudia en la ESPE, mientras que un grupo minoritario pero, no por ello menos importante son adultos que trabajan en el área o viven cerca.

Ahora bien si la demanda satisfecha es de 66,49%, es decir, 40.884,7 habitantes y que en el caso pesimista solo el 21,83% asistiría al local una vez al año se obtiene el número de

comensales potenciales y el número de clientes en cierto periodo de tiempo. Para ello es indispensable hacer unos cálculos tomando en cuenta que el local tiene una capacidad de 60 pax (personas).

2.3.6 Rotación.

Para continuar con los cálculos subsiguientes es indispensable tomar en cuenta la rotación, que se define como la cantidad de personas que ingresaran al restaurante.

Para realizar el cálculo aproximado de índice de rotación es indispensable aclarar que para días que se representan como medios se estandarizara con una rotación de 0,5 los días lunes, martes, miércoles y sábado. Los días jueves y viernes la rotación será del 1, tomando en cuenta este dato y que el día domingo se cierra el local. Se realiza la sumatoria de todos los días es 0,5 de cuatro días y 1 los tres días sobrantes, y se divide para 6. Para realizar los cálculos necesarios se realizo un promedio de rotación semanal, obteniendo 0,67.

Ahora que se tienen los datos se debe multiplicar la capacidad del local por la rotación por los datos semanales, mensuales y anuales; para este cálculo se debe recalcar el porqué de cada uno de los números:

60: es la capacidad del local.

0,67: es el índice de rotación.

6: son los días laborables en la semana.

4: número de semanas que contiene el mes.

8: número de meses laborables al año (se sabe que el año contiene 12 meses pero se debe inhibir los meses bajos para los negocios en el sector, al ser una institución educativa universitaria se debe quitar los meses vacacionales que en el año son aproximadamente 4).

Cálculo:

Semanal: $60 * 0,67 * 6 = 241$

Mensual: $60 * 0,67 * 6 * 4 = 965$

Anual: $60 * 0,67 * 6 * 4 * 8 = 7718$

7718 equivale al número de clientes potenciales anuales.

2.4 ESTUDIO DE LA OFERTA

2.4.1 Descripción y análisis del sector

La oferta del negocio de alguna manera no está limitada ya que el lugar donde se ubicara el restaurante no hay establecimientos con productos de características gastronómicas similares para clientes que demandan productos y atención diferente.

2.5 ANALISIS COMPETITIVO

2.5.1 Oferta

Es la cantidad de los bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a disposición en el mercado. El estudio de la oferta consiste en establecer el vínculo entre la demanda de la ciudad de Sangolqui además de la forma en que ésta será cubierta por la producción presente y futura de los productos que el restaurante pretende introducir.

El análisis de la oferta tiene como propósito determinar y medir las condiciones de una economía, mediante el estudio de varios factores cualitativos y cuantitativos de la competencia.

A continuación se encuentra una tabla detallada con cada uno de los locales que se encuentran en el sector:

Tabla 11. Locales que se ubican en el sector frente a la ESPE.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	ESPECIALIDADES	PRECIOS APROXIMADOS
RAMONES	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
PUNTO Y COMA	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
JOGA BONITO	Comida rápida	Combos con arroz, menestra, pollo, carne, chuleta.	2.50 - 13.00
LA ZONA	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
AQUISITO NOMAS	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
MAX TICO	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
ROMY'S	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
POLY BURGUER	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
LA HUECA	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
DELICIAS DELIBURGUER	Comida rápida	Hamburguesas Salchipapas	2.50 - 13.00
AJIPANCA	Comida Peruana		3.50 - 12.00
EL PALENQUE	Comida Mexicana		3.00 - 8.00
SESAMO	Comida Asiática		3.50 - 12.00
EL COCOLON	Comida Típica		2.50 - 8.00
EL PALADAR CUBANO	Comida Cubana		3.50 - 7.00
TOÑOS FOOD GRILL	Comida Casera		2.50 - 5.00
LAS MENESTRAS DE LA KLE 7	Menestras		3.50 - 5.50
THE CREATION OF THE CONCHITAS	Mariscos		2.50 - 15.00
SAKAE	Sanduche/Frutas		2.50 - 6.00
CEVICHOS	Cevichos		1.00 - 2.50
LA COSTEÑITA	Comida Casera		2.50 - 5.00
EL RESTAURANT DE	Comida Casera		2.50 - 5.00

DON JIMMY MARISQUERIA	Marisquería		2.50 - 12.00
LA TAMY	Comida Casera		2.50 - 4.50

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

2.5.2 Análisis según ventaja competitivas

Al realizar el análisis de la tabla de locales claramente se observa que la mayoría de los restaurantes son de comida chatarra lo cual es una ventaja competitiva a favor del proyecto del restaurante de comida a la parrilla a emprender; sin embargo el precio de sus productos en gran mayoría van desde \$ 2,50 dólares.

La gran mayoría de los locales utilizan un alto contenido de grasa, a diferencia del producto que se desea introducir en el mercado, el cual es considerado mucho más saludable. Al observar cada uno de estos locales, claramente se puede hacer un análisis de que los productos que deberían mantenerse en proceso de refrigeración por la proliferación de bacterias no tienen un proceso de inocuidad del mismo y las condiciones de salubridad en muchos de estos locales es deplorable.

La distancia que hay para llegar a locales de comida más sana es notoria, cerca de 1500 metros aproximadamente, lo cual para cada uno de los estudiantes o profesionales de la zona es una pérdida de tiempo ya que el desplazamiento caminando sería de 25 minutos o de 4 minutos aproximadamente en vehículo propio sin tomar en cuenta el tiempo de parqueo.

Como se pudo observar en el análisis de la indagación realizada, en la pregunta número 9 el 44.3 % de los encuestados consumen de 4.00 a 6.00 dólares en promedio diario, pero le sigue un pequeño grupo del 24,69% que consumen entre 2.00 y 4.00 dólares en promedio diario. Además es importante destacar que muchos de los establecimientos de comida del sector manejan precios entre los 2,50 y los 3,50 lo cual implica una gran desventaja competitiva para este proyecto; aunque mucha de la comida es chatarra. Es por ello que al momento de establecer los precios en el menú se debe tomar en cuenta estos datos fundamentales.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS

3.1.1 Productos ofertados

Imagen 5. Logo del restaurante.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

El logo representa propiamente la imagen animada de una vaca alrededor de llamas de fuego que representan las carnes a la parrilla.

Los colores que se escogieron son colores cálidos que representan compra o venta:

Naranja en varios tonos: es llamativo, alegre, produce entusiasmo, liderazgo y al volverse tonos pasteles son acogedores y aromáticos. Son colores juveniles que brindan calor, son comunicativos y representan el equilibrio.

Blanco es el color de la luz, es el contraste perfecto para en nombre del local. Es estéril y limpio.

Rojo: es un color llamativo y según la psicología del color produce determinación.

Forma de asociación: Al consultar a personas con que afilian el logo claramente respondieron asociarlo con restaurante de platos a la carta, lechería, carnicería y sus derivados.

Se quiere llegar a la mente del cliente de forma indirecta con el mensaje, comida a la parrilla, comida sana. Muchas veces al escuchar comida se cree que se demora, pero en la práctica se demostrara lo contrario.

Imagen 6. Menú y oferta de productos.

MENÚ

Combos:*

Combo alitas.....3,50
Alitas de pollo en salsa bbq

Combo brochetas.....3,00
Mini brochetas con carne de res, longaniza, chorizo y vegetales grillados

Combo solo carnes.....4,50
Filete de res, milanesa de pollo y chaleta

Combo mix.....4,50
Filete de pollo, Milanesa de res, Morcilla, Longaniza y Choricillo

Combo Entre panes.....3,25
Hamburguesa de res en salsa bbq con queso cheddar, tomate, cebolla, lechuga

Combo vegetariano.....3,75
Filete de pollo acompañado de vegetales asados

* Todos los combos pueden ir acompañados de arroz con menestra o papas al orejano con ensalada o papas cocidas con ensalada.

Extras:

Arroz0,50
Menestra (frejol o lenteja).....0,50
Papas al orejano.....1,00
Papa cocida.....0,75
Salsa bbq (porcion pequeña).....0,30

Bebidas:

Gaseosa 12 onz.....1,00
Agua mineral.....1,00
Cerveza2,00



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

3.1.2 Recetas estándar

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
S01	VINAGRETA		SALSA FRIA	1000 cc
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TECNICA				
Salsa emulsionada inestable fría al estilo francés.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
ACEITE	cc	650		1. Colocar en una licuadora la mostaza, sal pimienta y vinagre y encender hasta disolver completamente. 2. Agregar el aceite en forma de hilo hasta hacer una mezcla homogénea. 3. Colocar en un recipiente adecuado y refrigerar hasta que se requiera su uso.
VINAGRE	cc	200		
PIMIENTA	g	5		
MOSTAZA	g	100		
SAL	g	3		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
			Licuar	
PUNTOS CRÍTICOS				
Que la vinagreta se homogenice completamente. La temperatura máxima de entre 1° a 5° C. Evitar dejar fuera de refrigeración por tiempos prolongados superiores a las 2 horas.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
S02	CHIMICHURRI		SALSA FRÍA	1000 cc
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Salsa fría emulsionada con vegetales y especias frescas.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN' PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
ACEITE	cc	500		1. Deshojar el tomillo, orégano, albahaca y perejil. 2. Repicar y reservar en recipientes con agua fría. 3. Colocar en un cazo el ajo con agua y dejar cocer por 15 minutos. Dejar enfriar por unos minutos y picar. Reservar el líquido de cocción. 4. Limpiar, lavar y picar la cebolla perla y ají. Colocar en un colador fino el perejil, albahaca, tomillo, orégano y albahaca y lavar bien para retirar tierra y otras impurezas, al igual que la clorofila. 5. Colocar en un recipiente todos los ingredientes y mezclar bien.
VINAGRE	cc	150		
TOMILLO FRESCO	g	80	Repicar	
OREGANO FRESCO	g	220	Repicar	
ALBAHACA FRESCA	g	88	Repicar	
PEREJÍL	g	56	Repicar	
AJO	g	120	Brunoise fino	
CEBOLLA PERLA	g	120	Brunoise fino	
AJÍ FRESCO	g	30	Brunoise fino	
SAL	g	60		
PIMIENTA	g	60		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Brunoise fino Repicar				
PUNTOS CRÍTICOS				
Olvidar colocar los vegetales y especias repicadas en agua y se produzca la oxidación de los mismos. Tomar en cuenta que al contener aceite se solidifica al estar en refrigeración. Mantener a temperatura entre 0° y 5 ° C.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
S03	SALSA BBQ		SALSA FRIA	1000 cc
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Salsa emulsionada de origen Americano.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
SALSA DE TOMATE	cc	800		1. Colocar todos los ingredientes en una olla y dejar hervir hasta que alcance el punto de ebullición. 2. Revolver continuamente con una espátula de madera o de silicona para evitar que se pegue al recipiente y se pueda quemar.
VINAGRE	cc	200		
SALSA INGLESA	cc	160		
HUMO LIQUIDO	cc	1		
SALSA PICANTE	cc	20		
AZÚCAR MORENA	g	50		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Revolver o batir.				
PUNTOS CRÍTICOS				
Eleva demasiado la temperatura y se pueda quemar la salsa. Para la cocción mantener temperatura superior a los 100° C. mantener refrigerado en temperatura inferior a 5° C. Evitar la exposición a la intemperie por tiempos superiores a 2 horas.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
S04	AJÍ		SALSA FRIA	1000 cc
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Salsa emulsionada fría picante.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
TOMATE DE ARBOL	g	150		1. Lavar y pelar el tomate de árbol. Lavar y retirar el pedúnculo del ají. 2. Lavar la cebolla blanca y retirar las hojas verdes. 3. Colocar todos los ingredientes en la licuadora a excepción de cilantro. 4. Deshojar y repicar y lavar el cilantro, escurrir. 5. Colocar en un recipiente la mezcla exterior e incorporar el cilantro. 6. Reservar en frío.
AJI	g	110		
AGUA	cc	200		
ACEITE	cc	500		
CILANTRO	g	15	Repicar	
CEBOLLA BLANCA	g	50		
SAL	g	36		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Repicar			Licuar	
PUNTOS CRÍTICOS				
Que la mezcla no se homogenice. Refrigerar a temperatura inferior a 5° C y evitar temperaturas superiores por tiempo prolongado superior a 2 hora para impedir la proliferación bacteriana.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES
S05	SALSA PARA PARRILLA		SALSA FRIA	1500 cc
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Salsa fría emulsionada con base de especias frescas y polvos artificiales hechos a base de fondo de ave y sal.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
SALSA CHIMICHURRI	cc	1000		1. Colocar todos los ingredientes en un recipiente y mezclar bien con una cuchareta. 2. Para el uso de la salsa usar una brocha para pintar los alimentos durante su elaboración.
ALIÑO COMPLETO	g	30		
SAL	g	50		
ACEITE	cc	300		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Mezclar				
PUNTOS CRÍTICOS				
Que la mezcla se homogenice o se condense. Evitar temperatura superior a los 5° C por tiempo superior a 2 horas para evitar la oxidación de los vegetales y la proliferación bacteriana.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
G01	PAPA AL ORÉGANO		GUARNICIÓN	4
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Papa cortada en gajo elaborada en gran fritura condimentada con orégano.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN 1. Lavar bien las papas con la cáscara, proceder a cortar en gajos. 2. Colocar el aceite a 160° C y verter las papas por 9 minutos. 3. Escurrir y retirar, esparcir la sal y pimienta.
PAPA	g	400	Gajo	
ORÉGANO	g	8		
SAL	g	8		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Corte en gajo			Freír (Gran fritura)	
PUNTOS CRÍTICOS				
Verificar la temperatura del aceite entre 160° C y 170 ° C por 10 minutos. A temperaturas superiores se puede quemar.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
G02	PAPA COCIDA		GUARNICIÓN	4
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Papa chaucha hervida a la inglesa.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
PAPA CHAUCHA	g	440		1. Lavar las papas, retirar bien la tierra impregnada en cada uno de sus pequeños agujeros. 2. Colocar en una olla agua, sal y las papas y cocer hasta que alcanzar el punto al dente.
SAL	g	8		
AGUA	cc	500		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Lavar			Hervir	
PUNTOS CRÍTICOS				
La cocción de la papa pase de la fase al dente ya que el exceso de cocción provocará que se deshaga. La temperatura ideal de cocción de las papas es de 180° C por 15 min. Para refrigerar, dejar enfriar y conservar a 5° C o menos.				

FICHA N°	NOMBRE	CATEGORÍA	PORCIONES	
G03	ENSALADA LIGERA	GUARNICION	4	
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Ensalada mixta de lechuga, tomate y cebolla perla.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN' PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
LECHUGA	g	120		1. Colocar en un recipiente 2000 cc de agua con 2 mililitros de citrozan para la desinfección de los vegetales; es decir colocar en su interior la lechuga tomate y cebolla perla por 1 minuto y enjuagar. 2. Deshojar, lavar y eliminar partes oxidadas de la lechuga. 3. Proceder a cortar el tomate y la cebolla. 4. Reservar cada uno de los vegetales en un recipiente y mantener en refrigeración hasta el momento de servir.
TOMATE	g	180	Rodaja	
CEBOLLA PERLA	g	40	Juliana	
TÉCNICAS USADAS				MÉTODOS USADOS
Corte juliana (cebolla perla) Corte rodajas (tomate)				
PUNTOS CRÍTICOS				
Olvidar colocar los vegetales en refrigeración ya que se produciría la oxidación rápida del alimento. Mantener los vegetales cubiertos a 5° C o temperatura inferior. No congelar. No dejar a la intemperie por tiempo superior a los 30 min después de rebanar para evitar la proliferación de bacterias.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
G04	ARROZ		GUARNICIÓN	10
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Arroz hervido con sal y manteca.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
ARROZ	g	600		1. Colocar en un cazo agua; al alcanzar el punto de ebullición incorporar el arroz, manteca y sal. 2. Cocer por 15 minutos a fuego alto al secarse toda el agua continuar la cocción a fuego lento.
SAL	g	20		
MANTECA	g	30		
AGUA	cc	900		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Mezclar			Hervir	
PUNTOS CRÍTICOS				
Al colocar menor cantidad de agua no se cocinará bien el arroz y quedará crudo en su interior. Esperar que el agua alcance el punto de ebullición de 100° C. Mantener la temperatura de cocción entre los 80° y 90° C.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
G05	MENESTRA DE LENTEJA		GUARNICIÓN	6
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Lenteja hervida aliñada con cebolla, pimienta y especias.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN 1. Remojar la lenteja la noche anterior a su elaboración. 2. Colocar en una olla el agua, cebolla, pimienta, sal, pimienta y comino. 3. Dejar hervir por 45 a 50 min.
LENTEJA	g	150		
CEBOLLA PAITEÑA	g	20	Brunoise fino	
PIMIENTO VERDE	g	20	Brunoise fino	
SAL	g	6		
PIMIENTA	g	4		
COMINO	g	4		
AGUA	cc	1000		
TÉCNICAS USADAS				MÉTODOS USADOS
Cortar en brunoise fino				Hervir
PUNTOS CRÍTICOS				
Revolver constantemente ya que al ser la lenteja un carbohidrato alto en fécula se puede quemar y pegar. Cocinar a temperatura superior a 100 ° C. Para refrigerar mantener temperaturas inferiores a 5° C.				

FICHA N°	NOMBRE	CATEGORÍA	PORCIONES	
G06	MENESTRA DE FRÉJOL	GUARNICIÓN	6	
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Fréjol hervido, aliñado con cebolla, pimiento y especias.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
LENTEJA	g	150		1. Remojar el frejol la noche anterior a su elaboración. 2. Colocar en una olla el agua, cebolla, pimiento, sal, pimienta y comino. 3. Dejar hervir por 45 a 50 min.
CEBOLLA PAITEÑA	g	20		
PIMIENTO VERDE	g	20		
SAL	g	6		
PIMIENTA	g	4		
COMINO	g	4		
AGUA	cc	1000		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Cortar en brunoise fino			Hervir	
PUNTOS CRÍTICOS				
Controlar constantemente que no se pegue para evadir que se queme. Cocinar a temperatura superior a 100 ° C. Para refrigerar mantener temperaturas inferiores a 5° C.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
PF01	ALITAS EN COMBO		PLATO FUERTE	4
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Alitas de pollo aderezadas con salsa barbacoa elaboradas a la parrilla.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN'PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
ALITAS DE POLLO	g	1000		1. Colocar en una olla aguay sal. 2. Al llegar al punto de ebullición introducir las alitas por 10 minutos. 3. Escurrir y reservar. 4. Previo a la cocción en la parrilla, aderezar las alitas de pollo con la salsa barbacoa y colocar sobre la parrilla; dar la vuelta constantemente controlando la temperatura de la parrilla, con la puntilla pinchar las alitas para eliminar el exceso de sangre en su interior. 5. Una vez listas servir.
SALSA BBQ	cc	120		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Pintar			Cocción a la parrilla	
PUNTOS CRÍTICOS				
Mantener la temperatura de la parrilla no tan elevada así se evitaría que se queme en el exterior y este crudo en el interior. Cocinar las alas en agua a temperatura superior a 100° C por 15 minutos. Las alas a la parrilla debe estar a 74 ° C por 7 minutos.				

FICHA N°	NOMBRE	CATEGORÍA	PORCIONES	
PF02	BROCHETAS EN COMBO	PLATO FUERTE	4	
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Carne, embutidos y vegetales grillados con una estaca de madera elaborados en la parrilla.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN' PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
RETAZO DE RES	gr	120		1. Cada brocheta debe tener un peso de aproximadamente 70 gr c/u. para ello es esencial cortar la longaniza, chorizo y los retazos de res en trozos pequeños. 2. Grillar cada uno de los pedazos a través de los pinchos sin seguir un orden estricto pero intercalar vegetales y carnes o embutidos en el mismo. 3. Colocar sobre la parrilla y pintar con el chimichurri para la parrilla. Una vez listo servir.
LONGANIZA	gr	108		
CHORIZO	gr	108		
CEBOLLA PERLA	gr	60		
PIMIENTO ROJO	gr	60		
PIMIENTO VERDE	gr	60		
TÉCNICAS USADAS				MÉTODOS USADOS
Grillar y pintar los alimentos				Cocinar a la parrilla
PUNTOS CRÍTICOS				
La temperatura de la parrilla debe estar no tan elevada así se evitaría que se queme en el exterior y este crudo en el interior. Mantener en parrilla a temperatura entre 60° y 65° C por 8 minutos.				

FICHA N°	NOMBRE	CATEGORÍA	PORCIONES	
PF03	COMBO SOLO CARNES	PLATO FUERTE	4	
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Cortes finos de carnes elaborados a la parrilla				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
FILETE DE POLLO	g	360		1. Colocar la chuleta y la milanesa de res sobre la parrilla. 2. Pintar con el chimichurri parrillero cada vez que se de la vuelta. 3. Cuando estén listas colocar el filete de pollo y de la misma manera pintar con la brocha. 4. Una vez listos servir.
MILANESA DE RES	g	360		
CHULETA	g	360		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Pintar los alimentos			Parrilla	
PUNTOS CRÍTICOS				
Con la temperatura alta de la parrilla se puede quemar el exterior de las carnes. Filete de pollo 74° C por 6 minutos, chuleta 74° C por 10 minutos y milanesa de res 77°C (Bien cocida) por 8 minutos. El tiempo y temperatura de cocción de las carnes depende del término de cocción preferida por el cliente.				

FICHA N°	NOMBRE	CATEGORÍA	PORCIONES	
PF04	COMBO MIX	PLATO FUERTE	4	
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Embutidos de cerdo y res, carnes de pollo y ave aderezados con salsa de especias frescas elaborado a la parrilla.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN´PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
FILETE DE POLLO	g	360		1. Colocar todos los ingredientes sobre la parrilla y pintarlos con la salsa para barbacoa. 2. Una vez listos servir.
MORCILLA	g	160		
LONGANIZA	g	120		
CHORICILLO	g	100		
MILANESA DE RES	g	320		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Pintar los alimentos			Cocción a la parrilla	
PUNTOS CRÍTICOS				
Controlar la temperatura de la parrilla para evitar que se quemen los alimentos. Filete de pollo 74° C por 6 minutos, milanesa de res 77°C (Bien cocida) por 8 minutos y morcilla, longaniza y choricillo debe estar a temperatura de 60° a 65° C por 8 minutos.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
PF05	HAMBURGUESA RANCHERA		PLATO FUERTE	4
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Medallones de carne adobados con sal, pimienta y salsa ahumada con toques agrídulce elaborada a la parrillada, acompañada de queso fundido, tomate, cebolla perla, lechuga, colocado sobre pan de hamburguesa.				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
PAN HAMBURGUESA	u	4		1. Colocar la hamburguesa de res sobre la parrilla e ir incorporando la salsa bbq poco a poco. 2. Una vez que se encuentre en término medio colocar el pan sobre la parrilla y presionar suavemente para que el pan se marque con el diseño de la parrilla 3. Sobre el pan poner la lechuga, tomate, cebolla. 4. Colocar el queso sobre la carne y cuando se derrita, colocar sobre el pan. 5. Colocar la otra tapa del pan y servir.
TOMATE	g	160	Rodajas	
CEBOLLA PERLA	g	40	Aros	
HAMBURGUESA RES	g	320		
LECHUGA	g	100		
SALSA BBQ	cc	50		
QUESO CHEDDAR	g	80		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Corte en rodaja y aros			Cocción a la Parrilla	
PUNTOS CRÍTICOS				
Controlar la temperatura de la parrilla para evitar que se quemen los alimentos. Cocinar la hamburguesa de res 68° C por 8 minutos. Los vegetales previo a servir debe estar a temperatura inferior a 5° C.				

FICHA N°	NOMBRE		CATEGORÍA	PORCIONES
PF06	COMBO ENTRE VEGETALES		PLATO FUERTE	4
FOTOGRAFÍA DEL PLATO MONTADO				
				
ARGUMENTACIÓN TÉCNICA				
Vegetales asados a la parrilla acompañados de carne de ave en filete aderezado con salsa elaborada con especias frescas sobre la parrilla				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MISEN PLACE	PROCESO DE PREPARACIÓN
PIMIENTO ROJO	g	120		1. Lavar, cortar por la mitad y eliminar las semillas de los pimientos. 2. Lavar el zuquini y cortar en rodajas. 3. Limpiar y cortar la cebolla de forma transversal. 4. Colocar todos los ingredientes sobre la parrilla y a medida que cocinen pintar los alimentos con la salsa para la parrilla con la ayuda de una brocha. 5. Al terminar la cocción servir.
PIMIENTO VERDE	g	120		
PIMIENTO AMARILLO	g	120		
ZUQUINI	g	200	Rodajas	
CEBOLLA PERLA	g	240		
FILETE DE POLLO	g	320		
TÉCNICAS USADAS			MÉTODOS USADOS	
Corte en rodajas.			Cocción a la parrilla	
PUNTOS CRÍTICOS				
Controlar la temperatura de la parrilla para evitar que se quemen los alimentos. Asar los vegetales a temperatura superior a los 75° C por 6 minutos. Cocer el filete de pollo 74° C por 6 minutos.				

3.1.3. Focus Group

Según Sampieri Roberto H y coautores, METODOLOGIA DE LA investigacion, Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edicion, Mexico, 2003 define focus group en inglés que en castellano como el grupo focal es una técnica de investigación cualitativa para la recolección de datos para la obtención de información acerca de la opinión de usuarios; en este caso se quiere determinar la atracción que tiene cada uno de los combos a servirse en el restaurante a un grupo de 10 personas entre ellas profesores, estudiantes y personas generales del sector, para poder establecer un menú de 6 platos basándose en el sabor, presentación, porción y por supuesto saber si el cliente está de acuerdo en cancelar cierto valor monetario de acuerdo a cada una de las características mencionadas anticipadamente, además de saber cuáles serian los platos que tendrían mayor aceptación tomando en cuenta el tiempo aproximado que dispone el cliente.

Tras realizar el focus group a un jurado de distintas segmentaciones en el cual se presento un plato para que se pueda observar la porción, presentación y el costo; mientras que para la degustación se realizo un servicio de mini porciones individuales. A continuación se encuentra una tabla detallada acerca de la estimación del jugado de cada uno de los platos fuertes realizados, es importante determinar que PF1: combo de alitas, PF2: combo mini brochetas, PF3: combo solo carnes, PF4: Combo mix, PF5: combo entre panes ranchero y PF6: combo vegetales.

Como método de indagación acerca de los platos servidos se llevo a cabo un grupo de preguntas a cada uno de los miembros del jurado con el fin de saber el nivel de satisfacción en relación al producto servido.

Tabla 12. Formato entregado a los jueces del focus group.

JUEZ:					
# de plato	SABOR	PRESENTACION	TIEMPO	CANTIDAD/PRECIO	PRECIO ESTIMADO
1					

2					
3					
4					
5					
6					
1 Excelente; 2 Bueno; 3 regular; 4 malo					

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama

En esta primera tabla se determina el sabor y presentación de cada uno de los platos.

Tabla 13. Resultados del Focus group.

PLATO	SABOR			PRESENTACIÓN		
	ESTIMACIÓN	NUMERO DE JUECES	%	ESTIMACIÓN	NUMERO DE JUECES	%
PFO1	EXCELENTE	8	80%	EXCELENTE	5	50%
	BUENO	2	20%	BUENO	3	30%
	REGULAR	0	0%	REGULAR	1	10%
	MALO	0	0%	MALO	1	10%
	TOTAL	10	100%		10	100%
PFO2	EXCELENTE	7	70%	EXCELENTE	5	50%
	BUENO	3	30%	BUENO	3	30%
	REGULAR	0	0%	REGULAR	2	20%
	MALO	0	0%	MALO	0	0%
	TOTAL	10	100%	TOTAL	10	100%
PFO3	EXCELENTE	6	60%	EXCELENTE	4	40%
	BUENO	2	20%	BUENO	4	40%
	REGULAR	2	20%	REGULAR	2	20%

	MALO	0	0%	MALO	0	0%
	TOTAL	10	100%	TOTAL	10	1
PFO4	EXCELENTE	8	80%	EXCELENTE	4	40%
	BUENO	2	20%	BUENO	5	50%
	REGULAR	0	0%	REGULAR	1	10%
	MALO	0	0%	MALO	0	0%
	TOTAL	10	100%	TOTAL	10	100%
PFO5	EXCELENTE	9	90%	EXCELENTE	5	50%
	BUENO	1	10%	BUENO	5	50%
	REGULAR	0	0%	REGULAR	0	0%
	MALO	0	0%	MALO	0	0%
	TOTAL	10	100%	TOTAL	10	100%
PFO6	EXCELENTE	6	60%	EXCELENTE	4	40%
	BUENO	3	30%	BUENO	6	60%
	REGULAR	1	10%	REGULAR	0	0%
	MALO	0	0%	MALO	0	0%
	TOTAL	10	100%	TOTAL	10	100%

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Para poder determinar una de las características organolépticas mas importantes como es el sabor, se solicitó a cada uno de los jueces indicar el término de cocción de sus carnes, gracias a esto se pudo identificar la satisfacción de todos y tuvieron una buena reacción al distinguir sabores; cada juez pudo seleccionar y saborear todas las guarniciones siendo estas papas al orégano / papa cocida acompañadas de una ensalada ligera o arroz con menestra; además en cada uno de los combo está incluida la bebida.

Se tomó en cuenta el tiempo de servicio ya que es uno de los factores por los cuales se quiere resaltar como un servicio agregado.

En la siguiente tabla se establece la relación producto/precio en el que se consulto si estaban de acuerdo en cancelar 6.00 dólares por cada uno de los productos ofrecidos.

Tabla 14. Resultado del Focus group en la estimación relación porción precio.

ESTIMACIÓN PORCIÓN /PRECIO		
ESTIMACIÓN	NUMERO DE JUECES	%
EXCELENTE	0	0%
BUENO	1	10%
REGULAR	5	50%
MALO	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Se observa que ninguno de los jueces está de acuerdo en cancelar el valor de 6.00 dólares por estos platos, el 40% considera que el precio es malo, el 50% cree que el precio es regular pero no podrían cancelar esos valores a diario y tan solo el 10% piensa que el precio es bueno; pero al consultar a cada uno de los presentes cuales serian los precios esperados para los platos comentaron que por la calidad de carnes y la variación si estarían de acuerdo en cancelar hasta máximo 4.00 por el PF3 (combo solo carnes) y PF4 (combo mix) al considerar que el precio de la carne y los embutidos han incrementado con el paso de los días. Por los platos restantes están de acuerdo en cancelar máximo 3,50 dólares por cada uno.

CAPITULO IV

ESTUDIO COMPLEMENTARIO

4.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Diagrama 1. Organización administrativa.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Se usa en el presente diagrama orden jerárquico ya que se utiliza el clásico sistema de brigada en la cocina establecido por Auguste Escoffier. Son escalafones de profesionales y una forma de determinar el control y responsabilidad. La complejidad del personal es directamente proporcional a la complejidad, capacidad y tipo de restaurante. Que al desempeñar cada persona con sus obligaciones de forma responsable y cooperar unos con otros para cumplir con las metas diarias.

4.1.1. Descripción de puestos de trabajo

Al ser un establecimiento pequeño el personal en general debe cumplir varias funciones propias y ajenas a su área. Al ser un restaurant pequeño las actividades no son complejas.

Nombre del puesto: Administrador /Cajero.

Es el responsable directo del manejo administrativo y operativo de la empresa.

Es la persona que está en constante contacto directo con los clientes.

Funciones:

- Organizar, definir, dirigir y coordinar las actividades que se llevaran a cabo a diario en la empresa.
- Controlar y supervisar el equipo de trabajo.
- Realizar capacitaciones continuas del personal.
- Llevar un registro de precios de compras y sus variaciones.
- Realizar el inventario de bodega.
- Cobrar en la caja.
- Cuadrar Caja.
- Realizar el plan de compras.

Conocimientos:

- Conocimientos de administración gastronómica/hotelera.
- Conocimiento básico de contabilidad.
- Conocimiento de servicio al cliente.

Nombre del puesto: Parrillero.

Es el encargado de dirigir, coordinar y ejecutar las recetas.

Funciones:

- Garantizar la calidad y orden de los alimentos.
- Conocimiento en BPM (buenas prácticas de manufactura).

- Responsable de su área, desde el inicio hasta el fin de su día laboral.
- Manejo de POE y POES.
- Revisar el tiempo y temperatura de los platos elaborados.
- Verificar temperaturas y tiempo de caducidad de alimentos.
- Mantener limpia su área de trabajo.
- Realizar el mise en place de los platos.
- Verificar y procesar las recetas.
- Recibir y verificar su materia prima.
- Ordenar y clasificar los productos.
- Operar equipos y maquinaria de cocina.
- Llevar el control de su inventario (carnes).

Conocimiento:

- Cocción en Parrilla.
- Principio de administración de alimentos y bebidas.
- Control de costos.
- Seguridad industrial.
- Compras y bodegas.
- Almacenamiento y conservación de alimentos.
- Primeros auxilios.

Nombre del puesto: Mesero.

Es la persona que está en constante contacto directo con los clientes. Sus funciones va de acuerdo al horario de trabajo.

Funciones:

- Servicio de alimentos y bebidas.
- Llevar una atención satisfactoria de los clientes.
- Cumplir con el manejo responsable de alimentos y bebidas.
- Limpieza del local.

Nombre del Puesto: Ayudante Provisional

Es una persona que se contrata de manera ocasional en momentos en que el local se encuentra con su capacidad completa.

Función:

- Apoyar al personal en general.

4.2. ORGANIZACIÓN OPERATIVA

4.2.1. Descripción del proceso

Planificación:

El proceso iniciará con la realización de las recetas estándar.

Necesidad de compra:

La necesidad de compra es la ausencia de la materia prima que no permite seguir el proceso productivo adecuado. Se debe tomar en cuenta las cantidades mínimas en el sistema de inventarios para evitar pérdidas; por medio de un documento interno se realizara la solicitud de compra lo cual también se determina como requisición.

Compra:

Al ser un establecimiento pequeño el encargado de las compras será el administrador, el cual realizara la compra de los productos en el mercado determinando las características necesarias y pesos adecuados según la necesidad de compra y el stock en bodegas.

Recepción de la mercadería:

Para la recepción de los productos el ayudante de cocina deberá:

1. Limpiar y organizar el área donde se recibirá la mercadería.
2. Realizar minuciosamente el conteo físico de lo que se recibe.
3. Verificar precios.

4. Pasar inmediatamente los productos a las áreas correspondientes (fríos, congeladores, secos o limpieza).

Almacenamiento:

Manejo de PEPS (el producto que primero entra primero sale):

- Sistema de rotación.
- Procesos de conservación de alimentos.
- Aplicar las normas de higiene BPM, POE Y POES.
- Fechas de caducidad.

Verificar:

- Si las cantidades son normales o fuera de lo común investigar el por qué.
- Verificar la existencia de la mercadería solicitada.
- Preparar, registrar y despachar la mercadería, según lo solicitado.

Transformación y cocción de los alimentos:

En este proceso se efectúan las diferentes cocciones de los alimentos y aquellas transformaciones que no requieren del calor. Es fundamental tener en cuenta las recetas estándares, donde se detallan los pasos de los procesos de transformación de materia prima y cocción de los alimentos.

Montaje y servicio:

En el proceso de montaje se colocará cada género perfectamente cocido o en el término que se desea, en un plato de presentación con decoraciones que sean agradables a la vista y al paladar del consumidor. El servicio es el contacto directo del mesero con el cliente, mediante el cual, el usuario le da a conocer sus deseos en cuanto a la selección de los diferentes platos. El mesero se encarga de llevar el producto terminado a la mesa del cliente.

En la preparación de todas las comidas en que se utilice más de un ingrediente, se usará la receta estándar. Esta práctica asegurará que los clientes reciban un producto de alta calidad, que cumpla las normas de higiene y seguridad de los alimentos.

Para tener un sistema de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) excelente es trascendental que cada uno de los empleados siga las siguientes reglas:

Usar guantes es primordial para aquellos que manipulen directamente los alimentos.

Usar cofia: toda persona que se halle dentro de la cocina o en contacto con los alimentos debe usar cofia para evitar que exista contaminación cruzada provocada por agentes extraños.

En el caso de caballeros prohibido usar cabello largo, barba larga, uñas largas ni pendientes, no perfumes y no desodorante con aroma fuerte.

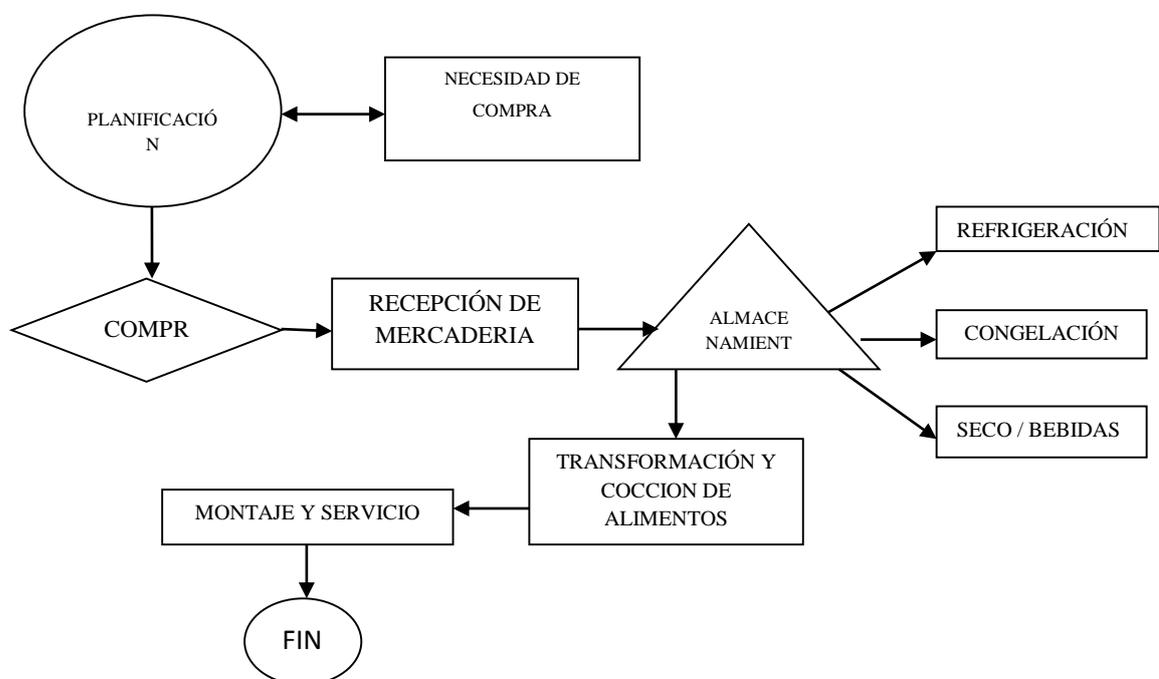
En el caso de mujeres usar el cabello recogido, prohibido el uso de perfumes, prohibido el uso de desodorantes con aroma fuerte, no usar esmalte, no uñas largas y prohibido exceso de maquillaje.

Indispensable usar correctamente el uniforme: camiseta con el logo del restaurante, cofia, pantalón negro y zapatos negros antideslizantes. En el caso del parrillero debe usar camiseta del restaurante, pantalón a cuadros, mandil y mascarilla, de igual forma el ayudante de cocina debe acatar estas reglas a excepción del pantalón a cuadros.

Llevar correctamente y limpio el uniforme, principalmente el mesero ya que es la primera imagen del personal del restaurante.

4.2.2. Diagramación de procesos

Diagrama 2. Proceso productivo del proyecto.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

4.3. DESCRIPCIÓN, COSTEO DE MUEBLES Y EQUIPAMIENTO.

Es importante aclarar que los precios que se encuentran a continuación incluyen IVA.

Tabla 15. Descripción, costeo de muebles y equipamiento de cocina y restaurante.

DETALLE DE EQUIPAMIENTO, DESCRIPCIÓN Y COSTO				
MATERIAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MAQUINARIA DE ZONA DE COCCIÓN				
Parrilla de acero inoxidable a carbón.	Con elevador y recipiente para recolectar el jugo de la carne. Mecanismos de elevación para regular temperatura. Parrilla fabricada con ángulos en "V" de acero. Estructura en tubular cuadrado. Recolector de cenizas. Medidas: Ancho 114 cm, fondo 87 cm, altura 1 m 81 cm. Turboventilador de 110V. Incluye campana extractora	1	900,00	900,00
Freidora doble.	Freidora de acero inoxidable con 2 canastillas niqueladas con mango plastificado, medidas interiores: 0,07 m frente, 0,21 m fondo, 0,11 m alto. 1 potente quemador de recuperación inmediata en hierro fundido de 30,000 B.T.U./h. Termostato RX de acción instantánea que proporciona preciso control de la temperatura en un rango de 100 a 220 °C. Válvula de seguridad electromecánica millivolt para una regulación precisa del paso de gas. Amplia zona fría al fondo que evita la contaminación de sabor y extiende la vida útil del aceite. Parrilla de alambón niquelado para captar residuos. Válvula de drenaje de 1" de diámetro en la parte inferior. 4 patas tubulares. Peso 25 kg.	1	250,00	250,00
Cocina industrial.	Completamente en acero inoxidable, tiene 3 hornillas desmontables. Llaves regulables. Va sobre un pedestal de 4 patas de acero.	1	200,00	200,00
MOVILIARIO DE COCINA				
Fregadero de dos cubetas	Fregadero con dos cubetas y dos escurridores. Medidas totales: 2600 x 700. Medidas de la cuba: 500 x 500 x 300. Construido en acero inoxidable. Va incluido válvula de desagüe, tubo rebosadero, grifería y bastidor.	1	140,00	140,00
Mesa de trabajo	Fabricado en chapa de acero inoxidable de AISI 304. Frente de 50 mm. Mesa mural para vajilla con fondo de 600. Va provista de puertas correderas y peto trasero. Construcción en acero inoxidable. Patas de tubo de 40 x 40 regulables en altura. Provista de balda intermedia. Dimensiones: 1000 x 600 x 850	1	200,00	200,00
Percha inoxidable	Soporte mural para microondas y otros aparato. Medidas (mm): 600 x 400. Especialmente diseñado para el soporte de microondas y otros aparatos. Orificio para pasar cables y tubos. Cartabones laterales de sujeción de la misma chapa. Fabricado en acero inoxidable. Se incluyen tornillos y tacos para su fijación a la pared	1	83,00	83,00
Percha inoxidable	Estantería mural lisa de fondo 250 para cocinas industriales. Construidas totalmente en acero inoxidable 18/10. Cartabones laterales de sujeción de la misma chapa. Se incluyen tornillos y tacos para su fijación a la pared. En los modelos de tubo, éstos van soldados totalmente a los cartabones laterales. Estanterías con cantos redondeados. Dimensiones: 800 x 250 lisa	1	53,00	53,00
ARMARIO FRIO Y DE CONGELACIÓN				
Armario de Refrigeración	Armario frigorífico semi industrial. Frigorífico ventilado. Cerradura incluida. Medidas: 750 x 750 x 1864. Capacidad bruta	1	1100,00	1100,00

	786 litros. Color carrocería blanco. Rango de temperatura + 1° C/ + 15°			
Armario de Congelación	Armario congelación gastronorm. Especialmente diseñadas para cocinas, restaurantes, bares etc. Exterior en acero inoxidable, respaldo en chapa galvanizada. Interior en acero inoxidable. Interior con uniones de amplio radio para facilitar la limpieza. Bandeja evaporativa en acero inoxidable. Puertas con tirador integrado y bisagra pivotante. Guías y parrillas fácilmente desmontables para limpieza. Desescarche por gas caliente. Dimensiones: 687x800x2125.	1	1200,00	1200,00
BATERIA DE COCINA				
Olla 32 litros	Olla de acero inoxidable de 32 litros.	1	50,00	50,00
Baño maría	Construida en acero inoxidable. Quemador de hierro tubular, comandado por llave de 3 posiciones con dispositivo de seguridad. Dos depósitos Gn 1/1 20 Litros. Bodega interior.	1	200,00	200,00
Sartén	Juego de 3 sartenes de acero inoxidable y antiadherentes	1	27,00	27,00
Bowl Medidor	Juego de 3 bowl fabricado en acero inoxidable apto para horno. Varios diámetros	1	25,00	25,00
Bowl	Juego de 3 Bol fabricado en acero inoxidable apto para horno. Varios diámetros	1	25,00	25,00
MANIPULACION Y CORTE				
Set de 10 piezas de cuchillos	El set incluye 10 piezas en total y taco donde guardar los cuchillos.	1	90,00	90,00
Chaira	Pieza de acero inoxidable con mango blanco que no necesita montaje para afilar cuchillos de 41*8*3. Peso: 0,180 kg. Color blanco.	1	6,65	6,65
Espátula paleta	Pinza de acero inoxidable de 21*5	2	9,00	18,00
Tabla de polietileno	Tablas de polietileno sobre mostrador, mesas de corte ó despiece. Medida: 60 * 25.	4	30,00	120,00
Pinza inoxidable	Pinza inoxidable de 21 cm, pinza para agarrar y servir	4	1,98	7,92
Pelador de papas	Pelador con cuchillas de acero inoxidable.	2	2,85	5,70
Espumadera de frituras	Espumadera de cocina de 17 cm. especial para frituras.	1	1,98	1,98
MENAJE, VIDRIO Y CUBERTERIA				
Plato llano	Plato llano modelo prima de 26 cm. realizado en vidrio templado.	60	1,38	82,80
Vaso	Pack de 8 vasos de cristal de muy buena calidad de 210 ml. de capacidad.	8	2,95	23,60
Tenedor	Juego de 24 tenedores de acero inoxidable.	3	22,00	66,00
Cuchillo de mesa	Juego de 24 cuchillos de mesa de acero inoxidable.	3	22,00	66,00
Cucharilla	Juego de 12 cucharillas para postre.	2	17,00	34,00
Salsero	Ranquin o ramekin de cerámica de vidrios. Capacidad media de 180 ml.	15	1,99	29,85
Salero	Salero de vidrio y cubierta de acero.	15	0,99	14,85
MAQUINARIA AUXILIAR				

Cortadora de papas	Cuerpo de aleación ligera inoxidable. Corte limpio e uniforme, sin roturas ni desperdicios. Espesores de 8, 10 o 12 mm. mediante el uso de grillas-prensas intercambiables. Ventosas para fijar la máquina al soporte. Fácil limpieza. Esta máquina está diseñada y fabricada de acuerdo con la directiva Europea. Equipamiento incluido: 1 juego de grilla-prensa de varias medidas	1	53,00	53,00
Báscula	Precisa báscula digital de cocina, idónea para llevar un control total del peso en los ingredientes de tus recetas. Funciona con una batería tipo CR2032 3V incluida en la báscula. Características: Alto: 2 cm, Ancho: 20 cm, Largo: 20 cm, Material: Plástico - metal. Color: blanco y negro.	1	15,00	15,00
BODEGA				
Estantería	Estantería plástica de 3 pisos	1	35,00	35,00
Tanque plástico	Tanque plástico de 20 Litros con tapa	2	8,00	16,00
	Tanque plástico de 40 Litros	3	14,00	42,00
MOVILIARIO DE RESTAURANTE				
Kit mesa + 4 sillas	Mesa: Armazón: tubo acero plastificado. Tablero: polietileno inyectado. Colores: gris. Medidas mesa cuadrada 88x88 Medidas mesa rectangular 160x45. Ideal para exterior, terrazas. Mesas plegables, ideales para todo tipo. Silla modelo. 148. Armazón: Tubo acerado plastificado. Asiento y respaldo: Polipropileno inyectado. Colores: Gris, negro, azul, rojo, marrón, avellana, verde y blanco. Silla plegable.	15	83,00	1245,00
Tanque de gas	Tanque de gas domiciliario subsidiado de 14 kg	3	45,00	135,00
			TOTAL	6561,35

Fuente y elaborado por Carmen Huayama.

Tabla 16. Suministros de caja y oficina.

SUMINISTRO DE CAJA Y OFICINA			
ITEMS	CANTIDAD	COSTO U	COSTO TOTAL
Computadora e impresora	1	500,00	500,00
Facturero x 100	1	5,80	5,80
Grapadora	1	2,50	2,50
Caja de grapas x 200	2	0,50	1,00
Caja de clips x 200	2	0,75	1,50
Perforadora	1	2,50	2,50
Carpeta archivadora	2	2,75	5,50
TOTAL			518,80

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama

Tabla 17. Suministro de Higiene y limpieza de cocina y baño.

SUMINISTRO DE HIGIENE Y LIMPIEZA DE COCINA Y BAÑO			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO U	COSTO TOTAL
Cubo de basura de cocina (reciclaje)	2	7,90	15,80
Basurero de baño	1	4,99	4,99
Escoba	3	2,50	7,50
Lavaplatos x 4 kg	2	9,00	18,00
Detergente x 10 kg	2	15,70	31,40
Villeda x 5	2	1,99	3,98
Trapeador	2	2,50	5,00
Cloro 5 litros	2	3,40	6,80
Jabón de manos x 3	2	0,99	1,98
Papel higiénico x 6	2	5,99	11,98
Toalla de mano	10	0,70	7,00
		TOTAL	95,45

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Tabla 18. Uniformes para el personal.

PERSONAL	DETALLE	COSTO CAMISETA	COSTO PANTALÓN	TOTAL
Parrillero	2 camisetas + 1 pantalones a cuadros	12	18	42
Administrador cajero	2 camisetas	12	0	24
Mesero	2 camisetas	12	0	24
Ayudante provisional	1 camiseta	12	0	24
			TOTAL	114

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Tabla 19. Implemento necesario para el personal del restaurante.

IMPLEMENTOS DEL PERSONAL

MATERIAL	DETALLE	CANTIDAD	COSTO U	COSTO TOTAL
Guantes desechables	Guantes de látex talla M X 50 pares	2	6,48	12,96
Cofias	Cofia recoge cabello con rejilla 65 % poliéster y 35 % algodón	4	3,56	14,24
Mandil parrillero	Mandil delantal para cocina y parrilla hecho de lona algodón y lino,	1	7,30	7,30
			TOTAL	34,5

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

4.4. PATENTES, PERMISOS Y LICENCIAS.

Es importante y trascendental que para la creación de un proyecto de cualquier índole, se lleve a cabo el proceso para la obtención de permisos, patentes y licencias. De esta manera se evitan multas, clausuras parciales o cierre definitivo del local.

Tabla 20. Rubros a cancelar por permisos, patentes y licencias.

PERMISO, PATENTE Y LICENCIAS

TIPO	VALOR
Uso de suelos	1,00

Bomberos y otros valores del local	100,00
Permiso Municipal	15,00
ARSA(Permiso de salud)	163,02
Intendencia	15,00
Patente (Pago municipal)	179,55
Permiso para restaurante	39,80
TOTAL	513,37

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

CAPITULO V

ESTUDIO DE MARKETING

5.1 PLAN DE COMUNICACIÓN

Según el libro de Kotler Philip y coautores, Marketing para turismo, tercera edición, Pearson educacional (2004) define que “el plan de comunicación consiste en una combinación específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal para conseguir los objetivos de publicidad y marketing”.

5.1.1 Público Objetivo

Según Kotler y coautores en el libro de MARKETING PARA TURISMO, Pearson Educacional, Madrid, 2004, se define al público objetivo como un conjunto de personas con ciertas características comunes a las que dirigirse; se trata de elegir el público o cliente que se quiere alcanzar y por lo tanto será el segmento poblacional con rasgos comunes y está determinado cierto nivel de homogeneidad. El público que se quiere alcanzar tiene como característica común que en su mayoría son estudiantes universitarios de la ESPE, en edades oscilantes entre 18 y 28 años con un nivel económica medio y medio alto.

5.1.2 Objetivos comunicacionales.

Plantear un Plan de Marketing para el emprendimiento del proyecto.

Promocionar y tener reconocimiento de la marca (el restaurante).

Incrementar las ventas.

Llegar a la mente del cliente.

5.1.3 Diseño del mensaje de comunicación

El mensaje debe llamar la atención, crear interés y desarrollar el deseo y acción de compra con el propósito de resaltar el valor agregado que se basa en este caso en resaltar la comida sana, elaborada en corto tiempo, brindada con el buen servicio y calidad.

“COMIDA SANA A LA PARRILLA EN CORTO TIEMPO”

El mensaje se emitirá por canales de comunicación no personales, los cuales no requiere contacto personal o retroalimentación. El medio de comunicación que se considera más relevante para la emisión de este mensaje son el internet y los flyers/volantes ya que son los más utilizados por el mercado objetivo.

El mensaje se estructura por la imagen directa del producto, es decir se comunica con el producto. Por medio de la carta, también conocido como menú por medio de información detallada y precio del producto. La percepción del mensaje depende de cada individuo, sin embargo se pretende llegar a cada persona con la imagen de la vaca y destacando que la comida a la parrilla es una comida sana, persistir que se sirve en tiempo cortos, ya que tiempo en muchos de los casos de los individuos del mercado objetivo es escaso por sus horarios de clases. Se considera que al ser cortes finos su cocción es rápida.

5.1.4 Emisores del mensaje.

En el libro de Kotler Philip, Bowen John, Makens James, *MARKETING PARA TURISMO*, Pearson Educación, S.A., Madrid, España, 2004 al mencionar el tema de indica que los emisores del mensaje suelen ser personas famosas o personas bien vistas o con gran aceptación ya que consiguen mayor atención y son recordados con facilidad. Esto se presenta usualmente en empresas grandes y que tiene un fondo monetario elevado para emitir el mensaje que se desea pero al ser un establecimiento pequeño y la inversión se pretende que no sea muy alta se escogió como imagen una vaca animada porque es una imagen sana y no crea una imagen negativa además de que no implica costos altos para el emprendimiento del proyecto. Se considera esta imagen sana ya que el logo contiene colores cálidos y alegres.

5.1.5 Mix comunicacional

Tabla 21. Mix comunicacional.

HERRAMIENTA PROMOCIONAL	INSTRUMENTO	DESCRIPCIÓN	ADMINISTRADOR
Publicidad	Flyers / Volantes	Los volantes propagandísticos son uno de los emisores más influyentes para dar a conocer un producto, un evento o actividad. Abre las puertas para conocerse entre el negocio y el cliente.	Mesero y ayudante provivonal.
	Redes sociales (Facebook, Tweeter, etc)	Principal influencia publicitaria que usa el mercado objetivo ya que son medios de interacción para crear conocimiento por medio de seguidores.	Administrador y propietario del negocio.
Venta Personal	Cajero y mesero.	Al ubicarse el cajero y mesero en atención y contacto directo con el cliente abre las puertas a la oferta directa del producto por medio de la sugerencia.	Cajero y mesero.
Promoción ventas	Cupones de descuento: electrónicos	Forma de incentivar a corto plazo cuya variedad de herramientas promocional está diseñada para estimular rápidamente y de forma intensa la compra de ciertos productos. Es una forma gratuita de hacer publicidad si es bien organizada.	Administrador y propietario del negocio.
Relaciones públicas	Evento de lanzamiento de la marca	Generar curiosidad, con cocimiento y credibilidad de la marca para llegar a la mente del cliente como primera opción de compra.	Previo a la apertura del negocio todo el personal salda a volantear.

Fuente y elaborado por: matriz extraída del libro de Kortler Philip, Marketing para Turismo, 3ra edición, Madrid, Pearson Educación, S.A., 2004.

5.1.6 Plan objetivo de comunicación.

Una semana previa a la apertura del negocio se llevara a cabo la entrega de flyers / volantes en el sector para dar a conocer el establecimiento.

Una vez cada dos meses se llevara a cabo la promoción de ventas, observando cuales son los platos con mayor apertura hacia los clientes.

La publicidad más importante de este establecimiento se basa en el menú, el cual es explicito en los ingredientes de cada plato; sin embargo por medio de las redes sociales como facebook y twitter se emitirán anuncios publicitarios del local.

5.2. RESUMEN DE PREINVERSIÓN

Tabla 22. Resumen de Pre inversión.

RESUMEN DE PREINVERSIÓN

DETALLE	VALOR
Equipos de cocina y restaurante	6561,35
Suministros caja y oficina	518,80
Suministros de higiene y limpieza para cocina y baño.	95,45
Uniformes	114,00
Implementos personal	34,50
Arriendo mensual	250,00
Garantía	500,00
Gastos fijos	100,00
Gas (mes)	45,00
Materia prima (mes)	824,00
Imprevistos al 2%	180,862
TOTAL	9223,96

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

CAPITULO VI

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

6.1. GENERALIDADES E INVERSIÓN INICIAL.

El presente proyecto está basado en la propuesta gastronómica de expendio de alimentos elaborados a la parrilla, con un período contable de análisis comprendido desde el mes de Enero a Diciembre (1 año), es decir el estudio será de 12 meses ya que es una inversión pequeña y de carácter propio en el que la inversión inicial es capital proporcionado por la autora del proyecto el cual no requiere de préstamos.

Para la realización de este capítulo ha sido esencial el uso del libro de contabilidad de Fowler Newton Enrique, Contabilidad Básica, Cuarta Edición, Editorial La Ley, Vol 1. Argentina, 2009.

6.2 COSTO INICIAL DEL PROYECTO

Tabla 23. Balance de situación inicial.

COSTO DEL PROYECTO	
Activos fijos	6561,35
Activos Intangibles	1013,37
Capital de Trabajo	7666,75
Total	15293,51

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.3. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla 24. Depreciación de activos fijos.

Tabla de Depreciación de Activos Fijos Tangibles

Concepto	Valor Adquirido	Vida útil	Valor residual	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Valor acumulado	Valor Total
----------	-----------------	-----------	----------------	------------------	-------------------	------------------	------------------	-----------------	-------------

Parrilla de acero inoxidable a carbón.	900,00	5	225,00	33,75	33,75	33,75	33,75	135,00	765,00
Freidora doble.	250,00	5	62,50	9,38	9,38	9,38	9,38	37,50	212,50
Cocina industrial.	200,00	5	50,00	7,50	7,50	7,50	7,50	30,00	170,00
Fregadero	140,00	10	14,00	3,15	3,15	3,15	3,15	12,60	127,40
Mesa de trabajo	200,00	10	20,00	4,50	4,50	4,50	4,50	18,00	182,00
Percha inoxidable	83,00	10	8,30	1,87	1,87	1,87	1,87	7,47	75,53
Percha inoxidable	53,00	10	5,30	1,19	1,19	1,19	1,19	4,77	48,23
Armario de Refrigeración	1100,00	10	110,00	24,75	24,75	24,75	24,75	99,00	1001,00
Armario de Congelación	1200,00	10	120,00	27,00	27,00	27,00	27,00	108,00	1092,00
Olla 32 litros	50,00	3	10,00	3,33	3,33	3,33	3,33	13,33	36,67
Baño María	200,00	3	40,00	13,33	13,33	13,33	13,33	53,33	146,67
Sartén	27,00	3	5,40	1,80	1,80	1,80	1,80	7,20	19,80
Bowl Medidor	25,00	3	5,00	1,67	1,67	1,67	1,67	6,67	18,33
Bowl	25,00	3	5,00	1,67	1,67	1,67	1,67	6,67	18,33
Set de 10 piezas de cuchillos	90,00	3	18,00	6,00	6,00	6,00	6,00	24,00	66,00
Chaira	6,65	3	1,33	0,44	0,44	0,44	0,44	1,77	4,88
Espátula paleta	18,00	3	3,60	1,20	1,20	1,20	1,20	4,80	13,20
Tabla de polietileno	120,00	3	24,00	8,00	8,00	8,00	8,00	32,00	88,00
Pinza inoxidable	7,92	3	1,58	0,53	0,53	0,53	0,53	2,11	5,81
Pelador de papas	5,70	3	1,14	0,38	0,38	0,38	0,38	1,52	4,18
Espumadera de frituras	1,98	3	0,40	0,13	0,13	0,13	0,13	0,53	1,45
Plato llano	82,80	3	16,56	5,52	5,52	5,52	5,52	22,08	60,72
Vaso	23,60	3	4,72	1,57	1,57	1,57	1,57	6,29	17,31
Tenedor	66,00	3	13,20	4,40	4,40	4,40	4,40	17,60	48,40
Cuchillo de mesa	66,00	3	13,20	4,40	4,40	4,40	4,40	17,60	48,40
Cucharilla	34,00	3	6,80	2,27	2,27	2,27	2,27	9,07	24,93
Salsero	29,85	3	5,97	1,99	1,99	1,99	1,99	7,96	21,89
Salero	14,85	3	2,97	0,99	0,99	0,99	0,99	3,96	10,89
Cortadora de papas	53,00	4	10,60	2,65	2,65	2,65	2,65	10,60	42,40
Báscula	15,00	3	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	11,00
Estantería	35,00	10	3,50	0,79	0,79	0,79	0,79	3,15	31,85
Tanque plástico 20 litros	16,00	3	3,20	1,07	1,07	1,07	1,07	4,27	11,73
Tanque plástico 40 litros	42,00	3	8,40	2,80	2,80	2,80	2,80	11,20	30,80
Kit mesa + 4 sillas	1245,00	4	249,00	62,25	62,25	62,25	62,25	249,00	996,00
Tanque de gas	135,00	10	13,50	3,04	3,04	3,04	3,04	12,15	122,85
Computadora e impresora	500,00	5	125,00	18,75	18,75	18,75	18,75	75,00	425,00
TOTAL	7061,35		1210,17	265,05	265,05	265,05	265,05	1060,20	6001,15

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.4. PROYECCIÓN DE INGRESO POR VENTAS

Tabla 25. Proyección de ingresos por ventas primer trimestre.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS													
		Nombre del producto	Costo de venta	PVP	Unidades mes 1	Costo de venta por unidad del mes 1	Venta del mes 1	Unidades mes 2	Costo de venta por unidad del mes 2	Venta del mes 2	Unidades mes 3	Costo de venta por unidad del mes 3	Venta del mes 3
PLATOS FUERTES	1	Combo alitas	0,84	3,50	50	42	175	100	84	350	160	134,4	560
	2	Combo brochetas	0,53	3,00	50	26,5	150	100	53	300	160	84,8	480
	3	Combo solo carnes	1,04	4,50	40	41,6	180	80	83,2	360	110	114,4	495
	4	Combo mix	1,06	4,50	40	42,4	180	80	84,8	360	110	116,6	495
	5	Combo entre panes	0,71	3,25	30	21,3	97,5	60	42,6	195	90	63,9	292,5
	6	Combo vegetales	0,68	3,75	10	6,8	37,5	20	13,6	75	30	20,4	112,5
			Total Platos fuertes		220	180,6	820	440	361,2	1640	660	534,5	2435
EXTRAS	1	Arroz	0,05	0,50	40	2	20	120	6	60	160	8	80
	2	Menestra de Frejol	0,05	0,50	35	1,75	17,5	70	3,5	35	160	8	80
	3	Menestra de Lenteja	0,04	0,50	35	1,4	17,5	70	2,8	35	110	4,4	55
	4	Papas al orégano	0,07	1,00	70	4,9	70	120	8,4	120	110	7,7	110
	5	Para cocida	0,09	0,75	20	1,8	15	40	3,6	30	90	8,1	67,5
	6	Salsa bbq 4 onzas	0,13	0,30	20	2,6	6	20	2,6	6	30	3,9	9
			Total extras		220	14,45	146	440	26,9	286	660	40,1	401,5
BEBIDAS	1	Gaseosa 7 onzas	0,14	1,00	120	16,8	120	240	33,6	240	300	42	300
	2	Agua mineral	0,47	1,00	50	23,5	50	100	47	100	180	84,6	180
	3	Cerveza	0,72	2,00	50	36	100	100	72	200	180	129,6	360
			Total Bebidas		220	76,3	270	440	152,6	540	660	256,2	840
			Total		660	271,35	1236	1320	540,7	2466	1980	830,8	3676,5

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Tabla 26. Proyección de ingresos por ventas segundo trimestre.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

		Nombre del producto	Costo de venta	PVP	Unidades mes 4	Costo de venta por unidad del mes 4	Venta del mes 4	Unidades mes 5	Costo de venta por unidad del mes 5	Venta del mes 5	Costo de venta por unidad del mes 6	Venta del mes 6
PLATOS FUERTES	1	Combo alitas	0,84	3,50	200	168	700	203	170,52	710,5	170,52	710,5
	2	Combo brochetas	0,53	3,00	200	106	600	200	106	600	106	600
	3	Combo solo carnes	1,04	4,50	110	114,4	495	110	114,4	495	114,4	495
	4	Combo mix	1,06	4,50	110	116,6	495	110	116,6	495	116,6	495
	5	Combo entre panes	0,71	3,25	60	42,6	195	60	42,6	195	42,6	195
	6	Combo con vegetales	0,68	3,75	33	22,44	123,75	30	20,4	112,5	20,4	112,5
		Total Platos fuertes			713	570,04	2608,75	713	570,52	2608	570,52	2608
EXTRAS	1	Arroz	0,05	0,50	203	10,15	101,5	203	10,15	101,5	10,15	101,5
	2	Menestra de Frejol	0,05	0,50	100	5	50	100	5	50	5	50
	3	Menestra de Lenteja	0,04	0,50	120	4,8	60	120	4,8	60	4,8	60
	4	Papas al orégano	0,07	1,00	180	12,6	180	180	12,6	180	12,6	180
	5	Para cocida	0,09	0,75	70	6,3	52,5	70	6,3	52,5	6,3	52,5
	6	Salsa bbq 4 onzas	0,13	0,30	40	5,2	12	40	5,2	12	5,2	12
		Total extras			713	44,05	456	713	44,05	456	44,05	456
BEBIDAS	1	Gaseosa 7 onzas	0,14	1,00	313	43,82	313	313	43,82	313	43,82	313
	2	Agua mineral	0,47	1,00	200	94	200	200	94	200	94	200
	3	Cerveza	0,72	2,00	200	144	400	200	144	400	144	400
		Total Bebidas			713	281,82	913	713	281,82	913	281,82	913
		Total			2139	895,91	3977,75	2139	896,39	3977	896,39	3977

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Tabla 27. Proyección de ingresos por ventas tercer trimestre.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

		Nombre del producto	Costo de venta	PVP	Costo de venta por unidad del mes 7	Venta del mes 7	Costo de venta por unidad del mes 8	Venta del mes 8	Costo de venta por unidad del mes 9	Venta del mes 9
PLATOS FUERTES	1	Combo alitas	0,84	3,50	170,52	710,5	170,52	710,5	170,52	710,5
	2	Combo brochetas	0,53	3,00	106	600	106	600	106	600
	3	Combo solo carnes	1,04	4,50	114,4	495	114,4	495	114,4	495
	4	Combo mix	1,06	4,50	116,6	495	116,6	495	116,6	495
	5	Combo entre panes	0,71	3,25	42,6	195	42,6	195	42,6	195
	6	Combo vegetales	0,68	3,75	20,4	112,5	20,4	112,5	20,4	112,5
			Total Platos fuertes		570,52	2608	570,52	2608	570,52	2608
EXTRAS	1	Arroz	0,05	0,50	10,15	101,5	10,15	101,5	10,15	101,5
	2	Menestra de Frejol	0,05	0,50	5	50	5	50	5	50
	3	Menestra de Lenteja	0,04	0,50	4,8	60	4,8	60	4,8	60
	4	Papas al orégano	0,07	1,00	12,6	180	12,6	180	12,6	180
	5	Para cocida	0,09	0,75	6,3	52,5	6,3	52,5	6,3	52,5
	6	Salsa bbq 4 onzas	0,13	0,30	5,2	12	5,2	12	5,2	12
			Total extras		44,05	456	44,05	456	44,05	456
BEBIDAS	1	Gaseosa 7 onzas	0,14	1,00	43,82	313	43,82	313	43,82	313
	2	Agua mineral	0,47	1,00	94	200	94	200	94	200
	3	Cerveza	0,72	2,00	144	400	144	400	144	400
			Total Bebidas		281,82	913	281,82	913	281,82	913
			Total		896,39	3977	896,39	3977	896,39	3977

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Tabla 28. Proyección de ingresos por ventas cuarto trimestre.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS										
		Nombre del producto	Costo de venta	PVP	Costo de venta por unidad del mes 10	Venta del mes 10	Costo de venta por unidad del mes 11	Venta del mes 11	Costo de venta por unidad del mes 12	Venta del mes 12
PLATOS FUERTES	1	Combo alitas	0,84	3,50	170,52	710,5	170,52	710,5	170,52	710,5
	2	Combo brochetas	0,53	3,00	106	600	106	600	106	600
	3	Combo solo carnes	1,04	4,50	114,4	495	114,4	495	114,4	495
	4	Combo mix	1,06	4,50	116,6	495	116,6	495	116,6	495
	5	Combo entre panes	0,71	3,25	42,6	195	42,6	195	42,6	195
	6	Combo vegetales	0,68	3,75	20,4	112,5	20,4	112,5	20,4	112,5
			Total Platos fuertes		570,52	2608	570,52	2608	570,52	2608
EXTRAS	1	Arroz	0,05	0,50	10,15	101,5	10,15	101,5	10,15	101,5
	2	Menestra de Frejol	0,05	0,50	5	50	5	50	5	50
	3	Menestra de Lenteja	0,04	0,50	4,8	60	4,8	60	4,8	60
	4	Papas al orégano	0,07	1,00	12,6	180	12,6	180	12,6	180
	5	Para cocida	0,09	0,75	6,3	52,5	6,3	52,5	6,3	52,5
	6	Salsa bbq 4 onzas	0,13	0,30	5,2	12	5,2	12	5,2	12
			Total extras		44,05	456	44,05	456	44,05	456
BEBIDAS	1	Gaseosa 7 onzas	0,14	1,00	43,82	313	43,82	313	43,82	313
	2	Agua mineral	0,47	1,00	94	200	94	200	94	200
	3	Cerveza	0,72	2,00	144	400	144	400	144	400
			Total Bebidas		281,82	913	281,82	913	281,82	913
			Total		896,39	3977	896,39	3977	896,39	3977

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.5. PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS

El presupuesto de Recursos Humanos (RRHH) tiene previsto proyectar, analizar y calcular los rubros a cancelar por la mano de obra directa a realizar en el establecimiento durante cada período.

En el código de trabajo establecido por el Sr. Presidente de la República del Ecuador, Economista Rafael Correa Delgado que anunció el 1 de julio del 2013 el proyecto de ley de código laboral establecido por medio del Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador se ubica en el documento (<http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>)

En este proyecto se va a contemplar los siguientes beneficios según el código de trabajo y es aplicada a cada una de las personas que pertenecen a la empresa durante el periodo de un año:

- * Cálculo de sueldo mensual en este caso será en la salario básico unificado (SBU) y en el caso del personal que estará medio tiempo recibirá medio SBU.
- * Cálculo de aportaciones patronales es la obligación mensual que debe cumplir el empleador por los trabajadores afiliados al IESS; equivale al 11,15% mientras que el pago personal equivale al 9,35%.
- * Sueldo total mensual es el cálculo de sueldo junto con la aportación patronal.
- * Sueldo anual es el cómputo del sueldo mensual por los meses laborados al año.
- * 13er Sueldo también conocida como la décima tercera remuneración o bono navideño, es un beneficio que reciben todos los trabajadores bajo relación de dependencia y corresponde a la doceava parte de la remuneración que hubieren percibido durante el año calendario; es decir que el cálculo se realiza sumando la remuneración básica, tiempo extra, comisiones y otras retribuciones accesorias permanentes. El cálculo comprende el periodo desde el 1 de diciembre del año anterior al 30 de noviembre del año en curso. La fecha máxima de pago es el 24 de diciembre del año en curso.

* 14to sueldo o décima cuarta remuneración o bono escolar, según el acuerdo ministerial No. 0081 del 15 de abril del 2014, Art. 113.-Remuneración Básica Mínima Unificada, este es un beneficio que perciben todos los trabajadores bajo relación de dependencia. Es un sueldo básico unificado vigente a la fecha de pago. En este caso los trabajadores deben recibir este beneficio hasta el 15 de agosto del 2014.

* Vacaciones laborales es un derecho que tiene todo trabajador. Es calculado por los años de servicio. La base de cálculo es el sueldo + horas extras + comisiones + otras retribuciones accesorias permanentes. Está basado en el código de trabajo, Art. 69 al 78.

* Fondos de reserva son un beneficio, al que tienen derecho todos los trabajadores en relación de dependencia, después de su primer año de trabajo.

El trabajador o servidor público con relación de dependencia, tendrá derecho al pago mensual del Fondo de Reserva por parte de su empleador, en un porcentaje equivalente al ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración aportada al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, después del primer año (a partir del mes 13) de trabajo. Registro Oficial No. 644, de 29 de julio del 2009.

* Sueldo total anual.

Según el Banco Central del Ecuador para poder llevar a cabo una proyección en los próximos 4 años se debe tomar en cuenta los datos de la tasa de inflación la cual se define como medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. La tasa de interés desde el 31 de octubre del 2013 hasta el 31 de octubre del 2014 es del 3,56 % sin embargo el índice de la previsión de inflación anual mínima es del 2,45% dato base para la realización del proyecto a 4 años.

Tabla 29. Presupuesto de RRHH (Recursos Humanos)

PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS

PERSONAL	TIEMPO	SUELDO MENSUAL	APORTACIÓN PATRONAL IESS	SUELDO TOTAL MENSUAL	SUELDO ANUAL	13ER SUELDO	14TO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	SUELDO TOTAL ANUAL
ADMINISTRADOR / CAJERO	MEDIO	170,00	18,96	188,96	2267,46	155,83	96,88	-	-	2898,08
PARRILLERO	COMPLETO	340,00	37,91	377,91	4534,92	311,67	193,75	-	-	5796,16
MESERO	COMPLETO	340,00	37,91	377,91	4534,92	311,67	193,75	-	-	5796,16
TOTAL		850,00	94,78	944,78	11337,30	779,17	484,38	0,00	0,00	14490,40

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.6. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Tabla 30. Presupuesto de operación.

RUBRO	PRESUPUESTO DE OPERACIÓN												
	MESES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Arriendo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3000,00
Garantía arriendo	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00

Rol	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	1207,53	14490,36
Servicio básicos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1200,00
Mantenimiento	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
Permisos y patentes	513,37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	513,37
Uniformes	114,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	114,00
Depreciación de equipos	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	43,41	520,97
Depreciación utensilios	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	38,69	464,23
Depreciación equipos de computo	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	75,00
TOTAL	2803,25	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	20698,70
Costo de venta del mes	271,35	540,70	830,80	895,91	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	9709,88
TOTAL	3074,60	2216,58	2506,68	2571,79	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	30408,58

Capital de trabajo	7797,86
--------------------	---------

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Dentro del capital de trabajo se debe tomar en cuenta que el capital tomar asume una reserva para el emprendimiento del proyecto durante los 3 primeros meses.

6.7. ESTADO DE RESULTADOS (FLUJO DE CAJA)

Tabla 31. Estado de resultados (flujo de caja).

FLUJO DE CAJA													
	Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos	Saldo al Inicio	7797,86	5959,26	6208,68	7378,50	8784,46	10189,19	11593,92	12998,65	14403,38	15808,11	17212,84	18617,57
	Ventas	1236,00	2466,00	3676,50	3977,75	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00
	Total Ingresos	9033,86	8425,26	9885,18	11356,25	12761,46	14166,19	15570,92	16975,65	18380,38	19785,11	21189,84	22594,57
Egresos	Gastos operacionales	2803,25	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88
	Costo de venta	271,35	540,70	830,80	895,91	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39
	Total egresos	3074,60	2216,58	2506,68	2571,79	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27	2572,27
Saldo		5959,26	6208,68	7378,50	8784,46	10189,19	11593,92	12998,65	14403,38	15808,11	17212,84	18617,57	20022,30

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.8 UTILIDAD OPERACIONAL

Tabla 32. Utilidad operacional.

UTILIDAD OPERACIONAL													
MESES													TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Ventas	1236,00	2466,00	3676,50	3977,75	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	43172,25
Costo de ventas	271,35	540,70	830,80	895,91	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	9709,88

Utilidad Bruta	964,65	1925,30	2845,70	3081,84	3080,61	3080,61	3080,61	3080,61	3080,61	3080,61	3080,61	3080,61	33462,37
Gastos operacionales	2803,25	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	21237,93
Utilidad operacional		249,42	1169,82	1405,96	1404,73	1404,73	1404,73	1404,73	1404,73	1404,73	1404,73	1404,73	14063,04

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Según algunos conceptos y enunciados en libros como el de Kotler Philip, Marketing para Turismo, Tercera edición, Pearson Educación, (2004) define el punto de equilibrio como el costo total y las ganancias totales que pueden esperar según los diferentes niveles de ventas. Es la relación volumen/ costos/ ingresos. Es un parámetro singular para evaluar la situación de una empresa. Es el punto donde los ingresos totales recibidos son iguales a los costos asociados a la venta de un producto.

Para sacar el punto de equilibrio se debe dividir los costos fijos entre el margen de contribución ratio. Y para obtener del margen de contribución ratio se debe aplicar el margen de contribución entre los ingresos.

Tabla 33. Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO												
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Monetario	2803,03	1675,66	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65	1675,65
Personas con promedio de consumo de 5.25	533,91	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17	319,17

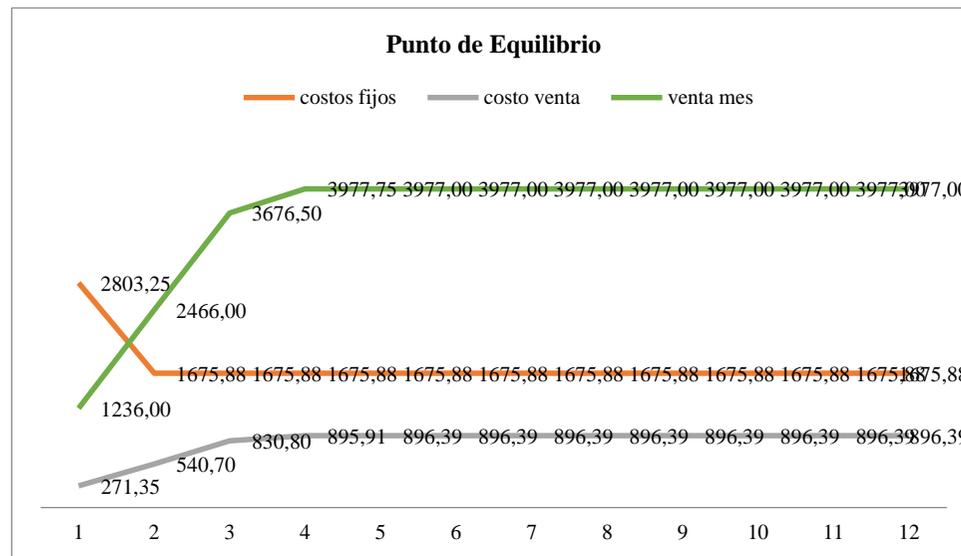
Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Tabla 34. Punto de Equilibrio 2.

	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
COSTOS FIJOS	2803,25	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88	1675,88
COSTO DE VENTA	271,35	540,70	830,80	895,91	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39	896,39
VENTAS	1236,00	2466,00	3676,50	3977,75	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00	3977,00

Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

Gráfico 11. Punto de equilibrio.



Fuente y elaborado por: Carmen Huayama.

6.10. ANÁLISIS DEL VAN Y EL TIR

En el libro de Galindo Martín Miguel Ángel, Diccionario de Economía y Empresa, España, Editorial del Economista, 2008 de forma resumida define el valor actual neto (VAN) como un método de evaluación de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor presente de los flujos de fondos del negocio usando la tasa de descuento de acuerdo al rendimiento mínimo esperado. Se obtiene al sumar los beneficios netos menos los costes de cada periodo aplicado la regla de descuento. Si el VAN da positivo en el cálculo final significa que el proyecto es rentable es decir los beneficios son superiores a los costes.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0 ó K pasa a llamarse TIR. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto y “hace que el VAN sea cero, cuando mayor sea la TIR, mayor rentabilidad tendrá el proyecto”. Para el cálculo del VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde;

FC = V_t : flujo de caja en cada periodo. (ingresos-egresos).

I_0 : Es el valor de desembolso inicial de la inversión.

k, d o TIR: tipo de interés t: es el número de periodos considerado.

n o t: es la potencia a la que se eleva cada uno de los periodos que se analizara el proyecto

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{\text{FC} + \text{FC}}{(1+i) (1+i)^n}$$

TIR o tasa interna de retorno no depende de los flujos exteriores.

Ahora:

FC = Ingresos anuales – Egresos anuales

$$FC = 22594,57 - 2572,27$$

$$FC = 20022,30$$

n = Es el periodo de tiempo del proyecto; en este caso el periodo es de 1 año lo cual equivale a 1.

i = Es la tasa de descuento. En Ecuador la tasa de descuento es del 12,5% que equivale a la suma de inflación + riesgo país + el porcentaje de interés pasivo. La tasa de interés para realizar el cálculo no se puede escribir el valor directo, se debe escribir la equivalencia, para ello se divide $12,5/100=0,125$

I₀ = Es de 15372,58

$$VAN = -I_0 + \frac{FC}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -15372,58 + \frac{20022,30}{(1+0,125)^1}$$

$$VAN = 2425,26$$

Para el cálculo de TIR:

$$VAN = -I_0 + \frac{FC}{(1+i)^n}$$

$$0 = -15372,58 + \frac{20022,30}{(1+i)^1}$$

$$0 = -15372,58 + \frac{20022,30}{(1+i)^n}$$

$$0 = -15372,58 + 15372,58$$

$$0 = 0$$

El valor del VAN es de 2425,26 es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto. Al ser el resultado positivo quiere decir que el proyecto es viable. Este valor representa la rentabilidad mínima.

La inversión inicial del negocio es de 15372,58 con el VAN a un periodo de 1 año es de 2425,26 y el TIR es de 30,24% es decir después del análisis se puede concluir que es un negocio factible y rentable basándose en que la recuperación de la inversión es en menos de un año. La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

Para encontrar el TIR o tasa interna de retorno o tasas de descuento se se reemplaza el VAN con el valor de 0 es decir el valor es igual a la inversión y si el valor final es cero, como en este caso, el proyecto es rentable. Con este indicador se puede determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que se ganaría, esto si se desearía vender el proyecto como tal.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación realizada para la creación del proyecto basado en una empresa gastronómica en el sector de Santa Clara, Cantón Rumiñahui, Pichincha, permite concluir lo siguiente:

Una idea que parte de la necesidad de tener un negocio propio con previo análisis del sector basándose en los problemas y el deseo de cierto número de habitantes causado por los bajos niveles de higiene y salubridad que tiene gran mayoría de los locales de expendio de alimentos del sector, orientado a la comida a la parrilla, basada en que es uno de los alimentos más sanos con grandes fuentes de proteínas ya que en su mayoría son carnes, embutidos y vegetales.

A través de las encuestas realizadas en el sector se pudo constatar que en el sector no hay locales que sean competencia directa con el mismo tipo de producto, calidad y buen servicio rápido. La aceptación del mercado se marca como buena.

Tras la realización de este proyecto se puede recomendar que previo a encaminar la elaboración de una empresa gastronómica se deba analizar y enmarcar claramente el mercado objetivo, la investigación del mercado, estudio técnico, estudio administrativo, análisis financiero adecuado para evitar tener pérdidas hasta llegar a la banca rota y el proyecto sea factible y rentable.

ANEXOS

Tabla 35. Le Cordon Bleu,

Tabla de cocción alimentos a la parrilla						
Producto	Término	Temperatura °F	Temperatura °C	Características	Tiempo de cocción	Cualidades
Res	Blue / Cruda	113 - 122	45 – 50	Únicamente sellado de lado y lado / De color rosa a rojo	1-2 min por lado	Blanda / Masticable /Lustrosa / Traslucida
	Muy poco hecha 1/4	127.4 - 131	53 – 55	Sellado a ambos lados / Capa externa bien cocida / El centro crudo / Rosa a rojo	2 - 3 min por lado	Más firme / Tierna / Jugosa
	Medio	131 - 140	55 – 60	No pierde su jugosidad / Sellado en la parrilla / Centro rojo a rosado y un poco seco / Rosa claro a rojo	3 - 4 min por lado	Más firme / Muy jugosa
	Tres cuartos	140 - 149	60 – 65	Comienza a perder jugosidad y sabor / El centro se torna de color café claro / Orillas perfectamente cocidas / Rosa cobrizo.	(soasada) 3 min por lado	Algo fibrosa / Menos jugosa
	Bien cocido	170,6	77	Menos recomendado/ Pierde hasta un 70 % de su jugosidad / Queda dura / Color café gris o Cobrizo prácticamente sin jugo /	6 10 min por lado	Fibrosa / Seca
Pollo	Bien cocido	165	74	Se recomienda que estos dos alimentos sean elaborados completamente porque el pollo tiene salmonelosis y el cerdo tiene cisticercosis	5 min por lado	
Cerdo		160	71		6 min por lado	

Fuente y Elaborado por: Las técnicas del Chef, Primera Edición, Barcelona, España, Art Blume, S. L., 2001.

En el libro de EVEREST, Toda la Gastronomía de la A a la Z, Evergráficas, S.A., León, España, 2003 menciona un tema importante como es la intoxicación alimentaria. En resumen dice que es indispensable que se lleve a cabo higiene y seguridad con los alimentos crudos o cocidos ya que pueden contener organismos que son peligrosos y pueden causar una intoxicación. Se debe cuidar el lavado de manos, utensilios y superficies. Es recomendable el uso de termómetro en el caso de grillar cortes gruesos y asegurar las temperaturas internas señaladas anticipadamente. El gusto por el termino de cocción de las carnes es individual y respetado; sin embargo se recomienda que todas las carnes sean bien elaboradas porque la poca cocción de estas mantiene bacterias y en el caso de la carne de res puede pasar los agentes contaminantes además en ciertos países a nivel mundial se prohíbe el consumo de carnes o su poca cocción debido a que años atrás hubo la pandemia de las vacas locas; la manipulación inadecuada de carnes produce la toxoplasmosis. Además algunas de las enfermedades que se producen en el ser humano a causa de intoxicaciones alimentarias son salmonella, listeria, estafilococo y cisticercosis (cerdo); otras menos frecuentes son el botulismo y la ciguatera (pescado) (bacterias que en el caso de embarazo puede provocar aborto). Son bacterias presentes con mayor frecuencia en carne, aves y huevos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Berasaregui Martin, LA BUENA COCINA, Como Preparar los mejores Platos y Recetas, Ramond House Mondadori, S.A., Barcelona, España, 2010.

Blume, SECCIÓN CULINARIA: BARBACOA, primera edición, Naturart S.A., Barcelona, Madrid, 2004.

Cuvi Pablo, 2001, RECORRIDO POR LOS SABORES DEL ECUADOR, Nestlé Ecuador, S.A., Quito, Ecuador.

Escoffier Auguste, MI COCINA ESCOFFIER, Ediciones Garriga, S.A., edición MMB, España, 1998.

Everest, TODA LA GASTRONOMIA DE LA A A LA Z, Evergráficas, S.A., León, España, 2003.

Fowler Newton Enrique, Contabilidad Básica, Cuarta Edición, Editorial La Ley, Vol 1. 2009.

Galindo Martin Miguel Ángel, DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA, España, Editorial del Economista, 2008

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION, Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición, México, 2003

Kotler Philip, Bowen John, Makens James, MARKETING PARA TURISMO, Pearson Educación, S.A., Madrid, España, 2004.

Lexus, Departamento de Creación Editorial, LA COCINA ECUATORIANA PASO A PASO, Lexus, Perú, 2008.

McGee Harold, LA COCINA Y LOS ALIMENTOS, Random House Mondadori, S.A., Barcelona, España, 2007.

Myhrvold Nathan, Young Chris, Bilet Maxime, MODERNIST CUISINE: THE ART AND SCIENCE OF COOKING, Taschen, Francia, 2011.

Océano, ENCICLOPEDIA DEL ECUADOR, volumen 1, Océano, 1999.

Pérez Martínez Ana María, LAS TÉCNICAS DEL CHEF, Primera Edición, Barcelona, España, Art Blume, S. L., 2001.

Pozos Barrera Julio, COCINAS REGIONALES ANDINAS, Corporación Editora Nacional, Quito, Ecuador, 2010.

Robert L. Wolke, LO QUE EINSTEIN LE CONTÓ A SU COCINERO, Ediciones Robinbook, S. I., Barcelona, España (2003).

Rojas Luis Eduardo, EL GRAN LIBRO DE LA COCINA ECUATORIANA, Círculo de lectores, S.A., Ecuador, 1990.

Sánchez Estrella Óscar, ANALISIS CONTABLE Y FINANCIERO, Ediciones Paraninfo, S.A., España, 2011

Sin Autor, COCINA A LA PARRILLA, 1ra Edición, Arquitectos Mexicanos Editores, México, 2008

Ulrich Klever, COCINA A LA PARRILLA: CONSEJOS Y RECETAS, Segunda Edición, Editorial Everest,

Santos Pablo, COCINA ECUATORIANA, J. Muñoz, 2002.

Revistas:

Sin autor, “Parrilladas”, *Menú Express*, 2013, volumen 02, (07), (pág. 8 – 12)

Páginas oficiales:

Se intento obtener información directa de la entidades públicas como el Banco Central del Ecuador, Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador, Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui pero recomendaron en todas estos establecimientos que la información necesaria se encuentra en las páginas web oficiales y que no pueden aportar mayor información.

Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

(http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion) 10 de noviembre del 2014; 18:46

Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui: <http://www.ruminahui.gob.ec/?q=canton-ruminahui/datos-estadisticos>

Google, PDF. Código del trabajo Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf> 25 de octubre del 2014; 21:00

Videos:

Vistos el 5 de septiembre del 2014; 13:30

www.youtube.com El origen del hombre (National Geographic):

<https://www.youtube.com/watch?v=8yL7qKVOiSQ>

www.youtube.com Homo Erectus y uso del fuego (National Geographic):

https://www.youtube.com/watch?v=TGqkFN_fAzU

www.youtube.com Human Evolution Homo Erectus vs Robustus NatGeo:
<https://www.youtube.com/watch?v=tL43kZRYHfQ>

www.youtube.com Documental The History Channel: El Origen de la Humanidad
<https://www.youtube.com/watch?v=Kew39If4-pA>