



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.

Escuela de Gastronomía.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniero en
Gastronomía.

Título: DISEÑO DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y
BEBIDAS EXCLUSIVO PARA PAREJAS.

Autor: Gonzalo Javier Román Serrano.

Director del trabajo de titulación:

Adm. Gastronómico Galo Alejandro Sánchez N.

Quito Agosto de 2015

Certificación

Yo, Gonzalo Javier Román Serrano, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; y que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, y que se ha consultado bibliografía detallada.

Cedo los derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador para que sea divulgado en internet, según lo establecido en la ley de propiedad intelectual, reglamentos y leyes.



Firma del Autor.

Yo Admr. Galo Sánchez, certifico que conozco al autor del presente trabajo, siendo el responsable exclusivo de tanto de su originalidad y autenticidad como de su contenido.



Firma del director de la tesis.

AGRADECIMIENTO.

Letras me faltarían para citar en este texto a todos y cada uno de los que día tras día fueron una motivación más por la cual este proyecto se fue moldeando hasta el punto de finalizarlo.

A mis compañeros de carrera, mis futuros colegas, a sus acotaciones y criterios, entre seriedad y risas, destaco la colaboración inmediata de servidores públicos y entidades estatales, las que supieron facilitarme con la mayor brevedad posible innumerables páginas de información solicitada, a la Universidad Internacional del Ecuador, y a sus docentes por los conocimientos impartidos, al personal de planta de la Facultad de Gastronomía con los que durante este tiempo se entablo una gran relación de amistad y camaradería; Al director de este proyecto, a su dedicación y valiosos aportes que resultaron vitales a la hora de estructurar el presente trabajo.

Para finalizar el eje central de mi motivación, escuela de mis principios, valores éticos y morales, mi familia, lleno de alegría les digo a todos y cada uno gracias totales.

PRESENTACION.

En términos de mercadotecnia la diferenciación de un producto o servicio es la que puede llegar a marcar la relevancia del mismo en un mercado saturado de competidores, el éxito de un gran empresa o de un pequeño negocio depende se pueden encontrar fuertemente influenciados diferentes factores; ubicación, productos ofertado, relación de costo y beneficio, nuevas tendencias entre otros.

Antes de aperturar cualquier tipo de negocio sus inversionistas o participantes previamente se plantearon el tipo de actividad económica en la cual se va a canalizar ese proyecto se seleccionara un mercado objetivo y el tipo de producto que se plantea ofertar, todo esto como parte de un simple estudio de mercados.

En términos generales cuando se hablas de restaurantes existe una amplia gama de posibilidades para lograr una diferenciación, los podemos categorizar por el tipo de comida servido, por su costoso menú, exclusividad y elegante servicio, pero esto no es en sí una diferenciación como tal ya que si se considera el tipo de comida como una categoría fácilmente se encontrara una variedad de ofertas dentro de una misma gama de sabores.

Es el mismo ejemplo se repite al momento de buscar un restaurante elegante y exclusivo, o uno más económico y con un menú menos sofisticado.

Así entonces en un mercado saturado de variedades, rangos de precio y tipos de servicio es el momento de considerar otra alternativa para diferenciarse del resto de competidores, es el momento de sub segmentar un mercado, el proyecto descrito a continuación reúne un par de interesantes estrategias para generar una diferenciación dentro de la oferta existente.

Teniendo como principal pilar de su estrategia la segmentación de mercado objetivo, complementado con precios altamente competitivos, una propuesta gastronómica diferente y un servicio cordial y agradable.

Esas 4 sencillas estrategias serán la principal fortaleza para lograr un posicionamiento favorable en el mercado local.

Resumen.

El trabajo descrito a continuación es un planteamiento detallado para la apertura de una empresa gastronómica que busca popularizarse dentro de un segmento de mercado específico, con el interés de promover una identidad culinaria propia.

Dentro de un mercado abarrotado de ofertas, y una demanda que a día a día busca diferentes propuestas para varias sus alternativas a la hora de salir a comer, en la capital de los ecuatorianos existen propuestas que van desde la cocina tradicional francesa hasta establecimientos que buscan fusionar sabores de la cocina nacional con técnicas y conceptos extraídos de alta cocina a nivel mundial, obligando a nuevos establecimientos a entrar a competir en igualdad de condiciones para lograr establecerse.

Este proyecto busca segmentar el mercado existente, generando exclusividad al ofrecer sus servicios únicamente a parejas, dentro de un salón cómodamente adecuado con mesas para dos, donde se pueda encontrar un pequeño lounge de capacidad mínima destinado a grupos de amigos o “dobles citas” con la finalidad de mantener el concepto de atención a parejas.

Como complemento culinario para este concepto se desarrollará una identidad gastronómica propia, recetas diferentes, un servicio agradable que busque una mayor interacción en la mesa y precios competitivos.

La finalidad primordial de este proyecto es demostrar las repercusiones positivas que puede tener en una empresa de este tipo la canalización de todos sus esfuerzos en una temática o concepto que puedan lograr una diferenciación entre los demás competidores, y favorecer un desarrollo técnico de la gastronomía local.

Abstract.

The job described next is a detailed plan for the establishment and opening of a gastronomic business, that wants to be established in a specific segment of the market, trying to create a culinary identity of its own.

In a market that is full of different offers and the consumers that day after day are searching for different options to vary their alternatives when it comes the time to eat outside. In Quito the capital of the Ecuadorians we can find restaurants that goes from traditional French cuisine to restaurants that try to fusion flavors of the national gastronomy with techniques and concepts extracted from the finest international cuisine, forcing new businesses to start competing as equals to be able to stablish in the competitive market.

This project is looking to create a new segment in a existent market, creating exclusivity by offering their services only for couples, in a place with all of the accommodations for two, But also you will be able to find a small lounge with minimal space capacity for small groups of friends or double dates, all of this to maintain the concept of couples only.

As a culinary complement for this concept, a new culinary identity will be developed, different recipes, a service empowering interactions in the table, and competitive prices.

The main goal in this project is to prove the positive effects that this business may have, and how focusing all the efforts in a special theme can make this business to step ahead in the market while promoting a technical development of the local gastronomy.

INDICE.

<u>CAPÍTULO 1.- Antecedentes</u>	16
1.1 Antecedentes del negocio generalidades.....	21
1.2 Antecedentes del negocio específicas.....	24
<u>CAPÍTULO 2.- Investigación de mercado</u>	28
2.1 Análisis del sector.....	29
2.2 Estudio de la demanda.....	29
2.2.1 Perfil del mercado objetivo.....	30
2.2.2 Censo del universo del mercado objetivo.....	31
2.2.3 Cálculo del tamaño de la muestra.....	31
2.2.4 Modelo de la Encuesta.....	33
2.2.5 Tabulación de resultados.....	35
2.3 Estudio de la oferta.....	47
2.3.1 Descripción y análisis de competidores.....	48
2.4 Análisis competitivo.....	48
2.4.1 Análisis según ventajas competitivas.....	48
<u>CAPÍTULO 3.- Estudio técnico</u>	53
3.1 Macro y micro localización del producto.....	54
3.1.1 Macro localización del proyecto.....	54
3.1.2 Micro localización del proyecto.....	54
3.2 Productos y servicios ofertados.....	56

3.2.1	Productos ofertados.....	56
3.2.2	Niveles del producto.....	57
3.2.3	Recetas estándar.....	60
3.2.4	Focus Group.....	96
3.3	Plan de comunicación.....	100
3.3.1	Objetivos comunicacionales.....	101
3.3.2	Diseño del mensaje de comunicación.....	102
3.3.3	Emisores del mensaje.....	102
3.3.4	Mix comunicacional.....	103
<u>CAPÍTULO 4.- ESTUDIO COMPLEMENTARIO.....</u>		105
4.1	Organización administrativa.....	105
4.1.1	Descripción de puestos de trabajo.....	105
4.2	Organización operativa.....	113
4.2.1	Descripción y diagramación de procesos.....	113
4.2.2	Diseño de marca.....	126
4.2.3	Misión.....	130
4.2.4	Visión.....	131
4.2.5	Objetivos.....	131
4.2.6	Diseño del local.....	131
<u>CAPÍTULO 5.- ESTUDIO FINANCIERO.....</u>		134
5.1	Generalidades.....	134

5.2	Inversión inicial.....	134
5.2.1	Amortización del crédito.....	134
5.2.2	Requisitos legales para la apertura del RUC.....	137
5.3	Presupuesto de ventas.....	138
5.3.1	Establecimiento de precios y costos de producción.....	138
5.3.2	Pronósticos de ventas.....	142
5.4	Descripción y costeo de muebles y equipamiento.....	144
5.5	Presupuesto de recursos humanos.....	150
5.6	Costos.....	153
5.7	Estados financieros de la proforma.....	153
5.7.1	Estados de flujo de efectivo proyectados.....	153
5.7.2	Flujo de caja proyectados.....	154
5.7.3	Estados de situación proyectados.....	156
5.7.4	Análisis VA, VAN y TIR.....	157
	<u>CAPITULO6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</u>	161
	<u>7.-ANEXOS.....</u>	163
7.1	Anexo #1 Cotización almacenes Boyacá y almacenes Japón.....	164
7.2	Anexo # 2 Cotización Termalimex.....	165
7.3	Anexo # 3 Cotización Zeit tech.....	166
7.4	Anexo # 4 Cotización Almacenes Montero.....	167
7.5	Anexo # 5 Cotización IRVIX.....	169

7.6 Anexo # 6 Cotización Provequipos.....	177
7.7 Anexo # 7 Cotización C&M uniformes.....	179
7.8 Anexo # 8 Pre elaborados Salsa bechamel.....	181
7.9 Anexo # 9 Pre elaborados Salsa bechamel de espárragos.....	181
7.10 Anexo # 10 Pre elaborados Mermelada de cebollas.....	182
7.11 Anexo # 11 Pre elaborados Masa mixta para crepes y blinis.....	182
7.12 Anexo # 12 Pre elaborados Pesto de ajonjolí.....	183
7.13 Anexo # 13 Pre elaborados masa artesanal.....	183
7.14 Anexo # 14 Pre elaborados Salsa de Zuquini.....	184
7.15 Anexo # 15 Pre elaborados Tortillas de camote y papa.....	184
7.16 Anexo # 16 Pre elaborados Almíbar de cerveza.....	185
7.17 Anexo # 17 Pre elaborados Masa de arroz.....	185
7.18 Anexo # 18 Pre elaborados Puré de pimientos.....	186
7.19 Anexo # 19 Pre elaborados Masa quebrada dulce.....	186
7.20 Anexo # 20 Pre elaborados Reducción de maracuyá.....	187
7.21 Anexo # 21 Pre elaborados Puré de papas.....	187
7.22 Anexo # 22 Pre elaborados Miel de perejil y limón.....	188
7.23 Anexo # 23 Pre elaborados Bizcochuelo de miel de abeja.....	188
7.24 Anexo # 24 Pre elaborados Masa base para Cheesecake.....	189
7.25 Anexo # 25 Pre elaborados Reducción de mango y ají.....	189
7.26 Anexo # 26 Pre elaborados Mermelada de uvillas.....	190

7.27 Anexo # 27 Pre elaborados Mermelada de mangos.....	190
7.28 Anexo # 28 Pre elaborados Mermelada de higos.....	191
7.29 Anexo # 29 Pre elaborados Mouselina de mandarina y romero.....	191
7.30 Anexo # 30 Pre elaborados Mouselina de toronja.....	192
<u>8.- BIBLIOGRAFIA.....</u>	193

9 INDICE DE GRAFICOS.

9.1 Grafico # 1 tabulación pregunta 1 de la encuesta.....	38
9.2 Grafico # 2 tabulación pregunta 2 de la encuesta.....	39
9.3 Grafico # 3 tabulación pregunta 3 de la encuesta.....	39
9.4 Grafico # 4 tabulación pregunta 4 de la encuesta.....	40
9.5 Grafico # 5 tabulación pregunta 5 de la encuesta.....	40
9.6 Grafico # 6 tabulación pregunta 6 de la encuesta.....	41
9.7 Grafico # 7 tabulación pregunta 7 de la encuesta.....	41
9.8 Grafico # 8 tabulación pregunta 8 de la encuesta.....	42
9.9 Grafico # 9 tabulación pregunta 9 de la encuesta.....	42
9.10 Grafico # 10 tabulación pregunta 10 de la encuesta.....	43
9.11 Grafico #11 tabulación pregunta 11 de la encuesta.....	43
9.12 Grafico # 12 Pirámide de las jerarquías de Maslow para el proyecto.....	58
9.13 Grafico # 13 Niveles de producto aplicado al proyecto.....	59
9.14 Grafico #14 Organigrama Jerárquico.....	112
9.15 Grafico # 15 Diagrama de procesos administrativos.....	115
9.16 Grafico # 16 Línea temporal de pagos.....	116
9.17 Grafico # 17 Diagrama de proceso de apertura de cocina.....	117
9.18 Grafico # 18 Diagrama proceso de producción de cocina.....	118
9.19 Grafico # 19 Diagrama de proceso de compra.....	118
9.20Grafico # 20 Diagrama de procesos de cocina durante la jornada y posterior cierre del área..	119

9.21 Grafico # 21 Diagrama para el retorno de comandas a cocina.....	121
9.22 Grafico # 22 Diagrama de procesos del área de caja.....	122
9.23 Grafico # 23 Diagrama de procesos del área de servicio.....	124
9.24 Grafico # 24 Diagrama de procesos del área de limpieza y posilleria.....	125
9.25 Grafico # 25 Croquis de distribución de áreas del local.....	132

10 ÍNDICE DE IMÁGENES.

10.1 Imagen #1 Menú de edición de la encuesta.....	36
10.2 Imagen #2 Menú de edición de la encuesta.....	36
10.3 Imagen #3 Menú de edición de la encuesta.....	37
10.4 Imagen # 4 Hoja de Excel de las respuestas.....	37
10.5 Imagen # 5 Hoja de Excel de las respuestas.....	38
10.6 Imagen # 6 Captura de pantalla mapa sector La Floresta.....	55
10.7 Imagen # 7 Captura de pantalla mapa sector AV. Brasil.....	56
10.8 Imagen # 8 Pirámide de Maslow.....	58
10.9 Imagen #9 Durante el desarrollo del Focus Group.....	99
10.10 Imagen # 10 Durante el desarrollo del Focus Group.....	99
10.11 Imagen # 11 Durante el desarrollo del Focus Group.....	100
10.12 imagen # 12 Simbología de los diagramas.....	114
1.13 imagen # 13 Logotipo del proyecto.....	126
10.14imagen # 14 Descripción del logotipo.....	128
10.15 imagen # 15 Captura de pantalla tabla de amortización del crédito.....	135
10.16 imagen #16 Detalle de costo, utilidad, iva y pvp de las recetas.....	139

11 INDICE DE TABLAS.

11.1 Tabla # 1 Establecimientos registrados en la ciudad de Quito.....	21
11.2 Tabla # 2 Rango de edades y población en la provincia de Pichincha.....	31
11.3 Tabla # 3 Rangos de consumo resultado de la encuesta.....	44
11.4 Tabla # 4 Problemas o incidentes dentro de un establecimiento.....	46
11.5 Tabla # 5 Rango de edades de los encuestados.....	47
11.6 Tabla # 6 Carta para el primer trimestre.....	140
11.7 Tabla # 7 Carta para el segundo trimestre.....	141
11.8 Tabla # 8 Carta para el tercer trimestre.....	142
11.9 Tabla # 9 Pronostico de ventas.....	143
11.10 Tabla # 10 Equipos de cómputo.....	144
11.11 Tabla # 11 Menaje de cocina.....	144
11.12 Tabla # 12 Menaje para el área de barra.....	146
11.13 Tabla # 13 Menaje para el área de posillera.....	146
11.14 Tabla # 14 Uniformes.....	147
11.15 Tabla # 15 Vajilla.....	147
11.16 Tabla # 16 Cubertería.....	148
11.17 Tabla # 17 Cristalería.....	148
11.18 Tabla # 18 Muebles y encerres.....	149
11.19 Tabla # 19 Total de la inversión.....	150

11.20 Tabla # 20 Presupuesto recursos humanos.....	150
11.21 Tabla # 21 Horario general.....	151
11.22 Tabla # 22 Horario para el primer servicio.....	151
11.23 Tabla # 13 Horario para el segundo servicio.....	152
11.24 Tabla # 24 Costos fijos.....	153
11.25 Tabla # 25 Flujo de efectivo proyectado.....	154
11.26 Tabla # 26 Flujo de caja detallado del primer año.....	155
11.27 Tabla # 27 Proyección anual de ventas.....	156
11.28 Tabla # 28 Estado de situación proyectado.....	157
11.29 Tabla # 29 Calculo del Valor Actual.....	158
11.30 Tabla # 30 Calculo del TIR Y VAN.....	159

CAPITULO 1.

Entre las actividades favoritas de los capitalinos en sus momentos de ocio la visita a restaurantes se está popularizando día tras día, no hace falta estar dentro del horario de almuerzo o cena, un buen pretexto puede ser el disfrutar de un apetitoso postre durante la tarde, quizá un par de copas de vino al comenzar la noche, dentro de un ambiente relajante, tranquilo con relación a los convulsionados bares que se visita a menudo.

Acontecimientos que van desde importantes juntas o reuniones de negocios, hasta peticiones de matrimonio, se producen dentro de las paredes de los más exclusivos establecimientos de la ciudad, respuestas positivas otras no tanto, con el ir y venir de platos de apetitosa comida los restaurantes están para brindar un servicio y espacio que va mucho más allá de la venta de alimentos.

Mucho más cuando la personalidad de un establecimiento da a sus comensales la oportunidad de un servicio exclusivo, que dedique su atención únicamente a parejas, resulta bastante atractivo al momento buscar una diferencia con el resto de locales existentes dentro de la ciudad de Quito.

1. ANTECEDENTES.

A pesar que la actividad de comer fuera es una costumbre que data desde la época del poderoso imperio romano, Heraculo una ciudad de veraneo a las afueras de Nápoles cubierta de lava y tierra durante la erupción del imponente Vesubio, es hoy en día un museo natural con clara evidencia que sustenta esta teoría, claro que los restos encontrados en las antiguas posadas y tabernas del lugar demuestran que más que un servicio de comidas en estos lugares abundaba el vino, bocadillos simples como quesos frutos secos hasta una pequeña variedad de comida caliente, esto es uno de los principios pero hacen falta muchos más detalles para poder llamarse restaurante.

Es en Francia, París específicamente hablando en el año de 1785 donde esta costumbre se convierte en negocio, para luego con el paso del tiempo convertirse en un movimiento sumamente popular a lo largo y ancho del mundo.

Monsieur Boulagner propietario del champú d'Oiseau ofrece sus servicios entre la burguesía parisina de la época bajo el lema de “venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restaurare” (Escolastico, S/F) una limitada variedad de platillos y potajes elaborados, por una considerable cantidad de dinero.

La exclusividad de su costo daba a las damas de la sociedad que acudían al establecimiento la oportunidad de mostrar su distinción, el negocio fue un éxito, Boulagner no dudo en ampliar su menú.

Rápidamente se corrió la voz del éxito de Monsieur Boulagner, es en ese momento cuando empresarios asociados con cocineros de la época deciden abrir sus propios establecimientos, dando inicio al movimiento de restauración ya no solamente en Francia sino a lo largo de la antigua Europa, y sus colonias en el resto de continentes.

Todos los países o regiones tienen una identidad culinaria única basada en sus costumbres como en la soberanía de sus cultivos nativos, con la independencia de los pueblos así como la extinción de los imperios aparecen pequeños países soberanos e independientes deseosos de olvidar las costumbres impuestas por sus colonizadores para revivir su identidad propia adaptada a un modelo de sociedad heredado por los colonizadores.

En una sociedad globalizada categorizar restaurantes basándose en el tipo de comida servida, sería el primer paso, en la segmentación de estos.

Se da Francia nuevamente en el año de 1900 cuando la guía Michelin entra en circulación donde detalla puntos clave como puestos de auxilio mecánico, puntos médicos, planos de algunas ciudades francesas, estas guías en un regalo para los compradores de llantas.

En el año 1926, la guía establece las estrellas como el sistema de evaluación gastronómica de los restaurantes. En 1931, se usa por primera vez la clasificación de dos y tres estrellas. Queda así establecida la 'vara de medir' de Michelin, de una a tres estrellas: una estrella o muy buena cocina en su categoría; dos estrellas o excelente cocina, vale la pena desviarse; y tres estrellas o cocina excepcional, mesa que justifica el viaje. En cualquier caso, en las ediciones anuales de las guías, aparecen no sólo los establecimientos con estrella, sino también un listado de restaurantes (sin estrella) pensado para el viajero 'lector' de este manual; además, con otros apartados como establecimientos particularmente agradables o bares de tapas y los premios Bib Gourmand, que aportan pistas interesantes en tiempos de crisis, ya que distingue los locales con buena cocina a precio moderado. (Guadaño, 2013)

Esto genera que muchos establecimientos aumenten sus esfuerzos por mejorar su calidad tanto en comida como en servicio para ser tomados en cuenta dentro de estas guías gastronómicas dando paso a una segunda segmentación en los restaurantes ahora por categoría de servicio, inicialmente por especialidad o tipo de comida.

¹*“En el año 1912 en la ciudad de Nueva York, se inaugura el primer autoamt, este básicamente consistía en un despacho de comida detrás de un vidrio con una ranura para hacer el pago y recibir los alimentos, el concepto de comida para llevar se populariza bajo el eslogan menos trabajo para mamá.” (Crowley, 2001)*

Durante década de los 30's es el punto de partida conocido para los restaurantes temáticos, luego de unas vacaciones por el pacifico sur Clifford Clinton Y su esposa Nelda, propietarios del hasta entonces llamado Clifton's Cafetería regresan con una cantidad de ideas y tesoros para remodelar la fachada de su establecimiento.

¹ Resumen traducido de (Crowley, 2001)

“Una enorme cascada y follaje tropical en la fachada del establecimiento detalles tales como una choza estilo polinesia techada con hoja de palmera, una cascada interna y un ambiente inspirado en una selva tropical donde curiosamente llovía cada 20 minutos generando la sensación de estar en una remota locación del pacifico sur.” (www.cliftonscafeteria.com, 2001)

El establecimiento luego de su remodelación es rebautizado como pacific seas, causando gran controversia por su fachada en la asociación de arquitectos de Los Ángeles, pero logrando convertirse en un gran atractivo turismo hasta llegar a ser considerado como un atractivo destacado “landmark” a visitar en esta ciudad.

En la década de los 40’s en los Estados Unidos se vuelve muy popular el concepto de los “drive-through” servicio al auto brindando la oportunidad a los consumidores de servirse alimentos sin necesidad de bajar de sus vehículos, el concepto fast food se instala en la vida de occidente, la comida se sirve en veredas o en locales denominados “food courts” patio de comidas.

“La esencia de la comida rápida nace en la Europa del siglo XIX durante las guerras napoleónicas cuando los mercenarios del ejército rojo apurabas el servicio de su comida usando repetidamente la palabra “bystro” rápido en los restaurantes francés.” (Buenastareas.com, 2010)

El movimiento fast food se fortalece gracias a un ritmo de vida cada día más acelerado, las mujeres ya no se quedan en casa a cocinar, durante la segunda guerra mundial, la industria bélica se ve obligada a contratar personal femenino para cubrir las vacantes dejadas por los hombres que partieron a luchar en el frente, durante las post guerra en un mundo convulsionado por el desarrollo del capital, así como una población dispuesta seguirle los pasos, la buena alimentación queda relegada a un segundo plano, gracias al rápido servicio así como el bajo costo de esta denominada comida rápida.

Cadenas de comida rápida estadounidense crecen a pasos agigantados, expandiendo sus fronteras a nivel nacional como internacional, Kentucky Fried Chicken o KFC®, McDonald's®, hasta Pizza Hut® son sensación a nivel internacional.

Un grupo de la población global, ciudadanos de pequeños países, otros de países con una cultura gastronómica absolutamente tradicional no toma de buen lado esta invasión de colores, productos importados, precios bajos.

El punto de partida de una revolución en nombre del buen comer se da en Italia en el año 1986, Carlo Petrini fundador del ahora llamado movimiento "slow Food" comida lenta proyecta su idea a manera de protesta por la apertura de un establecimiento de comida rápida en su ciudad natal, la motivación de esta idea fue luchar en contra de un estilo de vida acelerado.

Recuperar el placer del buen comer, los sabores así como costumbres tradicionales, dedicando el tiempo necesario para disfrutarlas, slow food comida lenta rescata la filosofía de vida de nuestros ancestros más cercanos, promoviendo un estilo de vida lento y relajado que permita disfrutar todas las actividades que envuelven nuestro día a día.

Esta filosofía comienza a sonar por el mundo despertando la curiosidad de muchos llegando a convocar gran cantidad de adeptos en más de 110 países a lo largo del globo terráqueo, la gente poco a poco va reviviendo el gusto del buen comer y se vuelve un poco más selectiva a la hora de buscar lugares donde ir a comer.

Aparece un nuevo segmento de mercado que busca comida de calidad sin importar tanto que tan elegante o alineado sea el servicio del establecimiento, todo esto contrarrestado con un costo accesible que vaya de acorde con la experiencia gastronómica vivida.

En la actualidad existen un sin número de restaurantes temáticos en todo el mundo, ya que van desde una fachada o ambiente determinado pasando por establecimientos que exigen un tipo de vestimenta especial a sus visitantes, otros dedicados a impulsar una cultura de reciclaje, hasta uno tan peculiar donde se utiliza como vajilla un inodoro. “Modern Toilet” (Tripadvisor, 2010)

Los restaurantes temáticos están para destacar sobre los demás por su ambiente, diferenciarse de los otros ofreciendo un atractivo destacado, su ambiente en un mercado donde la oferta gastronómica crece cada día mas los restaurantes temáticos vinieron para quedarse con una estrategia simple y una carta sencilla.

1.1 ANTECEDENTES DEL NEGOCIO, GENERALIDADES.

De acuerdo con el catastro de Quito turismo en la capital existen registrados “2066 establecimientos dedicados al servicio de alimentos y bebidas” (Turismo, Quito, 2014) categorizados de la siguiente manera:

Tabla #1

Establecimientos registrados en la ciudad de quito

Categoría.	Establecimientos registrados.
Cuarta.	665
Tercera.	632
Segunda.	468
Primera.	289
Lujo.	12

Elaborada por El autor

Fuente (Turismo, Quito, 2014)

Diferentes especialidades y oferta muy variada, desde manjares del continente asiático, cocina del medio oriente, india e italiana, hasta un par de restaurantes empeñados en promover una identidad culinaria propia.

Salir a comer en la capital ecuatoriana no es un problema si se toma en cuenta la cantidad de oferta gastronómica existente, ciudadanos de paladares aventureros dispuestos a poner a prueba el ingenio de los chefs y cocineros de la ciudad, otros que disfrutan de las reuniones con amigos acompañados de comida sencilla y un ambiente relajado para olvidar la rutina.

Jueves por la noche, o en fin de semana se encuentra muy cerca, el personal de servicio en los restaurantes más populares comienza a acelerar el paso, en la cocina los fogones trabajan a toda intensidad, el personal con el despacho de cada comanda siente una ligera sensación de alivio, alivio que se ve interrumpido por una nueva orden, hay que reorganizarse y comenzar nuevamente. Viernes la tensión se puede notar en todo el personal, cuando se trabaja al límite de capacidad, un servicio torpe o demorado, una atención ya no tan cordial, inclusive tonos de voz elevados que vienen desde cocina son un claro indicador de que algo no anda bien, se termina la jornada poco a poco abandonan el local parejas o grupos pequeños, algunos con un buen sabor en boca, otros ligeramente molestos por algún error cometido.

Los grupos más grandes y alegres quedan rezagados hasta el final de la jornada, se apagan las luces luego de organizar todo para la apertura del día siguiente, se cuadra la caja llegando a la conclusión de que fue una buena venta de viernes, el sábado se repite la rutina pero sin mayores inconvenientes, al momento de cuadrar la caja el responsable en son de broma comenta que la familia de la mesa #8 salvo la venta del día.

Esta, entre otras, son las realidades que se viven en los restaurantes día tras día, esperar con ansias los fines de semana para levantar el promedio semanal de ventas, una estrategia muy arriesgada para el bien estar del negocio. Quito ve el abrir y cerrar de

restaurantes, fondas o huecas cada día, la sociedad de consumo quiteña comienza a exigir más, siendo pocos los establecimientos que se atreven a ofrecer algo nuevo o fuera de lo común.

Una decisión inteligente puede ser replantear el enfoque hacia el mercado, el problema de masificar las ventas es entrar en competencia con X número de competidores y productos similares, según Philip Kotler “es más difícil vencer a muchas marcas a la vez que a una sola que domine una categoría determinada”. (Kotler Philip, 2009)

Con la teoría de la segmentación de mercados como estrategia principal para comenzar a promover una nueva tendencia de restaurantes en el mercado local, suena a una brillante idea para explotar.

Desde Bogotá hasta Roma, dando una vuelta por Nueva York y un corto paseo por Barcelona ya se pueden encontrar establecimientos que se dedican a brindar exclusividad de servicio solo para parejas, una tendencia que se va fortaleciendo en el mundo.

Un ejemplo quizá exagerado ya de esta exclusiva idea se encuentra en Vacone, una pequeña ciudad a las afueras de Roma donde funciona el que se puede llamar el restaurante más pequeño hasta exclusivo del mundo, un espacio con historia milenaria dedicado únicamente a atender a dos personas, precios bastante elevados y una lista de espera de meses para conseguir reserva son indicadores de su éxito.

Adaptar esta estrategia al mercado local puede resultar ventajosa, si tomamos en cuenta un indicador clave en el comportamiento de la demanda, entre jueves y sábados son los favoritos para dedicar a los amigos, así como los días de mayores ventas en los establecimientos visitados, sábados, domingos las reuniones familiares ya sea en restaurantes o casas son mucho más comunes, sobre todo a la hora del almuerzo.

Mayor cantidad de personas significa cuentas más elevadas, así como un costo de producción mayor, cuando hablamos de parejas, no existen días ni horarios establecidos, basta con un espacio cálido, un ambiente acogedor, buena comida, entonces el total de la cuenta deja de ser un problema, el precio de la comida sumado con un par extra de copas de vino cifras perfectas para cerrar una cuenta atractiva con un costo no tan alto, no es secreto que en restaurantes la mayor rentabilidad está en la venta de bebidas.

1.2 ANTECEDENTES ESPECIFICOS DEL NEGOCIO..

“Que tu medicina sea tu alimento y tu alimento sea tu medicina”. (Hipócrates)

Entre los restaurantes existentes en la capital ecuatoriana, son pocos los lugares dedicados a ofrecer un estilo gastronómico diferente al estilo occidental al que tanto se está acostumbrado, el clásico servicio americano al que se tiene acostumbrado a los clientes no es más que un indicador de lo conservador así como aburrido que resulta el protocolo de servicio en los establecimientos locales.

En el sector de la Mariscal destacan dos establecimientos de comida hindú que basan su éxito en la dinámica de su servicio, costos accesibles, así como una sazón absolutamente diferente a la que estamos acostumbrados, de igual manera en el mismo sector se encuentran dos locales de comida del medio oriente.

Establecimientos que destacan por involucrar en la mesa a los comensales, un detalle sumamente entretenido, un elemento que resalta el concepto de compartir, pilar fundamental a la hora de plantear la idea de comer entre dos.

Sobre la avenida Coruña, en el sector centro norte de la capital, una sencilla casa de fondue.(Voila Bistro Jardín) se ha convertido en la favorita de muchos ya su especialidad obliga a los comensales a involucrarse no solo en la preparación del producto sino también compartiendo a la hora de saborear la preparación.

Tomando estas pautas como referencia nace la idea de este proyecto, un establecimiento dedicado a brindar servicio únicamente para parejas, basando su identidad culinaria en atrevidas recetas que tengan como protagonistas una variedad de productos locales que no son comúnmente tomados en cuenta en la oferta gastronómica local.

Para complementar esta idea el tipo de servicio del establecimiento tiene que estar adaptado de tal manera que sutilmente obligue a los comensales a interactuar juntos con la comida, logrando transformar esa visita en toda una experiencia.

Una buena manera de conseguir esta meta es olvidarse del servicio de plato tendido diseñar una carta que ofrezca menús comprendidos por entradas o sopas, platos fuertes y postres, para que llegado el momento del servicio la presentación sea en fuentes de comida con sus respectivos implementos para que los clientes se diviertan compartiendo.

La ausencia de establecimientos dedicado a parejas que quieran disfrutar de la compañía mutua, una buena comida, un lugar donde las ruidosas carcajadas del grupo de amigos de la mesa de junto o los reclamos del niño que prefiere evitar los vegetales en la mesa de la otra esquina no sean un problema.

Un lugar acogedor dedicado a romper los esquemas donde un servicio sencillo busque la interacción en la mesa a la hora de comer, complementándose con una buena plática, miradas, risas, ideas expresadas con gestos graciosos, pero sobre todo dicha y gozo, en complicidad con un ambiente tranquilo, música suave, iluminación tenue aromas agradables.

Un espacio íntimo, tranquilo, que busque no solamente a vender alimentos, un espacio dispuesto a generar sensaciones simples, que vayan en complemento con una comida única, especial, dentro de un local cómodo y agradable.

A la hora de hablar sobre la atención a parejas en un restaurante lo más común en el medio es encontrar locales que invitan celebrar cualquier ocasión entre dos, un menú o platillo especial es el atractivo final para concretar la visita a ese lugar.

Mesas de cuatro a ocho personas con letreros de reservado provocan la sensación de que el ambiente no va a ser tan íntimo y acogedor como se suponía, una de las ventajas al brindar exclusividad de atención a parejas es la un servicio tranquilo y relajado, uno de los inconvenientes generales en cualquier restaurante resulta en las horas pico cuando la aglomeración de gente resulta tal que no se puede atender a todos de la mejor manera.

Generando inconformidad en algunos de los clientes, inconformidades que se ven reflejadas en comentarios emitidos con la intención de desacreditar un establecimiento, al enfocar tanto servicio como atención solamente a mesas para dos, se puede manejar de manera más tranquila el área de salón minimizando inconvenientes.

Dentro de un espacio que goce de encanto, calidad de producto, pero sobre todo con un precio prudente, no hace falta cobra cantidades excesivas de dinero para hacer de un negocio rentable, esto a la larga se puede convertir en un limitante ya que se dedica la atención mayoritaria a un grupo específico de clientela de poder adquisitivo específico.

Costos accesibles para incrementar la rotación de clientela siempre manteniendo la calidad de servicio y ambiente serán las principales estrategias para competir en un mercado abarrotado de ofertas.

Para validar datos importantes relacionados con la aceptación del proyecto se procederá a recopilar información específica durante la etapa de investigación de mercado, la idea de esta investigación es identificar en concreto las debilidades de la oferta existente, y convertirlas en una ventaja competitiva.

También es importante identificar los factores que fomenten en demanda fidelización hacia la marca.

CAPITULO 2.

A lo largo de este capítulo se detallan y resaltan datos de suma importancia para determinar el nivel de aceptación y popularidad del proyecto en el mercado objetivo al que se pretende llegar, así como se busca identificar parámetros que generen en la clientela una fidelización hacia el establecimiento.

Analizar profundamente las ventajas competitivas de la empresa en relación al resto de la oferta, canalizar, potenciar y explotar esas ventajas con la finalidad de superar la expectativa de la clientela fortaleciendo a largo plazo la imagen del establecimiento, limitando de esa cualquier tipo de amenaza externa que pueda generar la entrada de nuevos competidores al mismo nivel y exclusividad.

Innovación en producto, presentación, ambiente y servicio serán los protagonistas en la carta de presentación del proyecto, el nivel de protagonismo se determinará mediante el levantamiento de información con encuestas y observación de campo siendo estas las principales herramientas a utilizarse para el desarrollo de este capítulo.

2. INVESTIGACION DE MERCADO.

“La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas del mercado de bienes y servicios. Para nuestros fines, hay cuatro términos que necesitamos incluir en esa definición. Estos son: (1) sistemático; (2) objetivo; (3) información y (4) toma de decisiones. Por consiguiente, nosotros definimos investigación de mercados como un enfoque sistemático y objetivo hacia el desarrollo y provisión de información aplicable al proceso de toma de decisiones en la gerencia de mercadeo. (Escalona Moreno, 2006)

Para el desarrollo específico de este proyecto, los resultados obtenidos en la investigación de mercado son importantes no solo para medir la aceptación de la idea en el mercado objetivo sino también permitirá obtener datos que ayuden a futuro a establecer parámetros o normas de trato hacia los clientes con la finalidad de fidelizarlos hacia la marca.

2.1 ANALISIS DEL SECTOR.

Este proyecto de ha diseñado para aplicarse en la ciudad de Quito la micro localización del mismo se determinara posterior a la recopilación de datos, por ahora lo que está claro es que debe ser un sector de fácil acceso, que goce de comodidades, servicios básicos como área de estacionamiento publica, seguridad y buena iluminación.

2.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA.

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido". (Thompson, 2006)

El estudio de la demanda encierra el análisis de una variedad de factores descritos a continuación:

1. *"Cantidad de bienes o servicios: Se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas.*
2. *Compradores o consumidores: Son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.*
3. *Necesidades y deseos: La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para éstas necesidades profundas (por ejemplo, una hamburguesa Mc Donalds para satisfacer la necesidad de alimento)*
4. *Disposición a adquirir el producto o servicio: Se refiere a la determinación que tiene el individuo, empresa u organización por satisfacer su necesidad o deseo.*
5. *Capacidad de pago: Es decir, que el individuo, empresa u organización tiene los medios necesarios para realizar la adquisición.*

6. *Precio dado: Es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.*
7. *Lugar establecido: Es el espacio, físico o virtual (como el internet) en el que los compradores están dispuestos a realizar la adquisición.*² (Thompson, 2006)

2.2.1 Perfil del mercado objetivo.

“Al momento de identificar el perfil idóneo del mercado seleccionado, son dos preguntas fundamentales las que se deben plantear para ello: ¿cuál es su mercado objetivo y qué desea o necesita el mercado objetivo que su empresa le pueda proporcionar?

*Esto muestra la necesidad de que la empresa conozca con precisión las necesidades de sus clientes objetivos, es decir, saber lo suficiente acerca de ellos y reunir la información suficiente sobre lo que realmente desean. Sin este conocimiento preciso, sus esfuerzos para vender sus bienes y servicios no serán eficaces.*³ (Panamerican Business Network, 2011)

Teniendo en cuenta un consumo promedio de entre \$40 a \$50 dólares americanos establecido por pareja, la mejor manera de segmentar el mercado meta seleccionado será por grupos de edades, tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

Como un mercado meta ideal parejas de entre 23 a 35 años que desempeñen una actividad económica que les permita destinar buena parte de sus ingresos mensuales en su propia recreación y diversión, considerando salidas, o paseos, viajes, y constantes visitas a restaurantes.

Dejando para segundo plano un segundo grupo de edades desde los 36 años en adelante, parejas que a pesar de tener ingresos económicos altos deban limitar el tiempo dedicado a su pareja bien sea por trabajo, familia, objetivos o metas personales.

² Fuente de consulta (Thompson, 2006)

³ Resumen obtenido de (Panamerican Business Network, 2011)

Y terminando con un grupo minoritario comprendido por parejas de entre 17 a 22 años que limitados por una dependencia económica, dejando a un lado la visita a restaurantes solamente para ocasiones especiales.

2.2.2 Censo del universo del mercado objetivo.

De acuerdo con datos obtenidos del INEC en el último censo de población en la provincia de Pichincha los siguientes grupos de edades formaran parte en para el cálculo del universo del mercado objetivo.

Tabla #2

Rango de edades y población en la provincia de Pichincha.

Rango de edades	Cantidad
20 – 24 años	246,050
25 – 29 años	2238,668
30 – 34 años	208,179
35 – 39 años	180,504
Total del universo	873,401

Elaborado por el autor.

Fuente: (Instituto ecuatoriano de estadísticas y censos., 2010)

2.2.3 Calculo del tamaño de la muestra

Partimos del total del universo, para el cálculo del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N^2 \times p \times q \cdot N}{(n-1) \times z^2 \times p \times q}$$

En dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Total de la población

Z= nivel de confianza 95% = 1.96

e = Error permitido 5% 0.05

p= probabilidad o variabilidad positiva 0.5

q= complemento o variabilidad negativa 0.5

$$n = \frac{N^2 \times p \times q \cdot N}{(n-1) \times z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 873401}{(873401-1) \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,5 \times 0,5 \times 873401}{873400 \times 0,0025 + 3,84 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{838,401.96}{2184,46} = 383.83$$

n= 384

Por medio del resultado obtenido del tamaño de muestra, se procederá a realizar la cantidad de 384 encuestas.

2.2.4 Modelo de la encuesta.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.

Objetivo.

La finalidad de la siguiente encuesta es la de recopilar información para un estudio de mercado en el área de restaurantes, para determinar la posible aceptación de una tendencia de servicio dentro de un restaurante.

1. Indique su género.

a. Femenino.

b. Masculino.

2. Dentro de los siguientes grupos por favor indique su edad.

a. Entre 18 y 22 años.

b. Entre 23 y 27 años.

c. Entre 28 y 32 años.

d. Entre 33 y 37 años.

e. Entre 38 en adelante.

3. ¿Conoce o ha escuchado usted algo sobre la cocina de autor?

a. Sí.

b. No.

4. ¿Estaría usted de acuerdo con un tipo de servicio que favoreciera la interacción suya y de su pareja en la mesa con los alimentos? Con la intención de revivir el concepto de compartir.

a. Sí.

b. No.

c. Neutral.

5. ¿Cuál sería su opinión con respecto a un restaurante exclusivo para parejas?
- a. Positiva
 - b. Neutral
 - c. Negativa
6. ¿Qué tan atractiva le resulta la idea de compartir un menú diseñado para dos dentro de un restaurante?
- a. Muy atractiva.
 - b. Atractiva.
 - c. Neutral.
 - d. Negativa.
7. Usted como consumidor ¿con cuanta frecuencia al mes visita sus restaurantes favoritos?
- a. Menos de tres veces al mes.
 - b. 4 a 5 veces al mes.
 - c. Visita eventualmente diferentes restaurantes y no tiene uno favorito.
8. ¿Qué días en la semana dedica usted a compartir en restaurantes con su pareja?
Selecciones máximo 4 alternativas.
- a. Lunes.
 - b. Martes.
 - c. Miércoles.
 - d. Jueves.
 - e. Viernes.

f. Sábado.

g. Domingo.

9. Durante la semana ¿Qué horario prefiere usted para salir a comer con su pareja?

a. Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm.

b. Horario de cena ente las 7pm a 11pm.

c. Otro.

10. Hablando de malas experiencias en restaurantes; ¿Cuál de las siguientes alternativas sería la causa para que usted deje de frecuentar un establecimiento?

a. Relación calidad precio.

b. Amabilidad y agilidad en el servicio.

c. Ambiente limpieza y cuidado del establecimiento.

d. Sin quejas.

11. ¿Cuánto suele gastar con su pareja cuando sale a comer incluyendo bebidas?

a. Entre 25\$ a 30\$

b. Entre 31\$ a 35\$

c. Entre 36\$ a 40\$

d. Entre 41\$ a 45\$

e. Más de 46\$

2.2.5 Tabulación de resultados.

Para la elaboración de la siguiente encuesta se utilizó el software de encuestas y formularios de google, que permite desarrollar y tabular gratuitamente la cantidad necesaria de encuestas.

Imagen #1

Menú de edición de la encuesta.

Estudio de mercado.

Estimado Sr. / Sra.,
La finalidad de la siguiente encuesta es la de recopilar información para un estudio de mercado en el área de restaurantes, para determinar la posible aceptación de una tendencia de servicio dentro de un restaurante.

1. Indique su género.*

- F
- M

2. Dentro de los siguientes grupos por favor indique su edad.*

- Entre 18 y 22 años
- Entre 23 y 27 años
- Entre 28 y 32 años
- Entre 33 y 37 años
- 38 en adelante

3. ¿Conoce o ha escuchado usted algo sobre la cocina de autor?*

- Si
- No

Elaborado por el autor.

Imagen #2

Menú de edición de la encuesta.

5. ¿Cuál sería su opinión con respecto a un restaurante exclusivo para parejas?*

- Positiva.
- Neutral.
- Negativa.

6. ¿Qué tan atractiva le resulta la idea de compartir un menú diseñado para dos dentro de un restaurante?*

- Muy atractiva.
- Atractiva
- Neutral
- Negativa

7. Usted como consumidor ¿con cuánta frecuencia al mes visita sus restaurantes favoritos?*

- a. Menos de tres veces al mes.
- b. 4 a 5 veces al mes.
- d. Visita eventualmente diferentes restaurantes y no tiene uno favorito.

8. ¿Qué días en la semana dedica usted a compartir en restaurantes con su pareja? Seleccione máximo 4 alternativas.*

- Lunes.
- Martes.
- Miércoles.
- Jueves.
- Viernes.

Elaborado por el autor.

Imagen #3

Menú de edición de la encuesta.

Estudio de mercado. Resuestas (250+) Herramientas Complementos Ayuda Todos los cambios guardados en Drive

Enviar formulario

Editar preguntas Cambiar tema Ver respuestas Ver el formulario publicado

Jueves.
 Viernes.
 Sábado.
 Domingo.

9. Durante la semana ¿Qué horario prefiere usted para salir a comer con su pareja?*

Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm
 Horario de cena ente las 7pm a 11pm
 Otros.

10. Hablando de malas experiencias en restaurantes; ¿Cuál de las siguientes alternativas sería la causa para que usted deje de frecuentar un establecimiento?*

Relación calidad precio.
 Amabilidad y agilidad en el servicio.
 Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.

¿Cuánto suele gastar con su pareja cuando sale a comer incluyendo bebidas?

Entre 25\$ a 30\$
 Entre 31\$ a 35\$
 Entre 36\$ a 40\$
 Entre 41\$ a 45\$
 Más de 46\$

Elaborado por el autor.

Imagen #4

Hoja de Excel respuestas de la encuesta.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Marca temporal	1 Indique su género	2 Dentro de los siguiente 3 ¿Conoce o ha escuchado	4 ¿Estaría usted de acuerdo	5 ¿Cuál sería su opinión	6 ¿Qué tan atractiva le	7 Usted como consumidor ¿con	8 ¿Qué días en la semana dedica a compartir	
3	2/5/2015 9:02:07 M	Entre 28 y 32 años	No	Si	Positiva.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Domingo.	
4	2/5/2015 15:02:06 M	38 en adelante	Si	Si	Positiva.	Atractiva	a. Menos de tres veces al mes.	Domingo.	
5	2/6/2015 12:35:56 M	Entre 23 y 27 años	Si	Si	Neutral.	Atractiva	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves.	
6	2/20/2015 18:27:19 M	Entre 33 y 37 años	No	Neutral	Positiva.	Atractiva	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves.	
7	2/6/2015 10:21:00 M	38 en adelante	Si	Si	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves.	
8	2/6/2015 18:10:35 F	Entre 23 y 27 años	No	Si	Positiva.	Atractiva	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves, Sábado	
9	2/5/2015 8:35:04 M	Entre 23 y 27 años	No	Si	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado	
10	2/5/2015 9:36:51 M	Entre 18 y 22 años	No	Si	Positiva.	Atractiva	b. 4 a 5 veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado	
11	2/6/2015 12:03:31 M	Entre 23 y 27 años	Si	Si	Positiva.	Muy atractiva.	d.Visita eventualmente diferentes	Jueves, Viernes, Sábado	
12	2/5/2015 12:58:19 M	Entre 23 y 27 años	Si	Si	Positiva.	Muy atractiva.	b. 4 a 5 veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado	
13	2/5/2015 13:07:45 M	Entre 23 y 27 años	No	Neutral	Neutral.	Atractiva	b. 4 a 5 veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
14	2/5/2015 16:52:02 M	Entre 23 y 27 años	Si	Si	Neutral.	Atractiva	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
15	2/5/2015 3:35:22 F	Entre 23 y 27 años	No	Neutral	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
16	2/6/2015 8:05:26 F	Entre 23 y 27 años	No	Si	Positiva.	Muy atractiva.	b. 4 a 5 veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
17	2/5/2015 14:04:36 F	Entre 23 y 27 años	No	Neutral	Neutral.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
18	2/5/2015 19:12:23 F	Entre 23 y 27 años	No	Si	Positiva.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
19	2/5/2015 12:04:42 F	Entre 18 y 22 años	Si	Si	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
20	3/12/2015 20:08:47 F	Entre 18 y 22 años	No	Neutral	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
21	2/5/2015 8:31:25 F	Entre 28 y 32 años	Si	Si	Positiva.	Muy atractiva.	b. 4 a 5 veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
22	3/11/2015 19:55:06 M	Entre 28 y 32 años	No	Si	Neutral.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
23	2/18/2015 14:07:21 M	Entre 18 y 22 años	Si	Si	Positiva.	Muy atractiva.	b. 4 a 5 veces al mes.	Jueves, Viernes, Sábado, Domingo	
24	2/6/2015 8:19:54 M	Entre 18 y 22 años	Si	Si	Neutral.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Lunes, Jueves, Viernes	
25	2/5/2015 20:25:33 M	Entre 18 y 22 años	Si	Neutral	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Lunes, Jueves, Viernes, Sábado	
26	3/12/2015 20:10:36 F	Entre 18 y 22 años	No	Neutral	Positiva.	Muy atractiva.	d.Visita eventualmente diferentes	Lunes, Jueves, Viernes, Sábado	
27	3/12/2015 20:07:01 M	Entre 28 y 32 años	Si	No	Positiva.	Muy atractiva.	a. Menos de tres veces al mes.	Lunes, Jueves, Viernes, Sábado	
28	3/13/2015 19:27:16 F	Entre 28 y 32 años	Si	No	Neutral.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Lunes, Martes, Jueves, Sábado	
29	3/13/2015 19:30:20 F	Entre 28 y 32 años	Si	No	Positiva.	Muy atractiva.	b. 4 a 5 veces al mes.	Lunes, Martes, Jueves, Sábado	
30	2/12/2015 8:57:00 F	Entre 28 y 32 años	No	Si	Positiva.	Muy atractiva.	d.Visita eventualmente diferentes	Lunes, Martes, Jueves, Sábado	
31	2/14/2015 12:06:42 F	Entre 23 y 27 años	No	Si	Positiva.	Atractiva	d.Visita eventualmente diferentes	Lunes, Martes, Jueves, Sábado	
32	2/19/2015 19:58:10 F	Entre 28 y 32 años	Si	Si	Positiva.	Atractiva	a. Menos de tres veces al mes.	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves	

Elaborado por el autor.

Imagen #5

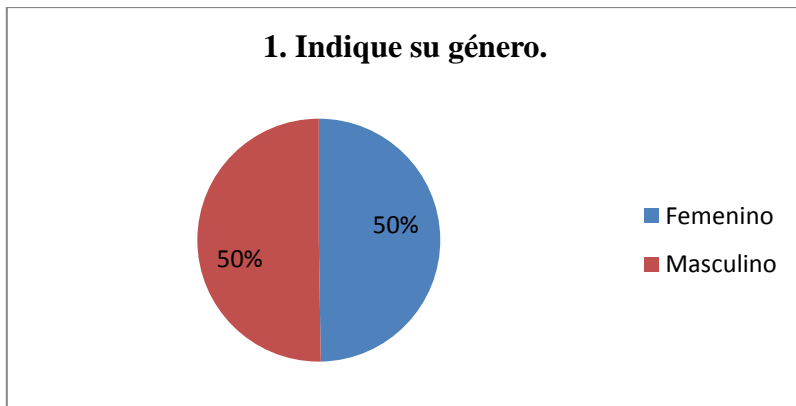
Hoja de Excel respuestas de la encuesta.

	F	G	H	I	J	K	L	M
17	5. ¿Cuál sería su opinión	6. ¿Qué tan atractiva le	7. Usted como consumidor ¿con	8. ¿Qué días en la semana dedica usted a comparti	9. Durante la semana ¿Qué horario prefer	10. Hablando de malas experiencias en restaurantes, ¿cu	¿Cuánto suele gastar con su pare	
217	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Entre 255 a 305	
218	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Entre 315 a 355	
219	Neutra	Atractiva	b 4 a 5 veces al mes.	Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Más de 465	
220	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Más de 465	
221	Positiva	Neutra	d Visita eventualmente diferentes r	Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Más de 465	
222	Positiva	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Sábado, Domingo.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 255 a 305	
223	Positiva	Muy atractiva.	b 4 a 5 veces al mes.	Sábado, Domingo.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Entre 315 a 355	
224	Neutra	Atractiva	b 4 a 5 veces al mes.	Sábado, Domingo.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 365 a 405	
225	Positiva	Muy atractiva.	b 4 a 5 veces al mes.	Sábado, Domingo.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 365 a 405	
226	Neutra	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Entre 255 a 305	
227	Neutra	Neutra	a Menos de tres veces al mes.	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Entre 255 a 305	
228	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 315 a 355	
229	Positiva	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 315 a 355	
230	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Entre 315 a 355	
231	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 365 a 405	
232	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 415 a 455	
233	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Más de 465	
234	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Más de 465	
235	Neutra	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 255 a 305	
236	Neutra	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Entre 255 a 305	
237	Neutra	Atractiva	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Entre 255 a 305	
238	Neutra	Atractiva	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 315 a 355	
239	Neutra	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Entre 315 a 355	
240	Neutra	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Entre 315 a 355	
241	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 365 a 405	
242	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 365 a 405	
243	Neutra	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 365 a 405	
244	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Entre 365 a 405	
245	Neutra	Neutra	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Entre 365 a 405	
246	Positiva	Muy atractiva.	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 415 a 455	
247	Positiva	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Más de 465	
248	Positiva	Muy atractiva.	b 4 a 5 veces al mes.	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Ambiente, limpieza y cuidado del establecimiento.	Más de 465	
249	Positiva	Muy atractiva.	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Relación calidad precio.	Más de 465	
250	Positiva	Atractiva	a Menos de tres veces al mes.	Viernes, Sábado, Domingo.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 255 a 305	
251	Neutra	Atractiva	d Visita eventualmente diferentes r	Viernes, Sábado, Domingo.	Horario de almuerzo entre 12pm a 3pm	Amabilidad y agilidad en el servicio.	Entre 255 a 305	

Elaborado por el autor.

Grafico # 1.

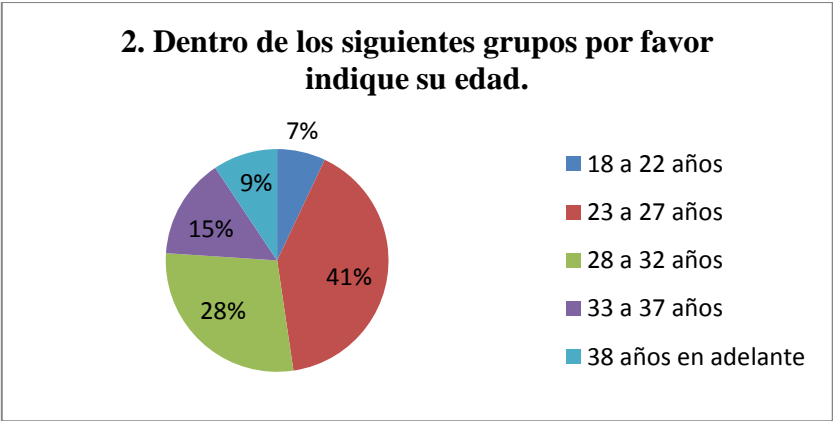
Pregunta #1.



Elaborado por el autor.

Grafico #2.

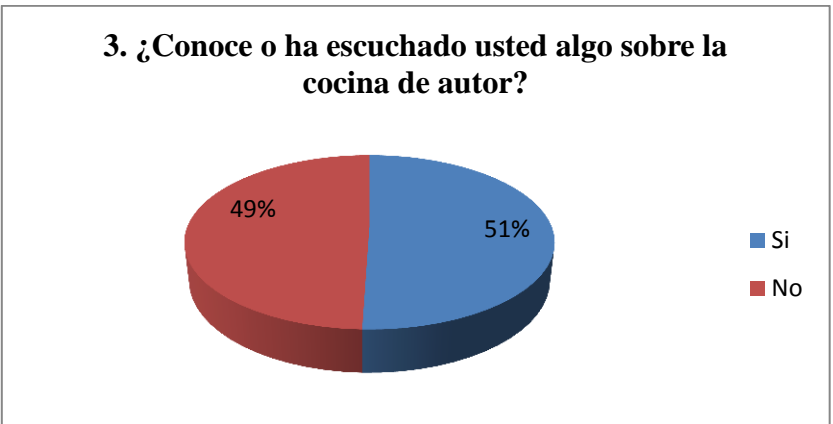
Pregunta #2.



Elaborado por el autor.

Grafico #3.

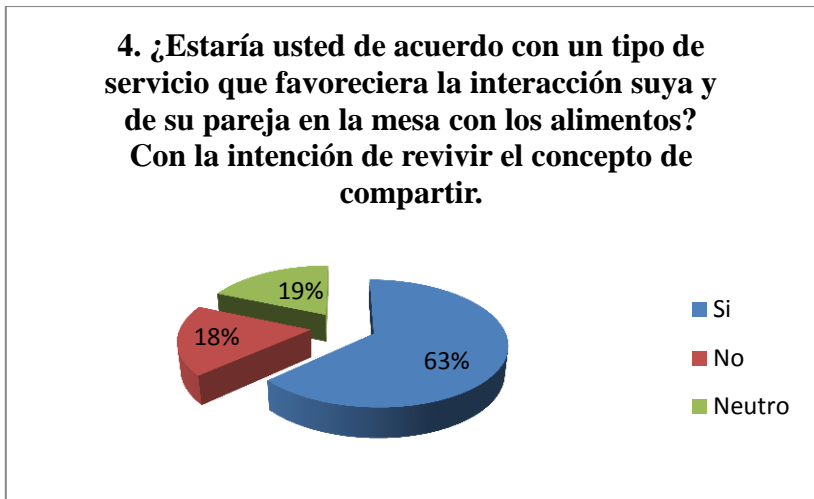
Pregunta #3.



Elaborado por el autor.

Grafico #4.

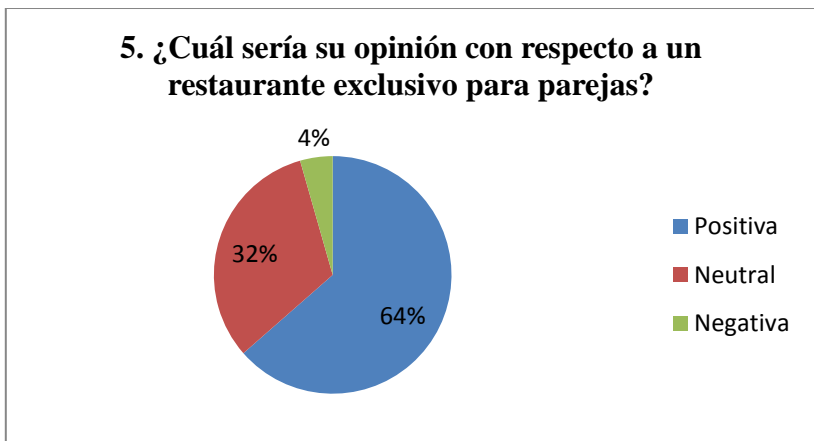
Pregunta #4.



Elaborado por el autor.

Grafico #5.

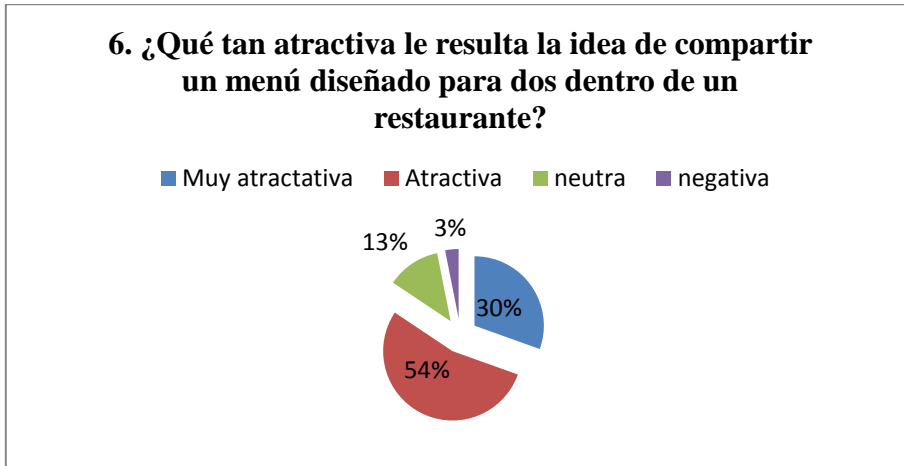
Pregunta #5.



Elaborado por el autor.

Grafico #6.

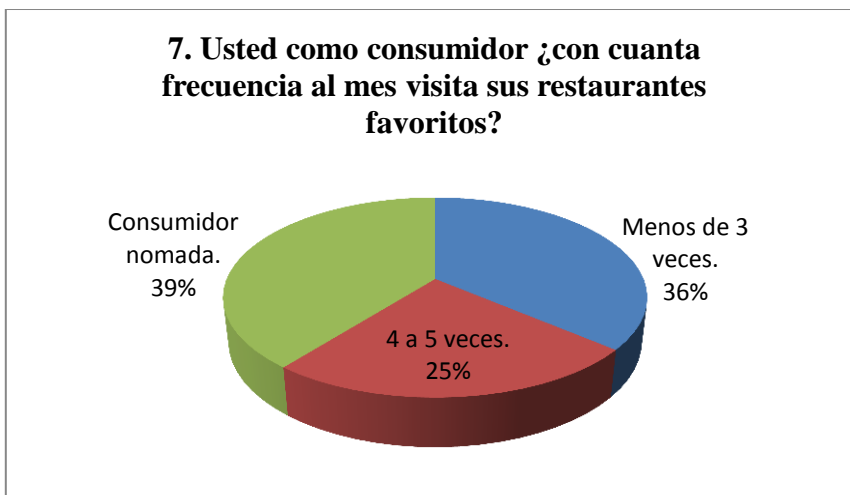
Pregunta #6.



Elaborado por el autor.

Grafico #7.

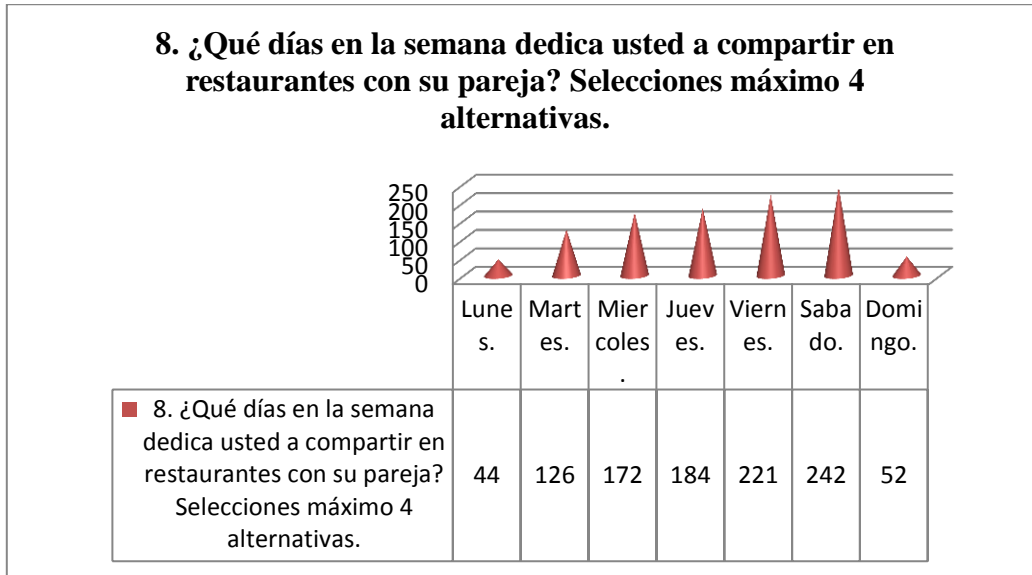
Pregunta #7.



Elaborado por el autor.

Grafico #8.

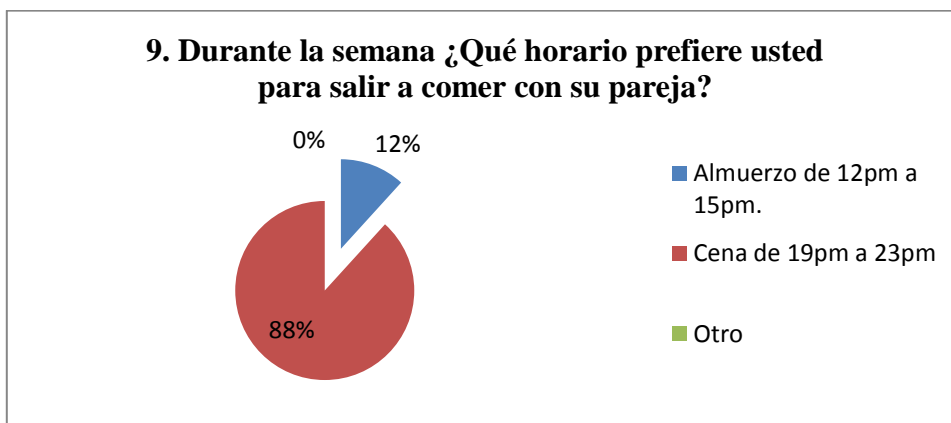
Pregunta #8.



Elaborado por el autor.

Grafico #9.

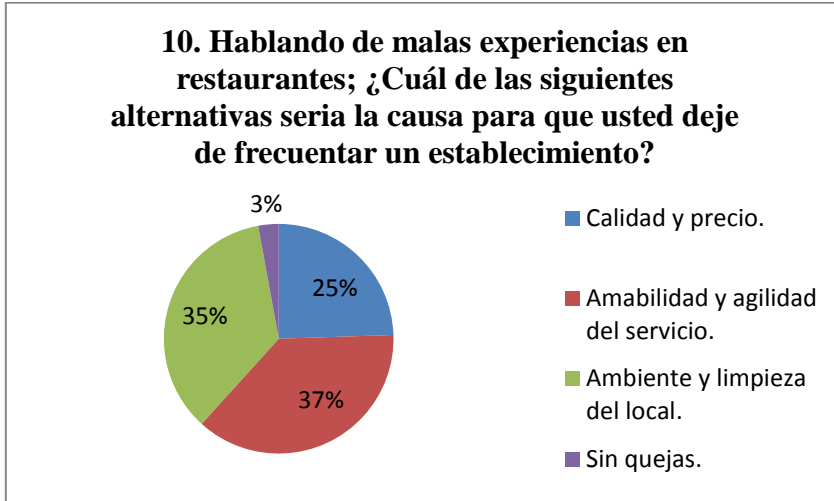
Pregunta #9.



Elaborado por el autor.

Grafico #10.

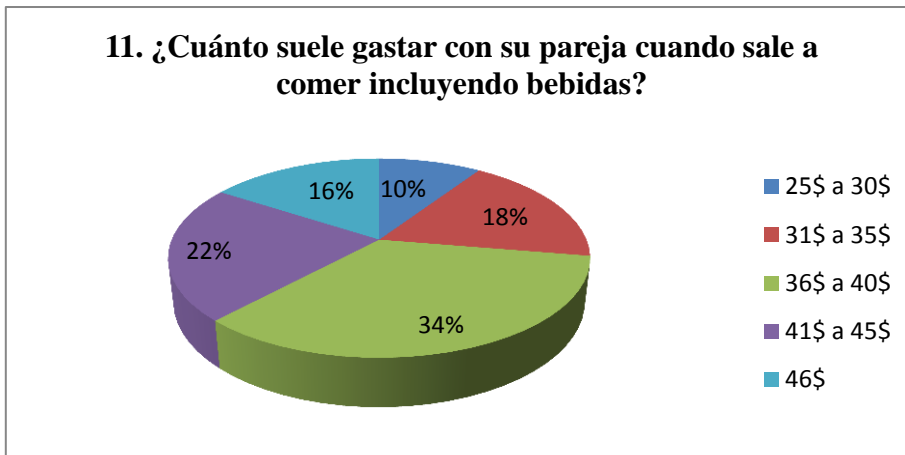
Pregunta #10.



Elaborado por el autor.

Grafico #11.

Pregunta #11.



Elaborado por el autor.

Conclusiones de la encuesta realizada.

De un total de 384 individuos cuestionados, los resultados arrojados de las encuestas realizadas indican lo siguiente:

Con la intención de diseñar un horario de atención las respuestas de la encuesta indique que los días de mayor popularidad a lo largo de la semana van de martes a sábado en horario de nocturno, de 19 a 23 horas.

Los promedios de consumo puestos en cuestión, detallados en el siguiente cuadro:

Tabla #3

Rango de consumo.	Cantidad de votos.
Entre 25\$ a 30\$	36
Entre 31\$ a 35\$	70
Entre 36\$ a 40\$	132
Entre 41\$ a 45\$	86
46\$ en adelante.	61

Elaborado por el autor.

El resultado obtenido en esta pregunta es el esperado ya que uno de los objetivos de la empresa es vender menús para dos dentro de ese rango de precios.

Con respecto a la idea planteada en la encuesta sobre la venta de menús para compartir entre dos, el 30% de los cuestionados muestra gran optimismo frente a esta

posibilidad, mientras que un 54% muestra interés sobre la misma idea, a un 13% le resulta irrelevante, mientras que un mínimo 3% indica estar en contra de esta idea.

Haciendo referencia a la cantidad de veces que los encuestados acostumbran realizar una recompra los resultados indican lo siguiente; El 39% en un mes prefiere visitar diferentes establecimientos, seguido del 36% de encuestados que acostumbra visitar un máximo de 3 veces al mes el mismo establecimiento, finalizando con el 25% restante que indica tener el habito de visitar su establecimiento favorito entre 4 a 5 veces por mes.

Haciendo mención ah inconformidades dentro de un establecimiento, se cuestionaron los siguientes parámetros para identificar cuáles son los de mayor popularidad a la hora del servicio.

Tabla #4

Problemas inconvenientes	Cantidad de votos
Relación calidad precio.	94
Amabilidad y agilidad del servicio.	143
Ambiente, limpieza y cuidado de establecimiento	136
Sin quejas	11

Elaborado por el autor.

Los resultados indican que tanto servicio como ambiente y limpieza son aspectos de suma importancia para mantener al cliente satisfecho, sin descuidar obviamente la calidad del producto ofertado.

Con respecto a la aceptación del concepto de restaurante para parejas, planteado en la encuesta, el 64% de los encuestados demostró su aceptación por la idea, un 32% indica una postura neutra con respecto a esta interrogante, mientras que un mínimo 4% indica negación frente a la misma.

Otra pregunta importante plantea la idea de un servicio que favorezca la interacción en mesa con la intención de revivir el concepto de compartir, los resultados indican que un 63% está de acuerdo con la idea planteada, un 18% dice estar en contra de la misma, mientras que al 19% restante le resulta irrelevante.

Datos adicionales obtenidos en la encuesta realizada:

Haciendo referencia al tipo de cocina planteado para el proyecto, cocina de autor un 51% dice conocer o haber escuchado de la misma, mientras que el 49% restante no conoce la misma.

Con respecto al rango de edades de los encuestados.

Tabla #5

Rango de edades.	Cantidad de encuestados
18 a 22 años.	27
23 a 27 años	156
28 a 32 años	109
33 a 37 años	56
38 años en adelante.	36

Elaborado por el autor.

Del total de 384 entrevistados 191 son mujeres mientras que los 193 restantes son de género masculino.

2.3 ESTUDIO DE LA OFERTA.

⁴Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, autores del libro "Marketing", plantean la siguiente definición de oferta de marketing: "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

⁴ Definición obtenida de la siguiente fuente (Kotler, 2001)

2.3.1. Descripción y análisis de competidores.

Esta etapa del proyecto está dedicada a identificar los posibles competidores directos de la empresa, teniendo en cuenta el concepto de atención a parejas con un servicio que favorezca la interacción no solamente entre los comensales, sino también con los alimentos.

Considerando un tipo de servicio dinámico y diferente destacan establecimientos como (Tanoshii), (Baalbek), (Maki), (Voila) entre otros más, estos locales se diferencian por dar protagonismo en sus cartas a la idea de compartir en la mesa, teniendo menús especialmente preparados para facilitar este concepto, pero no por esto pueden categorizarse con restaurantes para parejas.

Dentro de los límites de la urbanidad capitalina existen un total de “22 restaurantes categorizados como románticos” (TripAdvisor, S/F) dentro de una de las más famosas guías on-line para viajeros y amantes de la buena comida, pero siguen siendo locales abiertos a todo público.

2.4 ANALISIS COMPETITIVO.

Es este el momento donde se estudia a la oferta existente así también su funcionamiento con la finalidad de encontrar debilidades que puedan ser utilizada en beneficio de la empresa, factores por los cuales destacar sobre los demás competidores.

2.4.1 Análisis según ventajas competitivas.

Muchas veces la popularidad de un restaurante recae en la popularidad de su tipo de cocina o de lo popular que resulto llegar a ser luego de un periodo de tiempo, la cocina Italiana quizá una de las más famosas a nivel mundial sobresaldrá

en un entorno rodeado de cocinas más complejas o menos conocidas, siendo su popularidad su mayor ventaja competitiva.

Hablando de las ventajas que se plantea tener para este proyecto y corroborándolas con los resultados conseguidos en la encuesta “Ishkay comida para dos” entra en un mercado abarrotado de competidores de diferentes tipos o categorías, con una única intención, la de romper un mercado absolutamente saturado, enfocándose estratégicamente en brindar atención solamente a parejas, marcando un concepto totalmente nuevo en el país, brindando un espacio y servicio dedicado a revivir el concepto de compartir entre dos, fortaleciendo esta teoría con un servicio dinámico que involucre la participación de los comensales en su propio servicio con la intención única de amenizar la velada reviviendo sensaciones que solo se pueden experimentar al momento de compartir.

Transmitiendo la ideología de que no hace falta que sea una ocasión especial para hacerlo, el día a día puede convertirse en una abrumadora carga de tensiones, un espacio para relajarse, compartir y disfrutar se puede convertir en la ocasión especial que muchos buscan para desconectarse un par de horas.

Dentro de este espacio la idea que mejor se adapta a al concepto de compartir es la de proveer a los clientes una variedad de menús diseñados justamente para compartirlos en mesa, es de suma importancia recordarle a la clientela que el establecimiento es el encargado de brindar el ambiente, espacio y alimentos, el resto depende únicamente de ellos.

FODA.

“En el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, Análisis FODA, se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo de la empresa, que inciden sobre su quehacer interno,

ya que potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la Misión institucional.” (Ramirez, 2009)

Análisis FODA.

1. Fortalezas:	2. Oportunidades:
1. Personal capacitado según intereses de la empresa.	1. Segmento de mercado mal atendido que busca exclusividad y buen trato.
2. Concepto enfocado a un segmento de mercado específico.	2. Buen nivel de consumo en el mercado seleccionado.
3. Ambiente, calidad de producto y servicio enfocados al mercado meta.	3. Poca competencia a nivel de tipo de cocina.
4. Manuales operativos, normas NTE INEN 2008, para garantizar el correcto desempeño de las tareas.	4. Un servicio personalizado que aumente la popularidad del establecimiento.
3. Debilidades:	4. Amenazas:
1. Precio de venta bajo, bajo margen de rentabilidad.	1. Número de competidores existentes.
2. Presupuesto de trabajo limitado.	2. No aceptación del concepto.
3. Poca rotación de mesas causada por el tiempo de servicio.	3. Sobre valoración de arriendos en las zonas pensadas para el establecimiento.
4. Carta de menú que limite las opciones de los clientes.	4. Constante variación en el costo de insumos y materia prima.

Elaborado por el autor.

Cuadro de estrategias.

ESTRATEGIAS FO.	ESTRATEGIAS DO.
E1 (O1) Al dedicar la atención únicamente a parejas lograr un servicio personalizado, con un ambiente íntimo y acogedor resultara muy sencillo.	E1 (D1) Sacar provecho a los bajos precios para incitar a los clientes a consumir más extras como bebidas y aumentar el total de las cuentas.
E2 (O2) Aprovechar los hábitos de consumo del mercado meta, al salir en parejas los consumidores tienden a gastar más.	E2 (D2) realizar un estimado de stock mínimos y máximos para trabajar con lo necesario y aprovechar el presupuesto al máximo minimizando derroches y mermas.
E3 (O3) Al no existir todavía competencia directa en este concepto se pretende un dominio de mercado.	E3 (D3) Establecer como meta en el personal de servicio aumentar la venta de bebidas adicionales cuando las mesas hayan terminado sus consumos y permanezcan en el establecimiento.
E4 (O4) Aprovechar las ventajas competitivas servicio, ambiente, precio y aumentar la popularidad del establecimiento.	E4 (D4) Motivar a los clientes a consumir los menús sobre las opciones a la carta con la intención de aumentar la rotación de productos.
ESTRATEGIAS FA.	ESTRATEGIAS DA.
E1 (A1) Usando las ventajas competitivas en favor del establecimiento para lograr permanencia en la mente del consumidor y destacar sobre el resto de la variada oferta.	E1 (A1) En beneficio del mercado meta seleccionado convertir en una ventaja competitiva las debilidades de la oferta existente.
E2 (A2) Cubrir de mejor manera las necesidades del mercado meta con la finalidad de asegurar la aceptación y fidelización.	E2 (A2) En caso de no tener la acogida esperada, modificar aspectos como tipo de comida, o ser flexibles al limitar la atención solo a parejas, con la intención de incrementar las ventas.
E3 (A3) Cumplir con todas las regulaciones establecidas por autoridades locales, y llevar un control organizado sobre las mismas para evitar sanciones y clausuras.	E3 (A3) Plantear una buena negociación por el local y detallarla en un contrato para evitar o minimizar alzas inesperadas en el valor del arriendo.
E4(A4) Trabajar en los costos con un porcentaje que permita absorber estas variaciones sin afectar el precio de venta final.	E4 (A4) Realizar periódicamente una revisión de costos en las recetas para verificar su rentabilidad.

Elaborado por el autor.

Resumiendo el capítulo, con los datos obtenidos en la encuesta realizada está confirmada la aceptación del proyecto, mayoritariamente en el público encuestado, así mismo se recopilaron datos importantes que reflejan el promedio de consumo, horarios y días preferidos para salir, incluso existe un reflejo de que el tipo de cocina que se plantea para el proyecto todavía es desconocida para muchos de los encuestados.

De igual manera revisando datos históricos de entidades estadísticas está claro el tipo de competencia que podría de igual manera captar un mismo mercado objetivo pero bajo diferentes circunstancias, la principal fortaleza de este proyecto está en la sencillez de su concepto.

CAPITULO 3.

Como parte del estudio técnico, en el presente capítulo se van a detallar en concreto características específicas del proyecto, y su relación de relevancia con el mismo, también se analizará un sector o ubicación idónea para el establecimiento, tomando en cuenta los parámetros mencionados en el capítulo anterior.

Detallar los servicios y productos ofertados dentro del establecimiento, la relevancia de los mismos con relación al concepto o temática planteada, opiniones criterios de personas entrevistadas con respecto al proyecto, y las recetas estándar para el primer año de funcionamiento del establecimiento.

Con un plan de comunicación desarrollado meticulosamente se prevé la difusión del concepto y servicio ofertado al mercado meta seleccionado, con la finalidad de lograr la permanencia en la mente del consumidor a la hora de buscar alternativas para salir a comer en pareja.

3 ESTUDIO TECNICO..

“El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.” (Facultad de economía UNAM, 2001)

3.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACION DEL PROYECTO.

3.1.1 Macro localización.

“La macro localización es la localización general del proyecto, decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región.” (Universidad Pedagógica Nacional, 2012)

Se plantea para su ejecución la provincia de Pichincha, específicamente la ciudad de Quito, debido a la fuerte cultura de consumo existente en la ciudad, así como un creciente mercado que día a día busca una propuesta gastronómica distinta con la finalidad de romper una rutina culinaria.

3.1.2 Micro localización.

“Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

“En la micro localización deben tomarse varios aspectos importantes como la localización urbana, suburbana o rural para el transporte del personal, disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y de las carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones locales Impuestos, tamaño del sitio, forma del sitio, características topográficas del sitio, así como condiciones del suelo en el sitio, entre otras cuestiones.” (Universidad Pedagógica Nacional, 2012)

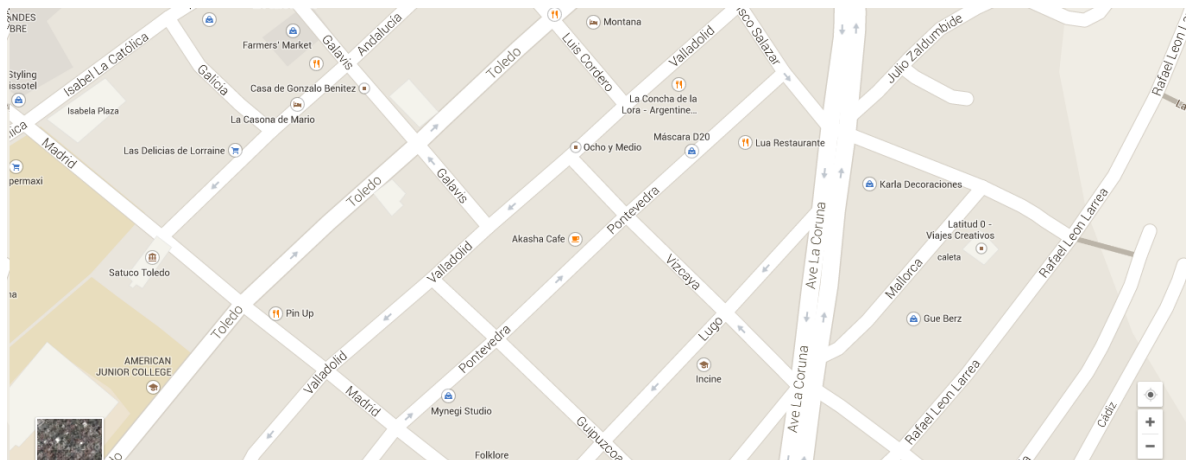
Dentro de la ciudad de Quito existen diferentes sectores que poco a poco se han convertido en favoritos para la apertura de restaurantes, al punto de llegar

concentrar en una misma cuadra una gran variedad de ofertas, convulsionado espacios en las horas pico de servicio y atención.

Debido a la naturaleza de este proyecto se han considerado dos sectores como indicados para la aplicación del mismo; sector La Floresta entre la Av. Isabela Católica, y Av. la Coruña. Y sector Av. Brasil, entre las calles Mariano Echeverría y Buoguer.

Imagen # 6

Mapa sector La Floresta



Fuente: (Googlemaps)

Este sector es considerado por su atractiva arquitectura donde todavía se pueden apreciar edificaciones de la época colonial, una oferta moderada de restaurantes y la popularidad misma del sector al ser considerado uno de los barrios tradicionales de la capital.

Imagen # 7

Mapa sector Av. Brasil.



Fuente: (Googlemaps)

El sector de la Av. Brasil ha sido considerado por ser una zona residencial, la baja cantidad de oferta y competencia de restaurantes, facilidad de accesos.

3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS.

3.2.1 Productos ofertados.

Buscando diferenciarse de los demás restaurantes al momento de desarrollar y elaborar una carta; ofrecer menús integrados por una entrada, o sopa, un plato fuerte, postre y un par de copas de vino, convirtiendo este conjunto de platos el principal atractivo del restaurante, este menú estará diseñado para compartirlo entre dos con porciones calculadas para ello.

Sin dejar de lado la costumbre de una carta abierta, donde se incluirán los mismos platos descritos en el menú para dos, dispuestos a la venta por separado.

La carta deberá estar conformada por 5 menús para asegurar una rotación permanente de los productos, con la intención de actualizar la carta se prevé renovar las alternativas de menú trimestralmente, cerrando el año con una selección de los menús de mayor popularidad durante los 3 trimestres anteriores.

El desarrollo de cada menú presentara una combinación de propuestas gastronómicas, yendo desde simples y tradicionales preparaciones, hasta llegar a los platos fuertes donde la cocina de autor tendrá su máximo protagonismo.

3.2.2 Niveles del producto.

“Definimos al producto como un satisfactor de necesidades y deseos. Para cumplir este rol, el producto va agregando valor para convertirse en objeto de deseo de los consumidores. Cada nivel de producto es un agregado de valor, que en su conjunto conforman la oferta de valor que adquiere el consumidor.” (Cueto, 2012)

“La pirámide de Maslow es una teoría psicología propuesta por Abraham Maslow en su obra: una teoría por la motivación humana de 1943, que posteriormente amplió. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados.” (Parada, 2009)

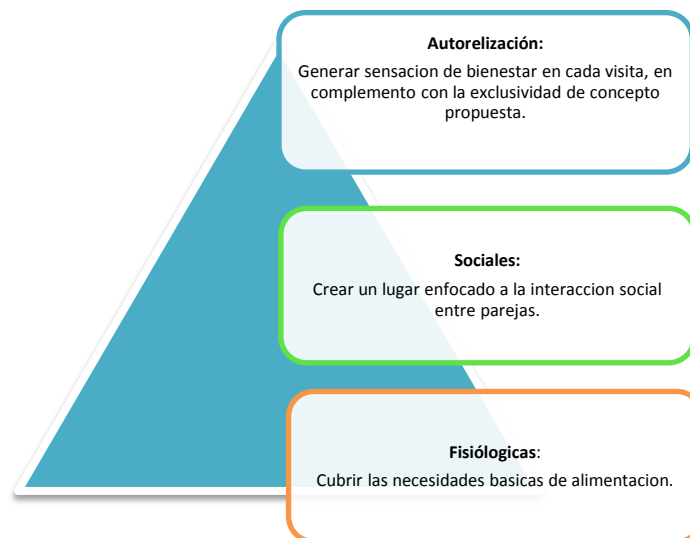
Imagen #8
Pirámide de Maslow.



(www.mundoadministrativo.net, 2013)

Grafico #12

Aplicación de la jerarquía de necesidades de Maslow para el proyecto.



Elaborado por el autor.

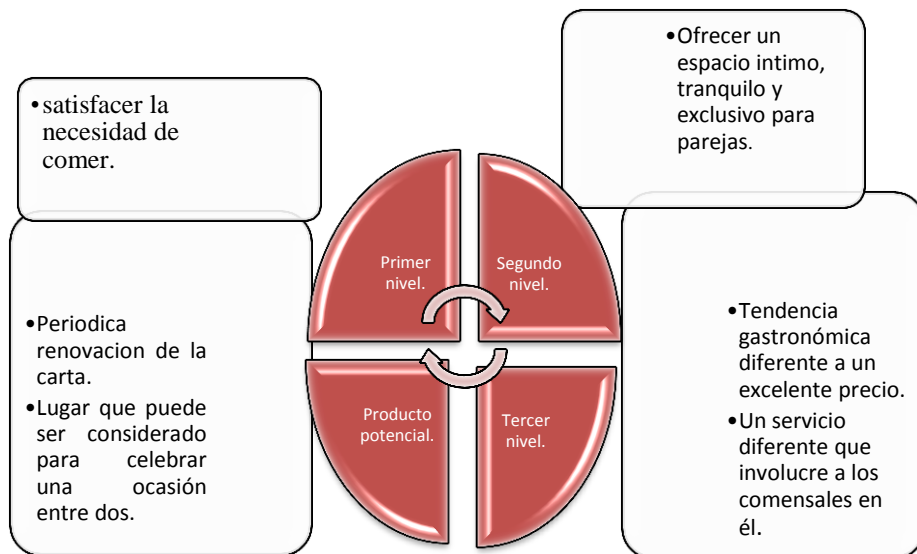
En esta grafica se detallan cuáles serían según la teoría de Maslow las necesidades que el establecimiento pretende satisfacer en los clientes, tenemos las fisiológicas, debido a su función como restaurante los clientes salen en busca de comida

Siguiendo la escala de jerarquías, las siguientes en ser cubiertas son las jerarquías sociales debido a que los restaurantes no solo brindan el servicio de comidas sino un espacio destinado a compartir y socializar ya sea en grupos o en el caso de este proyecto en parejas.

Para terminar con las jerarquías, de esta teoría el objetivo de este proyecto lograr un nivel de exclusividad buscando llamar la atención mayor número de clientes, todo esto en complemento con un espacio y ambiente acogedor para satisfacer el ultimo nivel de la teoría de Maslow, el de la autorrealización, por el simple gusto de poder estar allí en pareja.


Grafico #13


Niveles del producto.





Elaborado por el autor.


3.2.3 Recetas estándar


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA Nº		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
1		Carpaccio de manzana, salsa camembert y polvo de nueces.		Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Fruta laminada, cubierta con una salsa cremosa con base de queso camembert, y una textura crocante que aportan las nueces.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTES							
Nueces	KG	0,005	1	6,40	0,03	1. Fundir el queso junto con la miel de abeja y leche, agregar un poco de sal y nuez moscada. 2. Descorazonar, laminar la manzana en cortes de 5mm de espesor, agregar las nueces finamente picadas. 3. Bañar las manzanas con la salsa de camembert y miel.	
Nuez moscada	KG	0,008	1	6,70	0,05		
Sal	KG	0,010	1	0,90	0,01		
Miel	KG	0,035	1	9,00	0,32		
Maicena	KG	0,007	1	1,85	0,01		
Pimienta	KG	0,015	1	3,00	0,05		
VEGETALES							
Manzana	UNIDAD	0,150	1	0,25	0,04		
LÁCTEOS							
Camembert	LITRO	0,080	1	15,77	1,26		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	1,77		
Sumergir las manzanas laminadas en agua y limón para prevenir la oxidación.				ESPECIAS	0,05		
				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	1,94		
				PVP	3,09		
PUNTOS CRITICOS							
Fundir el queso a 40°C durante 2 minutos para que no se separe la parte grasa del mismo.							
METODOS		TECNICAS					
Laminado		Aromatizado.					
		Triturado					


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA Nº	NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES				
2	Camarones al pesto, y morrones asados	Entrada	1				
ARGUMENTACION TECNICA		FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO					
Entrada de camarones salteados, variacion de salsa pesto perfumada con ajonjolí, morrones asados a fuego directo y marinados en ajo y aceite de oliva.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
MARISCOS							
Camaron	KG	0,125	1	12,00	1,50	1. Asar los morrones, pelarlos, marinarlos con pimienta negra ajo y aceite de oliva. 2. Elaborar la salsa pesto de casa, y reservar. 3. Saltear los camarones durante 3 minutos por lado, hasta lograr un color rojo intenso, y una textura firme. 4. Montar en un plato 2 montones de camarones, y 2 montones de morrones asados, cubrir los mariscos con la salsa pesto.	
ABARROTES							
aceite de oliva	KG	0,040	1	5,20	0,21		
pimienta	KG	0,015	1	3,00	0,05		
salsa pesto	KG	0,080	1	0,60	0,05		
sal	KG	0,015	1	0,90	0,01		
VEGETALES							
pimiento rojo	KG	0,070	1	3,20	0,22		
pimiento amarillo	KG	0,070	1	3,50	0,25		
NOTAS OBSERVACIONES			SUBTOTAL COSTO		2,28		
Luégo de asar los morrones en el fuego mantenerlos en una bolsa plastica un par de minutos para facilitar la pelada.			ESPECIAS		0,07		
			COSTO POTENCIAL		0,30		
			COSTO RECETA		2,51		
			COSTO PORCIÓN		3,32		
PUNTOS CRITICOS							
Cocinar los camarones 3 minutos por lado para mantener una textura agradable.							
METODOS	TECNICAS						
Salteado.	Perfumado.						
Asado a fuego vivo.	Licuado.						


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA Nº		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
3		Dips de zuquini y masa artesanal		Entradas	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Masa de la casa horneada y gratinada acompañada de una salsa cocida de vegetal, y aceite de oliva.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Previamente hornear la masa cortada en tiras de 6cm por 2cm, a temperatura media 160°C, retirar del horno cuando estén tomando un color dorado, cubrir con queso parmesano y hornear nuevamente durante 2 minutos más. 2. Regenerar la salsa previamente elaborada a temperatura media 60°C y emplatar en un salsero.	
ABARROTES							
MASA ARTESANAL	KG	0,150	1	1,81	0,27		
VEGETALES							
DIP DE ZUQUINI	KG	0,200	1	0,98	0,20		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	0,47		
Pintar las tiras de masa con aceite y sal antes de hornear.				ESPECIAS	0,01		
Gratinar el queso solo si la masa no esta muy dorada.				COSTO POTENCIAL	0,30		
Conservar la masa cruda máximo 3 dias.				COSTO RECETA	0,51		
				pvp	0,68		
PUNTOS CRITICOS							
Temperatura de horneado 160°C durante 8 a 10 minutos.							
METODOS			TECNICAS				
Horneado.			Gratinado.				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA N°	NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES				
4	Brusquetas de pollo, kiwi y queso de hierbas.	Entradas	1				
ARGUMENTACION TECNICA		FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO					
Entrada con base en una cocción lenta en medio graso, base crocante de pan marcado en el grill, fruta picada pollo confitado en aceite de oliva y queso aromatizado con oregano gratinado.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS							
pechuga de pollo	KG	0,125	1	5,40	0,68	1. Previamente cortar la pechuga de pollo en tiras, hacer una confitura en aceite de oliva. Colocamos las tiras de pollo en una sartén y cantidad suficiente de aceite para cubrir la base del mismo. 2. Cocinar a temperatura media-baja entre 30 a 40°C durante 30 minutos para lograr una textura suave y jugosa. 3. Cortamos las tiras en láminas de 1 cm de grosor. 4. Cortamos 6 tiras de pan integral, marcamos en el grill, aparte cortamos un kiwi en brunoise fino y reservamos para el montaje. 5. Emplatado, montamos en las tiras de pan el kiwi, seguido del pollo confitado y un slice de queso de hierbas por cada porción, gratinamos durante 2 minutos y servimos.	
ABARROTES							
pan integral	MOLDE	0,045	0,25	1,20	0,22		
aceite de oliva	KG	0,150	1	5,30	0,80		
sal	KG	0,025	1	0,90	0,02		
pimienta	KG	0,015	1	3,00	0,05		
FRUTAS							
kiwi	KG	0,070	1	3,25	0,23		
LÁCTEOS							
tilsit de orégano	KG	0,070	1	13,00	0,91		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	2,89		
Pintar el pan con aceite de oliva antes de marcarlo en el grill.				ESPECIAS	0,09		
Preferiblemente usar un kiwi firme para que resulte mas fácil manipularlo.				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	3,18		
				COSTO PORCIÓN	4,20		
PUNTOS CRITICOS							
Controlar la temperatura de el aceite durante la confitura, importante no sobrepasar los 40°C							
METODOS			TECNICAS				
Marcar al grill.			Confitura en aceite.				
Gratinar.							


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
5		Tortillas de papa y camote, con carne mechada de borrego y miel de cerveza.		Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Entrada de carne de borrego, con guarnicion dulce salada de camote y papa acompañado con una reducción azucarada de cerveza.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS							
PIERNA DE BORREGO	KG	0,080	1	8,40	0,67	1. Hervir la carne de borrego en agua salada, y panela hasta que la pieza esta cocinada totalmente temperatura interna 65°C aproximadamente. 2. Luego con ayuda de un tenedor desmenuzar la pieza de carne. 3. Aparte en una sartén cocinar las tortillas de papas y camotes previamente elaborados para esta preparación necesitamos 4 unidades de 30gr cada una. 4. Previamente para el almíbar de cerveza vamos a preparar una reducción de cerveza nacional con azúcar hasta lograr un almíbar ligero. 5. Emplatar las tortillas decorar con hojas de rúcula y montar la carne junto a las tortillas, salsear con el almíbar de cerveza.	
ABARROTES							
TORTILLAS DE PAPA Y CAMOTE	KG	0,120	1	5,03	0,60		
ALMIBAR DE CERVEZA	LT	0,045	1	2,61	0,12		
VEGETALES							
RÚCULA	KG	0,030	1	4,50	0,14		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	1,53		
Luego de retirar la carne de la olla, dejar reposar unos minutos antes de desmenuzarla.				ESPECIAS	0,05		
				COSTO POTENCIAL	0,30		
Opcional, se puede agregar azúcar a las tortillas para formar una costra caramelizada durante la cocción.				COSTO RECETA	1,68		
				PVP	2,22		
PUNTOS CRITICOS							
Para esta receta la temperatura interna mínima es de 62 a 65°C							
METODOS			TECNICAS				
Hervido.			Caramelizado				
Reducción.							


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA Nº		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
6		Dados de pollo envueltos en masa de arroz y pure de pimientos.		Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Dados de pollo cocidos, envueltos en una masa de arroz, fritos acompañados con un pure de morrones rojos.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS							
PECHUGA DE POLLO	KG	0,150	1	5,40	0,81	1. Cortar la pechuga en porciones de 50gr, salpimentar y hervir durante 3 minutos, retirar de fuego y escurrir. 2. Aparte estirar la masa de arroz previamente elaborada y cubrir los cubos de pollo con esta masa. 3. Precalentar aceite y freir los cubos envueltos en la masa de arroz durante 5 minutos o hasta lograr un color dorado en todo el exterior. 4. Para decorar vamos a utilizar un puré de pimiento rojo elaborado previamente.	
ABARROTÉS							
MASA DE ARROZ	KG	0,125	1	2,60	0,33		
PURE DE PIMIENTOS	KG	0,080	1	5,75	0,46		
ACEITE	LT	0,100	1	1,20	0,12		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	1,72		
La primera cocción del pollo es para asegurarnos que el género esté totalmente cocido.				ESPECIAS	0,05		
				COSTO POTENCIAL	0,30		
Precalentar el aceite antes de sumergir las piezas de pollo para evitar que la masa se sature de aceite.				COSTO RECETA	1,89		
				PVP	2,49		
PUNTOS CRITICOS							
Temperatura para la fritura por inmersión en esta receta es de 80°C en adelante.							
Temperatura interna de coccion 75°C tiempo 5 a 8 minutos.							
METODOS			TECNICAS				
Hervido.			Fritura por inmersión.				
			Coccion a fuego directo.				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº		NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES		
7		Brochetas aire mar y tierra, con reduccion de balsamico y maracuyá.	Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Brochetas con variedad de generos, vegetales y futas cocidos en una plancha acompañado con una reduccion agridulce de maracuyá azucar y balsamico.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Armar las brochetas intercalando el cerdo, los camarones, el pollo y vegetales y frutas. 2. Reservar el tomate para los últimos minutos de cocción. 3. Para la reducción de maracuyá y balsámico mezclar el zumo junto con el vinagre en una olla, agregar azúcar y sal, dejar reducir un par de minutos y reservar hasta el final. 4. En una plancha bien caliente cocinar las brochetas durante unos 3 minutos por lado a fuego alto.
CÁRNICOS						
FALDA DE CERDO	KG	0,030	1	9,20	0,28	
PECHUGA DE POLLO	KG	0,030	1	5,40	0,16	
CAMARÓN	KG	0,030	1	12,00	0,36	
ABARROTES						
SAL	KG	0,015	1	0,90	0,01	
PIMIENTA	KG	0,010	1	3,00	0,03	
BROCHETAS	PAQUETE	4	50	2,10	0,17	
REDUCCIÓN DE MARACUYÁ	LT	0,040	1	6,82	0,27	
VEGETALES						
TOMATE CHERRY	KG	0,025	1	2,80	0,07	
MANGO	KG	0,020	1	2,00	0,04	
PIMIENTO VERDE	KG	0,020	1	1,30	0,03	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	1,42	
Colocar el tomate durante los últimos minutos de la cocción para evitar que se desahaga.				ESPECIAS	0,04	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
Guardar una distancia de medio centi metro entre géneros para controlar la cocción.				COSTO RECETA	1,56	
					2,06	
PUNTOS CRITICOS						
Verificar la cocción de los generos mediante textura y color.						
Temperatura interna de cocción del cerdo entre 65 a 70 °c						
Temperatura interna de cocción de pollo entre 75 °c						
METODOS		TECNICAS				
Cocción en plancha		Reducción.				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía				
FICHA Nº		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES			
8		Camarones en salsa de chocolate, hojas de menta y moras.		Entrada.	1			
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Camarones salteados bañados en una salsa cremosa de chocolate amargo, acompañados con moras y hojas de menta.								
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION		
MARISCOS								
CAMARONES	KG	0,180		1	12,00	2,16	1. Saltear los camarones a una temperatura alta entre 65 a 80°C en una sartén durante 5 minutos, reservar. 2. Trocear y fundir el chocolate junto con la crema de leche, agregar hojas de menta y un poco de sal. 3. Emplatarse los camarones, cubrir con la salsa de chocolate, agregar las moras cortadas en la mitad, y más hojas de menta.	
ABARROTES								
CHOCOLATE COBERTURA	KG	0,020		1	6,30	0,13		
SAL	KG	0,010		1	0,90	0,01		
VEGETALES								
MENTA	ATADO	0,010		1	1,30	0,01		
MORAS	KG	0,030		1	4,50	0,14		
LÁCTEOS								
CREMA DE LECHE	LITRO	0,020		1	4,20	0,08		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO		2,53		
Contral la coccion de los camarones, usar como guia el color y la textura de los mismos. No dejar que la crema de leche hierva, esto puede causar que se corte.				ESPECIAS		0,08		
				COSTO POTENCIAL		0,30		
				COSTO RECETA		2,78		
				PVP		3,67		
PUNTOS CRITICOS								
Temperatura máxima para fundir el chocolate 45°C								
Tiempo de coccion 5 a 8 minutos.								
METODOS		TECNICAS						
Salreado		Perfumado						
Fundido								


FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES		
9	Sopa de apio perfumada con clavo de olor.			Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Reduccion ligera de apio, perfumada con clavo de olor.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	1. Cocinar los tallos de apio junto con el azúcar y la sal durante 10 minutos, a fuego alto. 2. Licuar y colar la sopa, regresar a la olla. 3. Incrustar en una rama de apio los clavos agregar a la sopa licuada dejar que hierva nuevamente y retirar. 4. Añadir la crema de leche, rectificar y servir, decorar con gotas de crema la sopa.	
ABARROTÉS							
CLAVO DE OLOR.	KG	0,035	1	3,40	0,12		
SAL	KG	0,020	1	0,90	0,02		
PIMIENTA	KG	0,020	1	3,00	0,06		
AZÚCAR	KG	0,010	1	0,90	0,01		
AGUA	LTS	0,280	1	0,60	0,17		
VEGETALES							
APIO	ATADO	0,300	1	0,87	0,26		
LÁCTEOS							
CREMA DE LECHE	LTS	0,050	1	4,20	0,21		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	0,85		
Tener en consideración que el sabor del clavo de olor es muy intenso, agregar la cantidad necesaria en los últimos minutos de la preparación.				ESPECIAS	0,03		
				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	0,93		
				PVP	1,23		
PUNTOS CRITICOS							
Luego de agregar la crema de leche no hace falta que la sopa hierva nuevamente, esto puede ocasionar que la crema se corte.							
METODOS		TECNICAS					
Hervido.		Licuado.					
Perfumado.							


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº		NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES	
10		Sopa de vegetales en reducción de vino blanco y romero			Entrada	1	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Concentración líquida de sabores de vegetales y aroma de romero, acidificada ligeramente con vino blanco.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD			COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES							
SAL	KG	0,030		1	0,90	0,03	1. Cortar en mirepoix los vegetales a utilizar, reservar el brócoli para el final. 2. Saltear los vegetales con un poco de aceite o mantequilla, agregar el vino blanco y dejar reducir 5 minutos a fuego alto. 3. Agregar un poco de agua y el romero, esperar que vuelva a hervir y añadir el brócoli desramado, dejar que hierva un par de minutos salpimentar y servir.
PIMIENTA NEGRA	KG	0,015		1	3,00	0,05	
AZÚCAR	KG	0,010		1	0,90	0,01	
ROMERO	ATADO	0,025		1	1,20	0,03	
VINO BLANCO	LT	0,100		1	5,35	0,54	
VEGETALES							
ZUQUINI	KG	0,035		1	1,65	0,06	
ZANAHORIA	KG	0,035		1	1,83	0,06	
TOMATE CHERRY	KG	0,020		1	2,80	0,06	
PIMIENTO AMARILLO	KG	0,020		1	3,40	0,07	
BRÓCOLI	KG	0,025		1	1,50	0,04	
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO	0,93	
Añadir un poco de azúcar si la sopa tiene un excesivo sabor ácido por el vino blanco.					ESPECIAS	0,03	
					COSTO POTENCIAL	0,30	
Agregan el brócoli al final para que conserven su color verde intenso cuando están cocidos en su punto.					COSTO RECETA	1,02	
					PVP	1,35	
PUNTOS CRITICOS							
METODOS				TECNICAS			
Blanqueado.				Reducción.			
Refrito.				Aromatizado.			


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
11		Crema de zanahorias y tocino		Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Potaje de cuerpo denso a base de zanahoria licuada, acompañado con un detalle crocante de tocino.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS							
TOCINO	KG	0,100	1	8,15	0,82	1. Rayar la zanahoria, cocinarla a fuego alto durante 10 minutos con un poco de sal, luego de esto licuar $\frac{3}{4}$ partes de la zanahoria cocinada, el resto reservar para aumentar el cuerpo de la sopa. 2. Integrar nuevamente a la olla, rectificar si es necesario. 3. Aparte como decoración secar el tocino en el horno a fuego alto 160°C durante un par de minutos, hasta conseguir una textura crocante. 4. Cortar finamente y espolvorear en la sopa.	
ABARROTÉS							
SAL	KG	0,200	1	0,90	0,18		
AZÚCAR	KG	0,100	1	0,90	0,09		
AGUA	KG	0,280	1	0,60	0,17		
PIMIENTA	KG	0,015	1	3,00	0,05		
VEGETALES							
ZANAHORIA	KG	0,300	1	1,83	0,55		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	1,85		
Trabajar con zanahorias maduras y de textura suave para aportar mas sabor a la sopa.				ESPECIAS	0,06		
				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	2,03		
				PVP	2,68		
PUNTOS CRITICOS							
Tiempo de cocción de la sopa entre 8 a 10 minutos por encima del punto de ebullición.							
Tiempo de secado del tocino a 160°C entre 3 a 5 minutos.							
METODOS			TECNICAS				
Hervido.			Licuado.				
Secado.			Triturado.				


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA Nº		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
12		Crema de arvejas y almendras		Entrada	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Crema de cuerpo denso acompañada de frutos secos tostados para aportar una textura crocante.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Laminar y tostar las almendras en mantequilla, reservar hasta el final de la preparación. 2. Cocinar las arvejas con sal durante 10 minutos, licuar y colar. 3. Agregar la crema de leche rectificar sabores recalentar y servir. 4. Decorar con las almendras tostadas.	
ABARROTES							
ALMENDRAS	KG	0,065	1	7,50	0,49		
SAL	KG	0,030	1	0,90	0,03		
PIMIENTA	KG	0,020	1	3,00	0,06		
AGUA	LT	0,250	1	0,60	0,15		
VEGETALES							
ARVEJAS	KG	0,200	1	3,40	0,68		
LÁCTEOS							
MANTEQUILLA	KG	0,050	1	4,70	0,24		
CREMA DE LECHE	LT	0,080	1	4,20	0,34		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	1,98		
Se puede añadir azúcar a la preparación si la receta lo requiere.				ESPECIAS	0,06		
Trabajar con arvejas frescas, congelarlas altera su sabor.				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	2,17		
				PVP	2,87		
PUNTOS CRITICOS							
Luego de agregar la crema de leche recalentar la sopa solamente, hervirla puede cortar la crema.							
METODOS			TECNICAS				
Sellado.			Espesado con crema.				
Cocinado.							


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
1		Solomillo de cerdo, mermelada de cebolla, vegetales blanqueados y pure de papa.		Plato Fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO		
Solomillo de cerdo acompañado de reducción dulce de cebollas y vino, sevido con guarniciones calientes.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Marinar previamente el solomillo de cerdo con aceite de oliva sal y pimienta negra, cocinar a fuego medio durante 10 minutos o hasta alcanzar una temperatura interna de 67 °c. 2. Calentar la mermelada de cebollas previamente elaborada junto con el puré, reservar hasta el momento de emplatar. 3. Blanquear los vegetales y sazonalos ligeramente. 4. para el emplatado cortar el solomillo en 3 partes y colocar cada parte sobre la mermelada, una porcion de pure sobre cada trozo de carne, los vegetales se sirven aparte aparte.
CÁRNICOS						
SOLOMILLO DE CERDO	KG	0,200	1	7,00	1,40	
ABARROTES						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
ACEITE DE OLIVA	KG	0,150	1	5,20	0,78	
PIMIENTA	KG	0,050	1	3,00	0,15	
PURE DE PAPAS	KG	0,150	1	3,06	0,46	
MERMELADA DE CEBOLLA	KG	0,100	1	6,08	0,61	
VEGETALES						
APIO	KG	0,050	1	0,87	0,04	
ZANAHORIA	KG	0,050	1	1,83	0,09	
TOMATE CHERRY	KG	0,030	1	2,80	0,08	
ZUQUINI	KG	0,050	1	2,60	0,13	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	3,82	
Regenerar la mermelada con un poco de vino tinto para que no se quem.				ESPECIAS	0,11	
Regenerar el puré de papas con leche para si es necesario				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	4,20	
					5,54	
PUNTOS CRITICOS						
Temperatura interna de cocción del cerdo 67 °c.						
METODOS			TECNICAS			
Sellado.			cocción a temperatura			
Reducción.			media.			


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
2		Filete de corvina, tierra de pistachos, yucas fritas vegetales blaqueados y crema montada de limón.		Plato fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO		
Filete de pescado blanco, horneado acompañado con una tierra crocante de frutos secos, salsa cremosa y perfumada a base de crema de leche, guarniciones calientes.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
MARISCOS.						1. Triturar los pistachos previamente, tostarlos a fuego alto y reservar hasta el emplatado. 2. Adobar el filete de corvina, y hornearlo a 200°C durante 15 minutos o hasta alcanzar una temperatura interna de 62 a 65°C. 3. Saltear con aceite de oliva los vegetales, cortar las yucas en bastones de 2cm por 2cm blanquearlos y posteriormente freírlos. 4. Montar la crema de leche, añadir el zumo de limo y sal. 5. Revisar la temperatura del filete, si está listo montar sobre una base de pistachos acompañados de los vegetales salteados y las yucas fritas, colocar sobre el filete un poco de la crema montada con limón.
CORVINA	KG	0,200	1	12,00	2,40	
ABARROTES						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
PIMIENTA BLANCA	KG	0,060	1	3,60	0,22	
ACEITE DE OLIVA	KG	0,120	1	5,20	0,62	
PISTACHOS	KG	0,080	1	6,50	0,52	
VEGETALES						
YUCA	KG	0,150	1	2,15	0,32	
PIMIENTO AMARILLO	KG	0,070	1	3,50	0,25	
PIMIENTO ROJO	KG	0,050	1	3,20	0,16	
LIMÓN MEYER	UNIDAD	1	1	0,10	0,10	
MANGO	KG	0,050	1	2,00	0,10	
LÁCTEOS						
CREMA DE LECHE	LTS	0,060	1	4,20	0,25	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	5,01	
Bañar el filete con aceite de oliva antes de hornearlo para evitar que se seque.				ESPECIAS	0,15	
Cubrir el recipiente en el cual vamos a hornear la filete para acelerar la cocción.				COSTO POTENCIAL	0,30	
Tomar la medida de la temperatura en la mitar del filete.				COSTO RECETA	5,51	
					7,28	
PUNTOS CRITICOS						
temperatura interna segura para retirar el filete del horno entre 62 a 65°C.						
METODOS		TECNICAS				
Horneado.		Montar crema.				
Salteado.		Perfumado.				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
3		Salon de res con bechamel de espárragos y choclos salteados.		Plato fuerte.	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Medallon cocido a término, guarnición caliente salteada, salsa cremosa a manera de bechamel saborizada con espárragos.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD.		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
CÁRNICOS						<p>1. Para la bechamel de espárragos, pelar los mismos, luego los cocinarlos en la leche, y licuar el resto con un poco de sal y pimienta negra, aparte elaborar un roux para espesar la salsa calentando el harina primeramente y agregando la mantequilla de a poco hasta lograr una masa, reservar hasta que se enfríe.</p> <p>2. Luego de licuar la leche y espárragos pasarla por un colador y volver a calentarla, agregar el roux de a poco y dejar hervir hasta que tome la consistencia deseada, rectificar y reservar.</p> <p>3. Para el medallón cocinar según el término ordenado por el cliente (60°C poco hecha, 67°C en su punto, 75°C bien hecha) sellar y salpimentar.</p> <p>4. Luego de sellar el medallón, en la misma sartén saltear los choclos desgranados, y los espárragos pelados.</p>
SALÓN DE RES	KG	0,230	1	9,80	2,25	
ABARROTES						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
PIMIENTA	KG	0,050	1	3,00	0,15	
BECHAMEL DE ESPARRAGOS	KG	0,120	1	4,12	0,49	
ACEITE VEGETAL	KG	0,040	1	1,80	0,07	
VEGETALES						
CHOCLO DESGRANADO	KG	0,120	1	3,65	0,44	
ESPÁRRAGOS	ATADO	0,040	1	5,00	0,20	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	3,68	
<p>Controlar el tiempo de cocción del término, usar la textura de la carne como referencia.</p> <p>Regenerar la bechamel a temperatura media, agregar leche solo si es necesario.</p>				ESPECIAS	0,11	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	4,05	
				COSTO RECETA	5,34	
PUNTOS CRITICOS						
Tiempos de cocción de la carne, 60°C poco hecha, 67°C en su punto, 75°C bien hecha						
METODOS		TECNICAS				
sellado.		espesado con roux.				
salteado.						


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
4		Pechuga de pollo, miel de perejil y limón, tomates quemados, ensalada de lechugas y naranja.		Plato fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO		
Pollo sellado y cocido en plancha o sartén, reducción de fruto cítrico y hierba aromática, guarnición fría y guarnición caliente.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Sellar la pechuga de pollo, y cocinarla entre 8 a 10 minutos hasta alcanzar una temperatura interna de entre 80 a 82°C. 2. Aparte en una sartén teflonada marcar un tomate cortado en rodajas de 11/2 cm cubiertos en azúcar, por ambos lados hasta caramelizar y conseguir una costra en ambos lados. 3. Cortar el queso en slices de 5mm de grosor, cubrir cada rodaja de tomate hasta que se fundan producto de la temperatura, enseguida rearmar el tomate. 4. Para la ensalada, trocear la lechuga con las manos, pelar a vivo la naranja y cortamos en cubos. 5. Emplatar, la pechuga de pollo cortada en la mitad, seguida de la torre de tomate y queso al medio, para terminar la ensalada en un recipiente aparte, todo se adereza con la miel de limón y perejil previamente elaborado.
CÁRNICOS						
PECHUGA DE POLLO	KG	0,200	1	5,40	1,08	
ABARROTES						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
ACEITE VEGETAL	KG	0,060	1	1,80	0,11	
MIEL DE PEREJIL	LT	0,100	1	1,77	0,18	
AZÚCAR	KG	0,030	1	0,90	0,03	
VEGETALES						
NARANJA AMERICANA	KG	0,080	1	3,60	0,29	
LECHUGA ROMANA	UNIDAD	0,060	1	0,95	0,06	
TOMATE	KG	0,080	1	3,20	0,26	
LÁCTEOS						
QUESO DAMBO	KG	0,060	1	12,00	0,72	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	2,79	
Para la guarnición de tomates, trabajar con tomates firmes, así como respetar la medida de los cortes para evitar que se deshagan durante la cocción.				ESPECIAS	0,08	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	3,06	
					4,04	
PUNTOS CRITICOS						
Manipular con cuidado los tomates cocinados.						
Temperatura de coccion del pollo entre 75°C						
METODOS		TECNICAS				
Sellado.		Reducción.				
Caramelizado.						


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
5		Filete de róbalo en reduccion de aji con mango, apios blanqueados, y chips de barraganete.		Plato fuerte.	1	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO		
Filete de pescado cocinado a la plancha, adobado, acompañado con una reduccion picante mango y aji, acompañado con vegetales blanquados y chips fritos de barraganete.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
MARISCOS						
FILETE DE RÓBALO	KG	0,250	1	10,60	2,65	1. Previamente marinar el filete de pescado con sal y limon. 2. Al momento de la cocción engrasar bien la sartén sellar el filete un par de minutos para formar una corteza y evitar que se rompa. 3. Para la reducción de mango y aji, extraer el zumo del mango, en una olla reducir el zumo y agregar el aji cortado en brunoise, sazonar y reservar. 4. Blanquear rápidamente el apio cortado en bastones, para lograr un color mas intenso. 5. Cortar los chips de barraganete, y freirlos rápidamente. 6. Emplatar.
ABARROTES						
SAL	KG	0,060	1	0,90	0,05	
REDUCCION DE MANGO Y AJÍ	KG	0,100	1	5,02	0,50	
ACEITE VEGETAL	LT	0,200	1	1,80	0,36	
VEGETALES						
PLATANO VERDE	UNIDAD	0,150	1	0,30	0,05	
APIO	ATADO	0,080	1	0,87	0,07	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	3,68	
				ESPECIAS	0,11	
Engrasar previamente la plancha o sartén antes de colocar el filete de pescado.				COSTO POTENCIAL	0,30	
Sellar durante un par de minutos antes de cambiar de lado.				COSTO RECETA	4,05	
Extraer el zumo del mango, perfumar con el aji, reducir.					5,34	
PUNTOS CRITICOS						
Temperatura interna de cocción entre 62 a 65°C.						
METODOS		TECNICAS				
Sellado		Blanqueado				
Fritura		Reduccion				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
6		Escalopos de cerdo, manzanas y romero, yucas caramelizadas, ensalada fresca.		Plato fuerte.	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Receta basada en una coccion rápida debido al corte del genero, guarnicion caliente manzanas sateadas aromatizadas con romero, yucas cocidas y caramelizadas con azucar, ensalada fresca.							
INGREDIENTES	UNIDAD			COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS						<ol style="list-style-type: none"> 1. Previamente, porcionar el cerdo cortado ya en escalopos de centímetro y medio, y marinado. 2. Durante la cocción, sellar las escalopos de cerdo en todos sus lados, luego agregar las manzanas cortadas en cubos y el romero. 3. Para las yucas caramelizadas hervirlas en agua sal durante 5 minutos, enseguida retiramos del fuego, secar y cubrir con azúcar. 4. En una sartén con mantequilla caramelizar las yucas. 5. La ensalada se ensamblará en un bowl con el apio blanqueado, la lechuga previamente lavada, se troceara con las manos para evitar la oxidación, y piña cortada en cubos, todo esto aderezado con limón, miel y aceite de oliva. 6. Emplatar las escalopos de cerdo sobre las yucas la ensalada se presenta en un bowl aparte. 	
Falda de cerdo	KG	0,200		1	6,50		1,30
ABARROTOS							
SAL	KG	0,060		1	0,90		0,05
ACEITE DE OLIVA	LT	0,080		1	5,20		0,42
ROMERO	ATADO	0,020		1	1,20		0,02
AZÚCAR	KG	0,040		1	0,90		0,04
MIEL	KG	0,015		1	6,30		0,09
VEGETALES							
MANZANA VERDE	KG	0,150		1	1,80		0,27
LECHUGA ROMANA	UNIDAD	0,050		1	0,87		0,04
APIO	ATADO	0,030		1	0,87		0,03
PIÑA	UNIDAD	0,030		1	1,30		0,04
YUCAS	KG	0,080		1	2,15		0,17
ZÚMO DE LIMÓN	LT	0,030		1	3,20		0,10
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO		2,57	
Controlar la temperatura al momento de caramelizar las yucas, para no quemar el azucar ni amargar la preparación.				ESPECIAS		0,08	
				COSTO POTENCIAL		0,30	
				COSTO RECETA		2,95	
						3,89	
PUNTOS CRITICOS							
Temperatura interna de cocción entre 67 a 75°C							
METODOS		TECNICAS					
Sellado		Aromatizado					
caramelizado							


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
7		Camarones salteados, salsa de zapote y coco, con pastelillos de arroz.		plato fuerte.	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
camarones salteados con una salsa cremosa con base de pulpa de fruta, guarnicion de arroz con textura externa crocante y centro suave.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
MARISCOS						<ol style="list-style-type: none"> 1. Previamente extraer la pulpa del zapote. 2. Saltear los camarones con mantequilla y cebollín finamente picado, agregar la crema de leche y al final la pulpa de zapote. 3. Para los pastelillos de arroz usar la maza previamente elaborada, moldear 3 porciones de 40gr aproximadamente, y en una sartén caliente sellar cada lado. 4. Para decorar con un pelador sacar láminas de coco fresco las dorarlos junto con los pastelillos de arroz. 5. Emplatar 3 pastelillos centrados en el plato, junto a ellos los camarones en su salsa, acomodar las tiras de coco sobre los camarones, complementamos con un cebollín entero sobre los pasteles de arroz.
CAMARÓN	KG	0,200	1	12,00	2,40	
ABARROTES						
MASA DE ARROZ	KG	0,120	1	2,60	0,31	
COCO LAMINADO	KG	0,060	1	1,50	0,09	
SAL	KG	0,030	1	0,90	0,03	
AZÚCAR	KG	0,015	1	0,90	0,01	
VEGETALES						
ZAPOTE	KG	0,100	1	3,50	0,35	
CEBOLLIN	ATADO	0,030	1	0,95	0,03	
LÁCTEOS						
MANTEQUILLA	LTS	0,050	1	4,50	0,23	
CREMA DE LECHE	KG	0,030	1	4	0,13	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	3,57	
Agregar el zapote en el último momento para que la temperatura no afecte tanto la intensidad del color. Si la fruta no esta muy dulce se puede agregar una pequeña cantidad de azúcar.				ESPECIAS	0,11	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	3,93	
					5,19	
PUNTOS CRITICOS						
Tiempo maximo de cocción del marisco 6 minutos.						
METODOS		TECNICAS				
Salteado		salsa espesada				
Napado		con crema.				


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES		
8		Cerdo perfumado con albahaca y macadamias	Plato fuerte	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Filete marinado previamente con albahaca, perfumado en la coccion con frutos secos y cebolla cristalizadas.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS					<ol style="list-style-type: none"> 1. Previamente marinar el cerdo con aceite de oliva y hojas de albahaca. 2. Sellar las porciones de cerdo durante dos minutos por lado y reservar. 3. En la misma saeten saltear la cebolla perla junto con el ajo a temperatura media hasta cristalizar la cebolla. 4. Agregar un poco más de aceite de oliva y las porciones de cerdo cocinar y agregar las macadamias picadas bruscamente. 5. Aparte regenerar en una olla con un poco de leche y mantequilla el puré de papa. 6. Emplatar con hojas frescas de albahaca. 	
FALDA DE CERDO	KG	0,200	1	9,20		1,84
ABARROTOS						
SAL	KG	0,050	1	0,90		0,05
PIMIENTA	KG	0,030	1	0,90		0,03
ACEITE DE OLIVA	KG	0,110	1	1,20		0,13
PURÉ DE PAPA	KG	0,150	1	3,06		0,46
MACADAMIAS	KG	0,030	1	8,50		0,26
VEGETALES						
ALBAHACA	KG	0,120	1	0,85		0,10
AJO	KG	0,040	1	4,35		0,17
CEBOLLA PERLA	KG	0,150	1	1,60		0,24
LÁCTEOS						
MANTEQUILLA	KG	0,100	1	2,50		0,25
LECHE	LT	0,070	1	0,75		0,05
NOTAS OBSERVACIONES			SUBTOTAL COSTO			3,34
Deglazar con mantequillas luego de sellar el cerdo, remover constantemente las cebollas para no quemarlas			ESPECIAS			0,10
			COSTO POTENCIAL			0,30
			COSTO RECETA			3,67
					4,84	
PUNTOS CRITICOS						
Temperatura interna de cocción del cerdo 78°C						
METODOS			TECNICAS			
Sellado			Salteado			
Cristalizado			Marinado			


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES		
9		Pechuga de pollo rellena de mani, pimientos asados, y tortillas de camote y papa.		plato fuerte	1		
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Pechuga de pollo con farsa de mani, sellada y cocinada en plancha, guarnicion de morrones asados y adobados en aceite de oliva, tortillas de papa y camote selladas en una sartén.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CARNICOS							
PECHUGA DE POLLO	KG	0,200		1	5,40	1,08	<ol style="list-style-type: none"> Cortar la pechuga de pollo a manera de mariposa pero sin cortar todos los extremos, salpimentar, y rellenar de maní triturado y un poco de mantequilla, insertar un par de palillos para mantener cerrado el corte durante la cocción. Cocinar en una plancha con un poco de aceite. Para los morrones asarlos pelarlos, y cortarlos en tiras gruesas de medio centímetro de grosor, adobarlos con el aceite de oliva. Moldear las tortillas papa y camote cocinar en una sartén hasta dorar por ambos lados.
ABARROTES							
MASA DE TORTILLAS	KG	0,120		1	5,03	0,60	
SAL	KG	0,050		1	0,90	0,05	
MANÍ	KG	0,080		1	3,20	0,26	
ACEITE DE OLIVA	LT	0,060		1	5,20	0,31	
ACEITE VEGETAL	LT	0,030		1	1,80	0,05	
VEGETALES							
PIMIENTO VERDE	KG	0,050		1	1,90	0,10	
PIMIENTO ROJO	KG	0,050		1	3,20	0,16	
LÁCTEOS							
MANTEQUILLA	KG	0,030		1	4,50	0,14	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO		2,74	
Compactar bien el relleno y así evitar que se derrame durante la cocción.				ESPECIAS		0,08	
				COSTO POTENCIAL		0,30	
Colocar un poco de azúcar en la sartén al momento de cocinar las tortillas de papa y camote.				COSTO RECETA		3,01	
						3,98	
PUNTOS CRITICOS							
Temperatura interna de cocción entre 75°C							
METODOS			TECNICAS				
Relleno			Uso de farsas				
Sellado							


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
10		Langostinos en salsa de almejas y cerveza en canastas de barraganete.		Plato fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Este plato combina técnicas como, salteado, napado con crema, fritura, y cocción de mariscos.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Saltear el ajo y el pimiento en la mantequilla, añadir los langostinos y la cerveza. 2. Una vez cocidos los langostinos, 3 minutos por lado aproximadamente retirarlos del fuego, añadir las almejas y la crema de leche, reducir unos minutos hasta espesar la salsa agregar cilantro y rectificar con sal. 3. Para las canastas de verde, cocinar, majar, en un bowl mezclar con sal y aceite, moldear y freír. 4. Montar dentro de las canastas la salsa de almejas y cerveza, y sobre cada canasta un langostino.
MARISCOS						
LANGOSTINOS	KG	0,180	1	16,00	2,88	
ALMEJAS	KG	0,100	1	6,00	0,60	
ABARROTES						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
CERVEZA RUBIA	LT	0,200	1	1,50	0,30	
ACEITE VEGETAL	LT	0,200	1	1,80	0,36	
VEGETALES						
CILANTRO	ATADO	0,040	1	0,70	0,03	
AJO	KG	0,015	1	4,35	0,07	
PLATANO VERDE	UNIDAD	0,125	1	0,30	0,04	
PIMIENTO VERDE	KG	0,060	1	1,90	0,11	
LÁCTEOS						
MANTEQUILLA	KG	0,030	1	4,50	0,14	
CREMA DE LECHE	LTS	0,120	1	4	0,50	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	5,10	
Importante controlar el tiempo de cocción de las almejas y los langostinos.				ESPECIAS	0,15	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	5,61	
					7,40	
PUNTOS CRITICOS						
Cocinar las almejas máximo 5 minutos.						
exceso de temperatura puede cortar la crema de leche.						
Tiempo máximo de coccion de los langostinos 8 minutos.						
METODOS		TECNICAS				
Salteado		fritura por				
Majado		inmersión.				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
11		Cordero en mandarina, ensalada de rúcula y queso feta.		Plato fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Escalopas de cordero marinadas en fruto cítrico, servidas en su salsa sobre una cama vegetal acompañada de queso de cabra y frutos secos.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Previamente, trocear, retirar las semillas y remojar las mandarinas en agua 24 horas, enseguida cocinarlas en agua y un poco de sal durante 30 minutos, luego de esto elaboramos un almibar y agregamos las mandarinas, cocinamos 30 minutos, escurrir y reservar. 2. Sellar el cordero en una sartén, y cocinar al término solicitado en mesa, (67°C poco hecha, 77°C en su punto, 80°C bien hecha) 3. Cortar en escalopas, salpimentar y aromatizar con tomillo fresco, aparte desglasar la sartén con zumo de mandarina, y elaborar un almibar ligero. 4. Emplatar sobre una cama de rúcula las escalopas de cordero, bañadas con el almibar, agregar el queso feta, tomate cherry, pistachos y la fruta confitada.
CÁRNICOS						
PIERNA DE CORDERO	KG	0,230	1	8,40	1,93	
ABARROTOS						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
AZÚCAR	KG	0,300	1	0,90	0,27	
TOMILLO	ATADO	0,025	1	0,90	0,02	
PIMIENTA	KG	0,060	1	3,00	0,18	
PISTACHOS	KG	0,060	1	6,50	0,39	
VEGETALES						
MANDARINA	KG	0,100	1	3,20	0,32	
RÚCULA	KG	0,120	1	4,50	0,54	
TOMATE CHERRY	KG	0,040	1	2,80	0,11	
ZUMO DE MANDARINA	LT	0,200	1	6,00	1,20	
LÁCTEOS						
QUESO FETA	KG	0,040	1	5,00	0,20	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	5,24	
Importante retirar la mayor cantidad de semillas de la mandarina, estas pueden amargar la confitura.				ESPECIAS	0,16	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
Nunca cortar la carne apenas salga de la sartén, es importante esperar que baje un poco la temperatura.				COSTO RECETA	5,76	
					7,61	
PUNTOS CRITICOS						
Controlar el tiempo de cocción de las mandarinas para que no se deshagan.						
METODOS		TECNICAS				
Confitura sellado		Reducción				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA N°		NOMBRE	CATEGORIA	PORCIONES			
12		Pollo en salsa de mango y cebollín, puré de papas en su costra y frutas marcadas en la plancha.	plato fuerte	1			
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Pechuga de pollo sellada y cocida acompañado con una salsa cremosa de fruta, y queso crema perfumada con cebollín, acompañado con un puré en su costra y frutas marcadas en la plancha							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS							
PECHUGA DE POLLO	KG	0,200	1	5,20	1,04	1. En la plancha caliente sellar la pechuga, luego de esto bajar la temperatura y dejar cocinar unos 3 minutos por lado. 2. Para la salsa, licuar el mango enseguida añadir el cebollín finamente picado, y el queso crema, calentar en una olla rápidamente sazonar y reservar hasta el momento de emplatado. 3. Para el puré en su costra en una sartén tefflonada caliente, colocar la porción de puré, y dorar toda la superficie hasta lograr una costra crocante 4. En la misma sartén del puré o en la plancha del pollo colocaremos las manzanas y la piña hasta marcar ligeramente cada lado. 5. Para el emplatado cortar la pechuga a la mitad, centrar en el plato el puré en su costra, la pechuga asentada sobre el corte y la salsa encima de ella, las frutas van acomodadas en el extremo.	
ABARROTES							
PURÉ DE PAPA	KG	0,120	1	3,06	0,37		
SAL	KG	0,015	1	0,90	0,01		
ACEITE VEGETAL	LT	0,020	1	1,80	0,04		
VEGETALES							
MANGO	KG	0,040	1	2,00	0,08		
MANZANA VERDE	KG	0,030	1	2,60	0,08		
MANZANA ROJA	KG	0,030	1	2,60	0,08		
CEBOLLIN	ATADO	0,010	1	0,95	0,01		
PIÑA	UNIDAD	0,030	1	1,30	0,04		
LÁCTEOS							
QUESO CREMA	KG	0,060	1	4,69	0,28		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	2,02		
Preferiblemente trabajar con mangos bien maduros.				ESPECIAS	0,06		
Manipular el puré en la plancha con una espátula desde la base para no dañar la costra.				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	2,22		
					2,94		
PUNTOS CRITICOS							
Controlar la temperatura del pollo no sobrecocinarlo o servirlo muy tierno 78 a 80°C de temperatura interna.							
METODOS							
			TECNICAS				
Cocción en sartén			Sellado				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
13		Costillas de cordero en reduccion de cerveza y maracuyá, con pure de zapallo y menta.		Plato fuerte.	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Este plato incluye tecnicas como sellado y coccion en plancha, reduccion y aromatizacion.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
CÁRNICOS						1. Mezclar el zumo de maracuyá y la cerveza, y reducir con el azúcar. 2. Salpimentar las costillas y cocinar a punto en una sartén, aproximadamente unos 8 a 10 minutos, o hasta llegar a los 70°C temperatura interna. 3. Hornear el zapallo a fuego alto unos 180°C durante 8 minutos para cocinarlo, retirar de la envoltura y en un bowl aplastarlo hasta conseguir una textura uniforme, agregar las hojas de menta un poco de sal y el aceite de oliva, integrar todo envolventemente. 4. Para el montaje colocar el puré contrado y las costillas al rededor con los huesos apuntando hacia el centro del plato, salsear con la reducci3n de maracuyá.
COSTILLAS DE CORDERO	KG	0,300	1	8,40	2,52	
ABARROTOS						
SAL	KG	0,080	1	0,90	0,07	
PIMIENTA	KG	0,060	1	3,00	0,18	
CERVEZA NACIONAL	LT	0,060	1	1,50	0,09	
AZÚCAR	KG	0,030	1	0,90	0,03	
VEGETALES						
ZAPALLO	UNIDAD	0,150	1	2,00	0,30	
MENTA	ATADO	0,040	1	1,30	0,05	
MARACUYÁ	KG	0,060	1	2,30	0,14	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	3,38	
Agregar la menta en el puré al final para no marchitarla tan rapido debiado a la temperatura.				ESPECIAS	0,10	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	3,72	
					4,91	
PUNTOS CRITICOS						
Temperatura optima de 77°C en su punto.						
Recordar que la temperatura en la zona del hueso debe ser unos grados mas alta que la del centro del musculo.						
METODOS		TECNICAS				
cocción a fuego medio		sellado				
Reducción		Aromatizado				


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
14		Milanesa de res, pure de choclo, cebollas y pimientos gratinados.		Plato fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Filete apanado, albardado con tocino, acompañado de vegetales gratinados y un puré de choclo.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
CÁRNICOS						1. Salpimentar los filetes de 1,5cm de grosor, y pasar una primera vez por harina, enseguida empapar toda la superficie con huevo batido y luego pasar por miga de pan, envolver con tocino los filetes, sellamos en una sartén cada lado y dejamos cocinar a fuego medio unos 3 minutos por lado para lograr una costra crocante, y una carne a punto 2. Para el puré de choclo hervir en agua sal los granos de choclo durante 5 minutos, retirar el agua y licuar hasta conseguir una textura uniforme en toda la mezcla. 3. Para el pastel de vegetales cortar en cuadrados los morrones, y la cebolla, saltear, salpimentar y agregar el queso mozzarella, en la misma sartén gratinar en el horno durante 3 minutos. 4. Emplatar cortando en la mitad la carne, juntamos 2 puntas del filete en el centro del plato, y en los espacios vacíos acomodar el puré de choclo y los vegetales gratinados.
LOMO DE FALDA	KG	0,150	1	11,50	1,73	
TOCINO	KG	0,120	1	6,30	0,76	
ABARROTES						
SAL	KG	0,060	1	0,90	0,05	
PIMIENTA	KG	0,040	1	3,00	0,12	
HARINA	KG	0,120	1	2,30	0,28	
MIGA DE PAN	KG	0,100	1	0,60	0,06	
HUEVOS	UNIDAD	1	1	0,30	0,30	
VEGETALES						
CEBOLLA PAITEÑA	KG	0,050	1	1,80	0,09	
PIMIENTO VERDE	KG	0,050	1	1,30	0,07	
PIMIENTO AMARILLO	KG	0,050	1	3,50	0,18	
CHOCLO TIERNO DESGRANADO	KG	0,130	1	3,65	0,47	
LÁCTEOS						
MANTEQUILLA	KG	0,080	1	4,50	0,36	
MOZZARELLA	KG	0,080	1	6,50	0,52	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	4,98	
Sellar a fuego alto y terminar cocción a temperatura media para no quemar la miga de pan.				ESPECIAS	0,15	
Saltear ligeramente los vegetales para conseguir una textura tierna.				COSTO POTENCIAL	0,30	
Dar la vuelta constantemente para revisar el color de la costra.				COSTO RECETA	5,47	
					7,22	
PUNTOS CRITICOS						
Realizar un correcto empanizado para que no se pierda la costra en la cocción.						
Manipular con cuidado el filete al dar la vuelta.						
METODOS		TECNICAS				
Empanizado		Sellado				
Gratinado						


UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA		ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA N°		NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
15		Filetes de cerdo marinados en albahaca, naranjas caramelizadas con tomillo, espárragos y zanahorias		Plato fuerte	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Plato con base en una marinada previa, aromatizacion salteado y caramelizacion.						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Marinar previamente los filetes de cerdo con albahaca, sal, pimienta y aceite de oliva. 2. Pelar a vivo la naranja y cortar en mitades, aderezar con aceite de oliva y cubrir con azúcar y tomillo, colocar en una sartén previamente calentado, cocer cada lado hasta formar una costra quemada de azúcar sobre la superficie de la fruta. 3. Aparte en otra sartén cocinar el cerdo a fuego alto unos 5 minutos por lado aproximadamente, en el mismo sartén saltear los vegetales y emplatar.
CÁRNICOS						
LOMO DE FALDA DE CERDO	KG	0,200	1	9,20	1,84	
ABARROTOS						
SAL	KG	0,060	1	0,90	0,05	
PIMIENTA	KG	0,040	1	3,00	0,12	
ACEITE DE OLIVA	LITRO	0,080	1	5,20	0,42	
TOMILLO	KG	0,030	1	4,00	0,12	
AZUCAR	KG	0,120	1	0,90	0,11	
VEGETALES						
ALBAHACA	ATADO	0,060	1	3,20	0,19	
ESPÁRRAGOS	ATADO	0,040	1	4,50	0,18	
NARANJAS	KG	0,060	1	2,60	0,16	
ZANAHORIAS	KG	0,060	1	1,80	0,11	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	3,29	
Importante formar una costra producto de la cocción en la superficie de los alimentos.				ESPECIAS	0,10	
Conservar el cerdo marinado máximo 8 días en refrigeracion.				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	3,62	
					4,78	
PUNTOS CRITICOS						
Evitar sobrecocinar los vegetales.						
Manipular con cuidado las naranjas cocinadas.						
Conservar las porciones máximo 5 días en refrigeracion.						
METODOS			TECNICAS			
Sellado			Marinada			
Salteado			Caramelización			


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES		
1	Mousse de zapote			postre	10 X 90GR		
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Mousse cremoso a base de pulpa de fruta y crema montada de leche.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD			COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTOS							
CLARAS DE HUEVO	KG	0,180		1	0,30	0,05	1. Primero elaborar un almibar con 220gr de azúcar y los 110cc de agua, enseguida montar las claras de huevo con un poco más de azúcar y un par de gotas de zumo de limón cuando las claras estén a punto de nieve agregar el almibar y batimos hasta que la mezcla forme picos o hasta que la base del recipiente se haya enfriado, reservar en el frio.
AZÚCAR	KG	0,220		1	0,95	0,21	
GELATINA SIN SABOR	KG	0,014		1	6,50	0,09	
AGUA	LITRO	0,110		1	0,60	0,07	
FRUTAS.							
PULPA DE ZAPOTE	KG	0,600		1	3,00	1,80	2. Montar la crema de leche con un poco más de azúcar, integrar ¾ partes de la pulpa ligeramente endulzada.
LÁCTEOS							
CREMA DE LECHE	LITRO	0,400		1	4,50	1,80	3. El resto de la pulpa se calentará a una temperatura máxima de 50°C con un poco de agua para disolver la gelatina sin sabor, a esta mezcla de pulpa y gelatina se le añadirá un poco de la mezcla de la crema y pulpa para bajar la temperatura y poder integrarla de a poco a la mezcla total.
		0					
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO	4,02	4. En forma envolvente añadir el merengue italiano a la mezcla de crema y pulpa hasta lograr un color homogéneo en toda la mezcla. 5. Enmoldar, cubrir con film y mantener en refrigeración.
Extraer la pulpa que rodea la semillas.					ESPECIAS	0,12	
Usar la carne que se encuentra adherida a la cascara solo si la fruta esta bien madura.					COSTO POTENCIAL	0,30	
					COSTO RECETA	4,42	
					COSTO PORCIÓN	0,44	
PUNTOS CRITICOS						0,58	
Integrar bien la mezcla de gelatina y pulpa en la mezcla total.							
Sobrecalentar la pulpa afectará al color de la misma							
METODOS		TECNICAS					
Montado de crema		Integrar en forma envolvente					
Montado de claras							


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES		
2	Dulce de babaco y albahaca en bizcochuelo perfumado miel de abeja.			postre	1		
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
reduccion de fruto en almibar, montado sobre un bizcochuelo perfumado con miel de abeja.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD			COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES							
AZÚCAR	KG	0,200		1	0,90	0,18	1. Pelar y cortar en cubos la futa, cocinarla en el agua con un par de hojas enteras de albahaca, añadir el azúcar y dejar cocinar durante una media hora hasta conseguir un almibar ligero. 2. Retirar las hojas marchitas de albahaca, agregar las semillas y reservar en refrigeración. 3. Al momento de emplatar cortar 3 cuadrados de diferentes tamaños del bizcochuelo de miel, colocar el dulce de babaco encima de cada cubode este cuadrado con hojas frescas de albahaca cortadas en chiffonade.
SAL	KG	0,015		1	0,90	0,01	
BIZCOCHELO DE MIEL	KG	0,045		1	4,24	0,19	
AGUA	LITRO	0,065		1	0,60	0,04	
FRUTAS							
BABACO	UNIDAD	0,120		1	1,50	0,18	
ALBAHACA	ATADO	0,030		1	0,85	0,03	
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO	0,63	
Controlar siempre la cantidad de líquido durante la cocción.					ESPECIAS	0,02	
Retirar las hojas de albahaca luego de que se marchiten.					COSTO POTENCIAL	0,30	
Conservar el bizcochuelo previamente elaborado en fundas con cierre hermético.					COSTO RECETA	0,69	
						0,91	
PUNTOS CRITICOS							
Vigilar la textura de la fruta.							
METODOS				TECNICAS			
Reducción				Aromatización			
Horneado							


FICHA Nº		NOMBRE			CATEGORIA		PORCIONES	
3		Degustacion de cheesecakes			Postre		1	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Postre horneado con una base de queso, acompañado de una mermelada elaborada mediante reduccion.								
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD			COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION 1. Desmoldar las porciones de masa y galletas previamente horneadas y conservadas en el frio. 2. Montar las 3 variedades de mermelada en los moldes de Cheesecake y emplatar.	
ABARROTES								
BASE PARA CHEESECAKE	KG	0,120		1	4,90	0,59		
MERMELADA DE UVILLAS	KG	0,025		1	3,00	0,08		
MERMELADA DE MANGO	KG	0,025		1	1,63	0,04		
MERMELADA DE HIGOS	KG	0,025		1	3,99	0,10		
AZÚCAR		0,150		1	0,90	0,14		
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO	0,94		
Durante la cocción de la masa controlar la temperatura para no quemar la galleta.					ESPECIAS	0,03		
La textura de las membradas debe ser densa y firme.					COSTO POTENCIAL	0,30		
Mantener en refrigeración máximo 5 días.					COSTO RECETA	1,03		
						1,36		
PUNTOS CRITICOS								
Temperatura de horneado 150°C								
Tiempo de cocción 30 minutos								
METODOS				TECNICAS				
Coccion en horno				Horneado.				
Coccion a fuego bajo				Reducción.				


UIDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES		
4	Blinis en mouselina de mandarina y romero.			Postre	1		
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Postre con base de masa esponjosa cocida en una plancha, y una crema de cítrica a manera de pastelera.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTES							
MASA DE BLINIS	KG	0,090	1	5,93	0,53	1. En un sartén teflonado preparar 3 blinis, hasta lograr un color dorado oscuro. 2. Aparte en otra olla regenerar la crema de mandarina, luego de calentarla añadir hojas desramadas de romero fresco e integraremos bien en la salsa. 3. Emplatar con una base de crema de mandarina en el plato seguida de un blini, otra capa generosa de crema, y así continuar hasta culminar con el tercer blini. 4. Para terminar espolvorear azúcar impalpable y decorar con hojitas desramadas de romero fresco.	
MUSELINA	KG	0,060	1	4,92	0,30		
AZÚCAR GLASS	KG	0,030	1	4,80	0,14		
ROMERO	ATADO	0,010	1	0,85	0,01		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	0,98		
Conservar la mouselina de mandarina máximo 5 días en refrigeración.				ESPECIAS	0,03		
Conservar la masa de blinis maximo 5 días en refrigeración.				COSTO POTENCIAL	0,30		
				COSTO RECETA	1,08		
					1,42		
PUNTOS CRITICOS							
Controlar la temperatura al momento de regenerar la mouselina.							
METODOS		TECNICAS					
		Espesado con yemas de huevo.					

UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES		
5	Manzanas horneadas y salsa de caramelo.			Postre	1		
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Fruta horneada, servida con una crema líquida de caramelo y canela, acompañada de una lamina de caramelo crocante.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTOS							
AZÚCAR	KG	0,150		1	0,90	0,14	1. Pelar y retirar el corazón de las manzanas, hornear a temperatura alta 180°C aproximadamente. 2. Aparte montar la crema de leche y hacer caramelo. 3. Añadir el caramelo en estado líquido a la crema mientras este aun batiéndose. 4. Retirar las manzanas del horno. 5. Espolvorear con canela en polvo hacer un espejo con la salsa y colocar la manzana.
CANELA EN POLVO	KG	0,030		1	12,00	0,36	
FRUTAS							
MANZANAS	UNIDAD	2,000		1	0,25	0,50	
LÁCTEOS							
CREMA DE LECHE	KG	0,120		1	4,20	0,50	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO		1,50	
Añadir la crema de caramelo cuando la temperatura de la manzana haya descendido.				ESPECIAS		0,04	
				COSTO POTENCIAL		0,30	
				COSTO RECETA		1,65	
						2,18	
PUNTOS CRITICOS							
Agregar el caramelo a la crema montada lo mas frio posible para mantener el volumen.							
METODOS		TECNICAS					
Montado de crema		Horneado					

UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía		
FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES		
6	Tartaleta rellena con mouselina de toronja y crocantes de suspiro.			postre	1		
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Bocadillo elaborado con masa quebrada, relleno de crema citrica, complementado con suspiros							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTÉS							
SUSPIROS	UNIDAD	1,000		1	0,30	0,30	1. Hornear previamente la masa de las tartaletas a fuego medio 160°C aproximadamente durante 30 minutos. 2. Al momento de emplatar untar la base interna de la tartaleta con mantequilla, y enseguida rellenarla con la mouselina de toronja. 3. Emplatar 2 unidades por porción, colocar pedacitos de suspiros en la parte superior.
MUSSELINA DE TORONJA	KG	0,080		1	3,21	0,26	
MASA DE TARTELETA.	KG	0,060		1	6,26	0,38	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO		0,93	
Trabajar con la mouselina fría.				ESPECIAS		0,03	
Hervir el zumo para bajar el amargor de la fruta.				COSTO POTENCIAL		0,30	
Colocar peso en la base de las tartaletas durante el horneado.				COSTO RECETA		1,03	
						1,35	
PUNTOS CRITICOS							
Importante untar la base de la tartaleta con materia grasa.							
METODOS		TECNICAS					
Horneado		Espesado con yemas					

FICHA Nº	NOMBRE		CATEGORIA	PORCIONES	
7	Flan de manzanilla y miel, con flores bañadas en caramelo.		postre	1	
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO		
Postre horneado y cuajado con huevos, aromatizado y acompañado con caramelo.					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES					
HUEVOS	UNIDAD	2,000	1	0,30	0,60
MIEL DE ABEJA	KG	0,060	1	7,00	0,42
FLORES DE MANZANILLA	ATADO	0,030	1	1,30	0,04
AZÚCAR	KG	0,080	1	0,90	0,07
LÁCTEOS					
LECHE	LECHE	0,150	1	0,75	0,11
1. Hervir las flores de manzanilla junto con la leche y la miel de abeja, colar y reservar.					
2. Batir los huevos hasta lograr homogenizarlos totalmente, añadir la leche aromatizada con la manzanilla, colar nuevamente.					
3. Verter la mezcla en un molde desmontable y cocinar a baño maría aproximadamente unos 20 minutos.					
4. Una vez frio cubrir con papel film y reservar en el frio.					
5. Para el montaje hacer caramelo, bañar un par de flores de manzanilla con el caramelo elaborado.					
6. Desmoldar y emplatar el flan, decorar con caramelo y las flores.					
NOTAS OBSERVACIONES			SUBTOTAL COSTO	1,24	
Controlar la cantidad de agua para el baño maría.			ESPECIAS	0,04	
Manipular las flores y el caramelo con pinza.			COSTO POTENCIAL	0,30	
Gopear los moldes antes de hornear para sacar las burbujas de aire.			COSTO RECETA	1,37	
				1,81	
PUNTOS CRITICOS					
METODOS		TECNICAS			
Cocción en baño maria					

UÍDE		ESCUELA DE GASTRONOMIA			ESCUELA DE Gastronomía			
FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES			
8	Geometría frozen de tomate de arbol y reduccion de Malbec.			Postre	1			
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Figuras de fruta y crema a manera de mousse moldeadas geometricamente acompañadas con una reduccion de vino.								
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD		COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION		
ABARROTÉS								
GELATINA SIN SABOR.	KG	0,014		1	6,50	0,09	1. Licuar y tamizar la pulpa de la fruta. 2. Montar la crema de leche. 3. Calentar la pulpa con un poco de agua, agregar el azúcar y la gelatina sin sabor. 4. Reservar un poco de la pulpa con la gelatina para decorar. 5. Esperar a que disminuya la temperatura y mezclar en tres partes con la crema de leche. 6. Enmoldar en 2 tipos de moldes y congelar. 7. Para el montaje utilizar dos tipos de formas cuadrados y rectángulos, decorar con la reduccion de vino.	
VINO TINTO	KG	0,030		1	3,50	0,11		
AZÚCAR	KG	0,150		1	0,90	0,14		
FRUTAS								
TOMATE DE ARBOL	UNIDAD	0,200		1	2,50	0,50		
LÁCTEOS								
CREMA DE LECHE	LT	0,050		1	4,20	0,21		
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO		0,80		
Para decorar las figuras con la pulpa vamos a decorar los moldes para luego congelar estas formas antes de enmoldar en postre.				ESPECIAS		0,02		
				COSTO POTENCIAL		0,30		
				COSTO RECETA		0,88		
				1,16				
PUNTOS CRITICOS								
Igualar la temperatura de la crema con la de la pulpa antes de mezclar.								
METODOS		TECNICAS						
Montado de crema		Reducción						
cuajado con gelatina								

FICHA N°		NOMBRE			CATEGORIA		PORCIONES
9		Mousse de rosas, jengibre y miel.			Postre		10 X 120GR
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO			
Postre cremoso con base de aromatica de flores y jengibre, acompañado con caramelo.							
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD			COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES							
CLARAS DE HUEVO	UNIDAD	0,180		1	0,30	0,05	1. Arrancar los pétalos de las rosas y los hervirlos junto con la miel los 400cc de agua y el jengibre previamente rayado, aproximadamente unos 30 minutos, retirar los pétalos, esperar que baje la temperatura para refrigerar a 6°C, refrigeramos.
AZÚCAR	KG	0,220		1	0,90	0,20	
GELATINA SIN SABOR	KG	0,014		1	6,50	0,09	
AGUA	LITRO	0,510		1	0,60	0,31	
MIEL DE ABEJA	KG	0,200		1	7,00	1,40	
FRUTAS.							
JENGIBRE	KG	0,120		1	4,80	0,58	2. Para la mousse primero elaborar un almíbar con 220gr de azúcar y los 110cc de agua, enseguida montamos las claras de huevo con un poco más de azúcar y un par de gotas de zumo de limón cuando las claras estén a punto de nieve agregar el almíbar y batir hasta que la mezcla forme picos o hasta que la base del recipiente se haya enfriado, reservamos en el frío.
ROSAS ORGÁNICAS	RAMO	0,500		1	3,00	1,50	
LÁCTEOS							
CREMA DE LECHE	LITRO	0,400		1	4,20	1,68	3. Una vez fría la reducción de rosas, calentar nuevamente a una temperatura máxima de 30°C y añadir la gelatina sin sabor, batir para bajar la temperatura.
				SUBTOTAL COSTO		5,81	
No olvidar retirar los pétalos para que no se amargue la reducción.				ESPECIAS		0,17	
				COSTO POTENCIAL		0,30	
Moldear sobre un silpat la forma de caramelo deseada.				COSTO RECETA		6,39	
				COSTO PORCIÓN		0,64	
PUNTOS CRITICOS				PVP		0,84	
Agregar la mezcla de crema y reducción de rosas solo si la temperatura es la adecuada.				5. En forma envolvente añadir el merengue italiano a la mezcla de crema y pulpa hasta lograr un color homogéneo en toda la mezcla.			
				6. Enmoldar, cubrir con film y mantener en refrigeración.			
				7. Para el montaje preparar caramelo, desmoldar el postre decorar con el caramelo y una flor o pétalos de la misma.			
METODOS		TECNICAS					
Montado de claras y crema		Reducción					
aromatización							

3.2.4. Focus Group.

“Un Focus Group, tal como se lo denomina en inglés, o Grupo Focal, como se lo llama en el idioma español, es un tipo de técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado.

Su metodología de trabajo consiste en la reunión de un grupo de entre seis y doce personas, más un moderador que será el encargado de hacer las preguntas y dirigir el encuentro. Para que el trabajo del Focus Group sea eficaz el moderador jamás deberá permitir que el grupo se aleje del tema de estudio.

En la interacción del grupo se responderán las preguntas y surgirán otras, mientras que la condición de libertad de opinión resulta ser fundamental para que todos se sientan cómodos y libres de expresar aquello que piensan.” (Definición abc, S/F)

Focus Group: Restaurante para parejas.

OBJETIVO GENERAL: Realizar una sesión de grupo para conocer la opinión de los participantes acerca de este concepto para restaurantes.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer las diferentes opiniones de los participantes con respecto a una serie de preguntas en relación al tema planteado para la sesión de grupo.
- Con las opiniones obtenidas.

Desarrollo de la sesión de grupo.

El día domingo 8 de Febrero del 2015 se convocó a los participantes para dar paso a la sesión de grupo, los 8 participantes fueron: David Cabrera 38 años de edad, Stefano Nastasi 30 años de edad Ximena Bonilla 32 años de edad Daniel Bonilla 18 años de edad Giuliana Márquez 25 años José Antonio Stadler 25 años Maricruz Román 20 años y Daniel Vélez 21 años.

Se dio inicio indicando a los participantes la dinámica de una sesión de grupo, luego de una rápida presentación comenzaron las preguntas.

La primera pregunta consistía en enumerar las 3 principales actividades a realizar a lo largo de la semana en pareja, entre la variedad de respuestas obtenidas tenemos que ir al cine y salir a comer son las actividades de mayor popularidad entre semana, seguida de paseos, rutinas de ejercicios y encuentros en casas para cocinar.

La segunda pregunta habla de la necesidad de una ocasión especial para visitar o no un buen restaurante, aquí los participantes opinaron que no necesariamente, pero si prefieren hacerlo cuando una ocasión lo amerite, para evitar caer en una monotonía, otra de las opiniones decía que un antojo puede convertirse en una ocasión perfecta para visitar este tipo de establecimientos.

La tercera pregunta buscaba conocer inconvenientes y que los participantes hayan pasado durante una cita o eventualidades que desearían evitar, aquí todos los participantes coincidieron en que un servicio lento siempre es un inconveniente, también hicieron observaciones con respecto al ambiente y volumen de la música en los establecimientos, hasta la flexibilidad de los establecimientos para elaborar sus platos de acuerdo con clientes que tengas cierto tipo de limitaciones ya sea por alergias o caprichos con algunos ingredientes.

La cuarta interrogante buscaba conocer opiniones con respecto a la idea de servir menús para compartir; aquí entre las diferentes opiniones los participantes coincidieron en que podría ser una idea siempre y cuando puedas armar tu menú, así como que sería interesante hacer una relación de precios con los platos individuales para analizar la conveniencia de ordenar o no el menú.

En la quinta pregunta se pidieron opiniones sobre el concepto de restaurantes para parejas, en general la idea tiene gran aceptación entre los participantes, incluso comentan sus gustos con respecto al ambiente que debería tener el espacio.

Preguntando sobre factores que puedan influenciar en la decisión de visitar un restaurante, las respuestas de mayor popularidad fueron precio y área de estacionamiento seguidos por tipo de comida y cantidad.

En la séptima pregunta se habló acerca de visitar un establecimiento con una identidad gastronómica propia, los participantes luego de mostrar su aprobación con respecto a hicieron sugerencias tales como la importancia de hacer una descripción detallada o personal capacitado para dar una explicación sobre el plato, así como mencionaron que si es un lugar donde vas a ir a probar cosas nuevas, se debe cuidar mucho la apariencia del establecimiento.

Para finalizar la sesión de grupo se mantuvo una discusión sobre el promedio de consumo cuando sales en pareja o cuando sales en grupos o en familia, si bien las cuentas en grupo son bastante grandes dijeron los participantes, el promedio individual no resulta tan alto ya que al final repartes la cuenta para todos, mientras que las salidas en familia la cuenta la dividen para dos o tres personas máximo, definitivamente al salir en pareja gastan más al estar en un plan de consentirse mutuamente.

En resumen, las respuestas obtenidas durante la sesión de grupo por una parte son las esperadas en un principio, pero sobre todo hay que destacar ciertos aportes y criterios que en un principio no fueron tomados en cuenta pero que luego de esta sesión se hizo clara su importancia para el proyecto como tal.

Recomendaciones:

- Permitir niveles de flexibilidad en el tema de los menús.
- Es muy importante hacer una relación de precios individuales para marcar la relevancia en la venta de menús.
- Facilitar el espacio para grupos de parejas o citas dobles.

Imagen #9
Focus Group.



Elaborado por el autor.

Imagen #10
Focus Group.



Elaborado por el autor.

Imagen # 11
Focus Group.



Elaborado por el autor.

3.3 PLAN DE COUNICACION.

“El Plan de Comunicación es el esqueleto, la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro: el Plan de Comunicación. Se trata de un instrumento que engloba el programa comunicativo de actuación (a corto, medio y largo plazo), y que recoge metas, estrategias, públicos objetivo, mensajes básicos, acciones, cronograma, presupuesto y métodos de evaluación. Con esta herramienta se trata de coordinar y supervisar la optimización de la estrategia de imagen y comunicación de la organización, así como de diseñar las líneas maestras de una gestión informativa y comunicativa específica para la entidad.” (Molera, 2005)

En resumen, el plan de comunicación es el planeamiento sistemático de actividades a realizar para dar a conocer el nombre, actividad o servicio prestado, eslogan ubicación, entre otros de una empresa dentro de un mercado meta preestablecido, en el caso del proyecto en desarrollo, será una herramienta fundamental para mantener para facilitar la

difusión del concepto de “restaurante para parejas” a través de los canales de difusión a utilizar.

3.3.1 Objetivos comunicacionales.

“El Plan de Comunicación permite que la comunicación desarrollada por la entidad responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico y no sea simplemente una serie de acciones inconexas. Supone saber de antemano lo que se pretende y cómo se piensa conseguirlo. Los propósitos fundamentales de un programa de esta índole son:

- *Fundamentar y favorecer la toma de decisiones con respecto a la comunicación.*
- *Eliminar posibles disonancias entre imagen deseada, proyectada y percibida.*
- *Optimizar la gestión estratégica de la imagen y la comunicación. Potenciar y/o inducir a una valoración positiva de la entidad y de sus proyectos por parte de sus públicos prioritarios.*
- *Fijar el orden de prioridades comunicativas. Favorecer la presencia mediática de los proyectos de la organización.” (Molera, 2005)*

Para conseguir un mayor beneficio con el plan comunicacional el punto de partida será el desarrollar y aplicar una campaña publicitaria agresiva, utilizando las redes sociales como principal herramienta, con la finalidad de lograr una presencia de marca en la mente del consumidor, este proceso se ejecutara en un periodo de 3 meses previo a la apertura.

Objetivos:

- Dar a conocer el concepto, e imagen del establecimiento previa apertura.
- Despertar curiosidad en el mercado meta.
- Generar un espacio en el que los clientes puedan aportar con sus críticas, con la finalidad de mejorar el servicio prestado.

3.3.2 Diseño del mensaje de comunicación.

Como introducción a la hora de difundir el mensaje o concepto de la empresa, que es el de un restaurante para parejas focalizado en revivir el concepto de compartir en la mesa. “Un momento para compartir entre 2.”

Compartir no solamente pláticas, opiniones o miradas, compartir un momento sensaciones, revivir historias y reír con ellas, un espacio destinado al goce y disfrute de todos y cada uno de los comensales.

3.3.3 Emisores del mensaje.

La difusión del mensaje se hará a través de la social media, la principal herramienta para ello:

1. Una página web donde exista información permanente respecto a horarios de atención, espacio para reservaciones, un ilustrativo de menús, promociones eventuales, entre otras.
2. El perfil de Facebook está pensado para mantener un contacto permanente con los clientes, constantes sondeos de mercado, y campañas publicitarias, actualización constante de información, sistema de chat inmediato con los clientes con la finalidad de atender cualquier interrogante existente, despliegue de información de contacto y ubicación del establecimiento.
3. Guías gastronómicas y de entretenimiento on-line con la finalidad de con la finalidad de popularizar aceleradamente el establecimiento, es importante recalcar la importancia de estas guías ya que son espacios manejados por los usuarios, destinados a expresar opiniones y calificar el servicio de manera positiva o no.

3.3.4 Mix comunicacional.

El proceso del mix comunicacional del proyecto (4P'S) se encuentra detallado de la siguiente manera:

- **Plaza.** Teniendo delimitada ya una ubicación ventajosa para el proyecto, y así un concepto establecido resta enfocarse en el mercado meta, un segmento específico, se ha seleccionado el mercado de parejas debido a su permanente existencia en el mercado, y su constancia al momento de visitar restaurantes, como un plan perfecto para compartir y disfrutar de la compañía mutua.
- **Precio.** El objetivo de este proyecto no es el de limitar el mercado con elevados precios, sino acoplarse a un consumo de entre \$40 a \$45 dólares por pareja siendo este un consumo promedio según los resultados mostrados en las encuestas realizadas, ofreciendo la mejor calidad posible por el valor detallado.
- **Producto.** Está de más decir que la actividad de un restaurante es vender platillos elaborados, una manera de diferenciarse en el medio es el olvidarse de ofrecer platos a la carta individualmente y ofrecer menús pensados para compartir entre dos, siendo este el producto pensado para ofrecerse en este proyecto, una sencilla y brillante idea para diferenciarse de la oferta.
- **Promoción.** Debido a la alta popularidad del social-media el principal canal de difusión de la empresa será una página “Facebook”, a través de la cual se darán a conocer todas las novedades del establecimiento, de manera inmediata, otra manera relacionada a este tipo de medios es entrar

crear una cuenta en diferentes guías gastronómicas y de tendencia, lograr un buen posicionamiento dentro del ranking y de cada página y así conseguir mayor difusión de la imagen de empresa.

La personalización es un agregado dentro del mix comunicacional de cada empresa, dependiendo del concepto se lo puede o no aplicar.

- **Personalización.** En el caso de este proyecto la personalización se verá reflejada en el tipo de servicio planteado al cliente, en complicidad con los menús diseñados para compartir.

Culminado el estudio técnico se tiene un detalle claro sobre las ventajas del proyecto en relación a la competencia y sus productos ofertados, está clara la forma en la cual se plantea para que el producto ofertado en el proyecto destaque y sobrepase las expectativas de la clientela.

Se ha seleccionado una estratégica ubicación para el proyecto basado en parámetros valorizados positivamente para el proyecto, considerando detalles como seguridad, facilidad de llegada, parqueaderos, transporte de personal, y tranquilidad del sector.

Con ayuda de un plan comunicacional quedo establecida ya estrategia más conveniente para promocionar la empresa así como el mensaje y los medios por los cuales se planea transmitir este mensaje,

CAPÍTULO 4.

Estudio complementario es el detalle organizacional y administrativo del proyecto como tal, su meta es el de organizar, regular todos los procesos o tareas a realizarse por parte de los empleados de la empresa, con la finalidad agilizar, facilitar el cumplimiento no solo de las tareas o procesos del establecimiento, sino optimizar recursos tanto humanos como materia prima.

Así también plantea crear las diferentes jerarquías dentro de cada área para mantener el orden en las diferentes áreas de trabajo, y la asignación de responsables de áreas.

4.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

4.1.1 Descripción de puestos de trabajo.

Para la descripción de puestos de trabajo para el proyecto en desarrollo se tomó como referencia la información descrita en normativas NTE INEN 2008, vale mencionar que estas normas son de carácter voluntario, pero se encuentran avaladas por el instituto de normalización ecuatoriano.

Y en parámetros establecidos bajo los intereses de la empresa, respetando normas y procesos de seguridad alimentaria establecidos por la ley, logrando así un manual de operaciones perfectamente adaptable a los intereses del proyecto, que busca facilitar el desarrollo de las actividades dentro del establecimiento.

- **Administrador;** de acuerdo con la norma NTE INEN2 459 (2008) el administrador debe cumplir las siguientes funciones.

Por funciones:

- Los gerentes y supervisores deben demostrar competencia en seguridad alimentaria a través de los siguientes resultados:

- Entender e identificar los puntos de control de forma que puedan ser implementados y realizar los monitoreos necesarios de forma que se pueda mantener la seguridad alimentaria en el establecimiento de alimentos y bebidas.
- Monitorear las etapas de proceso de producción del establecimiento, considerando las exigencias establecidas de seguridad alimentaria.
- Asegurar el cumplimiento de acciones correctivas para situaciones previstas para seguridad alimentaria.

Por conocimientos: conocimiento operacional y flujo de las etapas del proceso de producción (compras, recibimiento de insumos y materia prima, almacenamiento y selección de las existencias, preparación, cocción, congelamiento, descongelamiento, enfriamiento, refrigeración, y consumo.

- Monitoreo de puntos de control así como estándares aplicables.
- Conocer, también aplicar los puntos críticos o variables en el establecimiento.

Habilidades:

- Comunicación clara y articulada.
- Facilidad de relación interpersonal.
- Elaboración de reportes gerenciales.
- Planificación a corto y mediano plazo.
- Evaluación de ideas y juzgamientos en base a datos y hechos.
- Tomar decisiones individualmente o involucrando a otras personas.
- Llenar formularios y registros simples.

Actividades a realizar según intereses de la empresa:

- Elaborar los horarios de personal.
- Supervisar el cumplimiento de las tareas del personal.
- Responsable de la caja durante el servicio.
- Interactuar con los clientes.
- Elaborar las compras en los días destinados para ello.
- Llevar un control ordenado de la documentación legal del establecimiento.
- Encargado de realizar la revisión de cierres y cuadros de caja diarios.
- Encargado de registrar las facturas de compas en el sistema.

Contador:

A pesar de que se plantea contratar una empresa para delegar los servicios de contabilidad a continuación están descritas las actividades que se plantea delegar.

- Encargado de elaborar los balances de situación de la empresa periódicamente.
- Encargado de realizar los pagos a proveedores.
- Encargado de realizar pagos a empleados.

Chef; de acuerdo con la norma NTE INEN 2 459 (2008) el administrador deberá cumplir las siguientes funciones.

- Orientar al personal a su cargo con respecto a procesos de seguridad alimentaria durante la producción.
- Orientar en cuanto a la aplicación de medidas de control siempre que se observen fallas en los procedimientos que comprenden la seguridad alimentaria.
- Entender e identificar los puntos de control de forma que puedan ser implementados y realizar los monitores necesarios de forma que se pueda mantener la seguridad alimentaria en el establecimiento de alimentos y bebidas.

- Monitorear las etapas de proceso de producción del establecimiento, considerando las exigencias establecidas de seguridad alimentaria.
- Asegurar el cumplimiento de acciones correctivas para situaciones previstas para seguridad alimentaria.

Conocimientos: conocimiento operacional y flujo de las etapas del proceso de producción (compras, recibimiento de insumos y materia prima, almacenamiento y selección de las existencias, preparación, cocción, congelamiento, descongelamiento, enfriamiento, refrigeración, y consumo.

- Buenas prácticas ambientales de higiene, manipulación de alimentos.
- Funcionamiento de puntos de control así como estándares aplicables.
- Conocer, saber aplicar los puntos críticos y sus variables en el establecimiento.

Habilidades:

- Comunicación clara y articulada.
- Facilidad de relación interpersonal.
- Elaboración de reportes gerenciales.
- Planificación a corto y mediano plazo.
- Evaluación de ideas y juzgamientos en base a datos y hechos.
- Tomar decisiones individualmente o involucrando a otras personas.
- Llenar formularios y registros simples.
- inspeccionar visualmente la calidad de los alimentos.
- Agudeza olfativa para definir estado de conservación de los alimentos.
- Agudeza visual para distinguir matices de color.

Actitudes.

- Detallista, metódico, ordenado.

- Confiable, establecer relaciones fácilmente, saber cómo actuar, que decir, hacer sentir como al resto.
- Equilibrado emocionalmente, controlar explosiones temperamentales.

Actividades a desarrollar según intereses de la empresa.

- Supervisar al personal a su cargo.
 - Controlar la calidad del producto ofertado.
 - Apoyar al personal a su cargo durante las horas pico de la jornada.
 - Revisar los inventarios.
 - Controlar las mermas.
 - Elaborar listas de compra.
 - Innovar constantemente la carta.
 - Interactuar con los clientes.
- **Cocineros;** de acuerdo con lo establecido en la norma NTE INEN 2 458 (2008) El personal operativo debe demostrar competencia en seguridad alimentaria, a través de los siguientes resultados:
 - Mantener la higiene personal observando los procedimientos operacionales para no causar la contaminación de los alimentos.
 - Mantener la higiene adecuada del local de trabajo, equipos y utensilios de acuerdo a las buenas prácticas higiénico – sanitaria.
 - Identificar el apareamiento de roedores y plagas y aplicar procedimientos operacionales para prevenir la infestación, de acuerdo con las buenas prácticas higiénico – sanitarias.
 - Prevenir la contaminación de los alimentos a través de la aplicación de las buenas prácticas higiénico – sanitarias.
 - Mantener los recipientes de basura limpios, forrados, tapados y en lugares apropiados.

Conocimientos:

- Higiene personal para el manipulador de alimentos.
- Hábitos de trabajo que prevengan la contaminación de los alimentos.
- Buenas prácticas ambientales de higiene y manipulación de los alimentos.
- Flujo de las etapas del proceso de producción: compra, recibimiento de insumos y materias primas, almacenamiento, selección de existencia (stock), preparación, cocción, congelamiento, descongelamiento, enfriamiento, refrigeración y consumo.

Habilidades.

- Realizar cálculos utilizando las cuatro operaciones y porcentajes simples.
- Llenar formularios y registros de novedades simples.
- Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz.
- Agudeza visual para distinguir colores de memoria.
- Sensibilidad táctil para identificar texturas y asperezas.
- Agudeza olfativa para distinguir estados de conservación de los alimentos.

Actitudes.

- Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- Equilibrado emocionalmente, no transparenta emociones, controla explosiones temperamentales.

Actividades a realizar según intereses de la empresa.

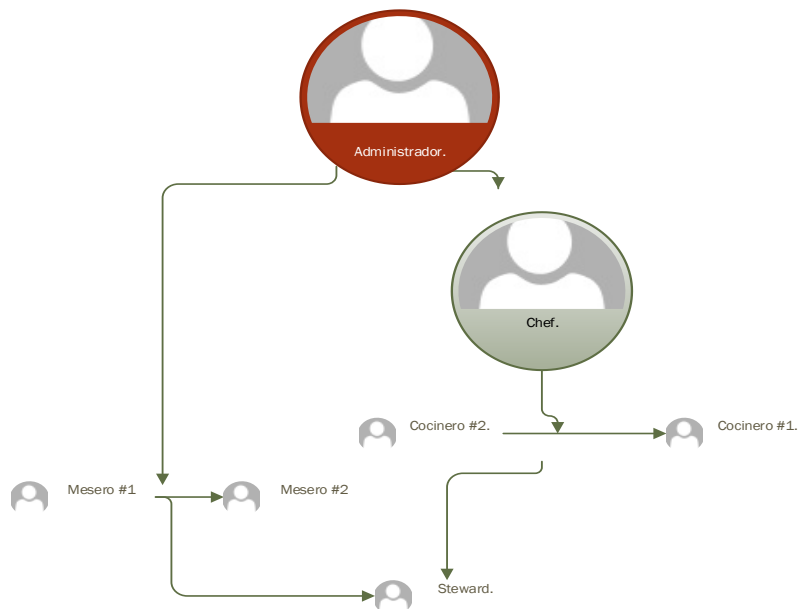
- Apertura de la cocina.
- Limpieza del área de trabajo.
- Preparación de las recetas estándar.

- Cocinar para el personal.
- Realizar inventarios periódicamente.
- Realizar la producción.
- Mantener control sobre las fichas de producción.
- Notificar al chef cualquier anomalía.
- Limpieza y cierre del área de trabajo.
- **Cajero.**
 - Responsable del conteo de la caja chica en la apertura.
 - Realiza el cobro de las facturas en efectivo y tarjetas de crédito.
 - Responsable de realizar anulaciones de “vouchers” si fuese necesario.
 - Responsable de realizar anulaciones de facturas si fuese necesario y notificando a la administración.
 - Realizar arqueos de caja periódicamente durante la jornada, y enviar parte del efectivo a la caja fuerte.
 - Realizar el cuadro y cierre de caja.
 - Apoyar al personal de servicio si fuese necesario.
 - Entregar al administrador el cierre de caja.
- **Meseros.**
 - Responsables de la apertura de salón.
 - Control de insumos necesarios para la jornada.
 - Pulir el menaje para el servicio.
 - Conocer las prioridades de venta de la cocina para ofrecer en el servicio.
 - Conocer los ingredientes y la forma de preparación de los platos y facilitar la explicación a los clientes de ser necesario.
 - Tener buena predisposición para el servicio.
 - Tomar las órdenes y despachar las mesas con mayor eficiencia posible.
 - En caso de irregularidades o inconvenientes con algún cliente notificar inmediatamente al administrador.

- Luego de la jornada organizar el salón para el cierre.
- Personal de limpieza.
 - Encargado de ayudar y agilizar la limpieza durante la jornada.
 - En cocina encargado de la limpieza de menaje de gran tamaño durante los horarios de apertura y producción.
 - Limpieza de trampa de grasa periódicamente.
 - En servicio ayudara con la limpieza de baños durante la apertura.
 - Durante el servicio estará a cargo de la posilleria.
 - Responsable de hacer la lista de compras para insumos de limpieza y mantenimiento del local.

Grafico #14

Organigrama jerárquico de la empresa



Elaborado por el autor.

4.2 ORGANIZACIÓN OPERATIVA.

4.2.1 Descripción y diagramación de procesos.

Con la finalidad de agilizar el entendimiento, de igual manera el cumplimiento de las tareas a realizar por el equipo de trabajo del establecimiento se desarrollara un listado de todas las actividades a realizar en cada una de las áreas de trabajo para fomentar el correcto funcionamiento de las tareas durante la jornada de trabajo.

“Cualquier actividad, o conjunto de actividades, que utiliza recursos para transformar elementos de entrada en resultados puede considerarse como un proceso.

Para que las organizaciones operen de manera eficaz, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados y que interactúan. A menudo el resultado de un proceso constituye directamente el elemento de entrada del siguiente proceso. La identificación y gestión sistemática de los procesos empleados en la organización y en particular las interacciones entre tales procesos se conoce como enfoque basado en procesos” (ISO 2005, ART, 2005)

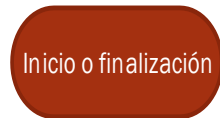
A continuación se describen las tareas a realizar en cada una de las áreas.

1. Procesos y tareas de la administración.

- Control de documentación y permisos de funcionamiento del establecimiento.
- Supervisión de personal.
- Establecer horarios de trabajo.
- Compras de materia prima.

Imagen # 12

Simbología de los diagramas.

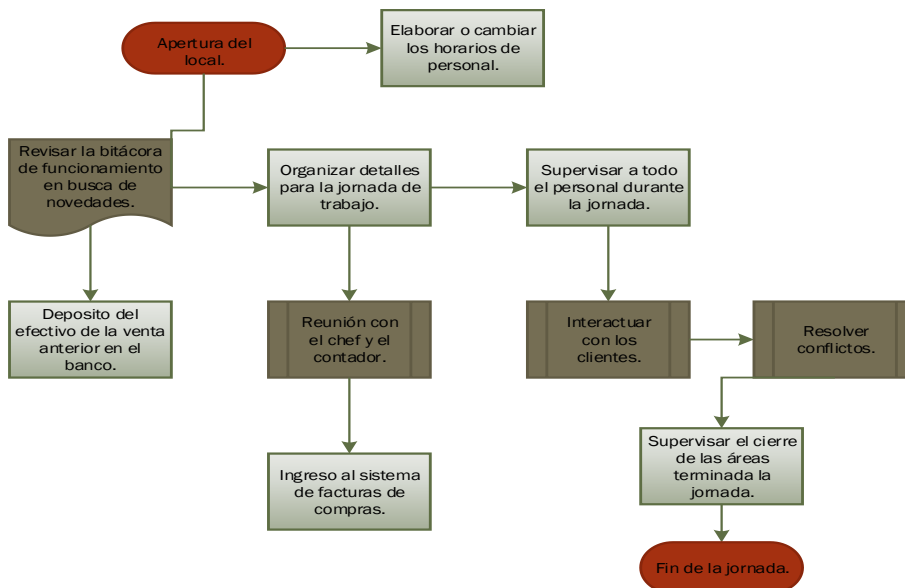


Referencia a otra
página

Elaborado por el autor.

Grafico #15

Diagrama de procesos de administración.



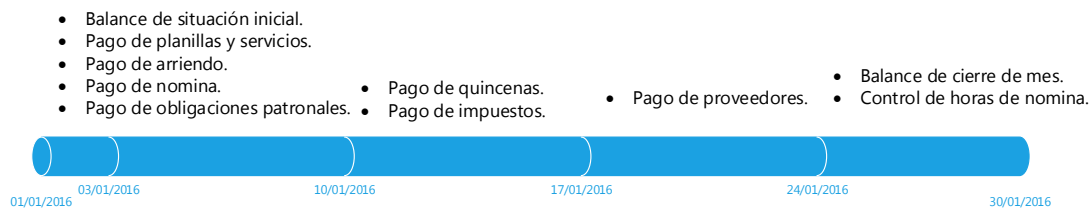
Elaborado por el autor.

2. Procesos y tareas de contabilidad.

- Ingreso de facturas de compras.
- Revisión de cuadros de caja y ventas.
- Elaboración de balances.
- Elaborar detalle de horas y pago a empleados.
- Apertura de línea de crédito con proveedores.
- Pago de proveedores.
- Pago de servicios.

Grafico #16

Línea temporal de pagos.



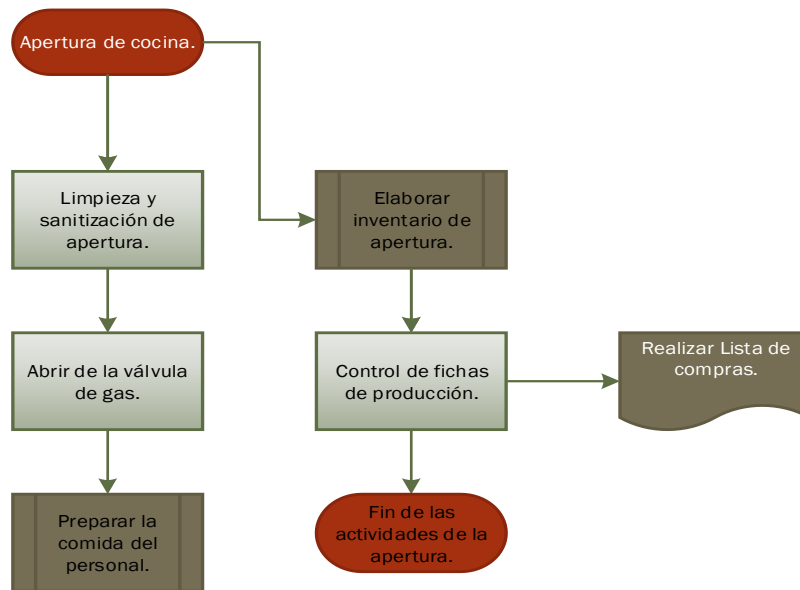
Elaborado por el autor.

3. Procesos de la cocina

- Apertura.
 - Limpieza de apertura.
 - Organizar las actividades del día producción, inventario, lista de compras (máximo dos sugeridas martes para producción y jueves para reabastecimiento.)
 - Control de fichas de la producción.
 - Cocinar para el personal.

Grafico #17

Diagrama de procesos de apertura de cocina.

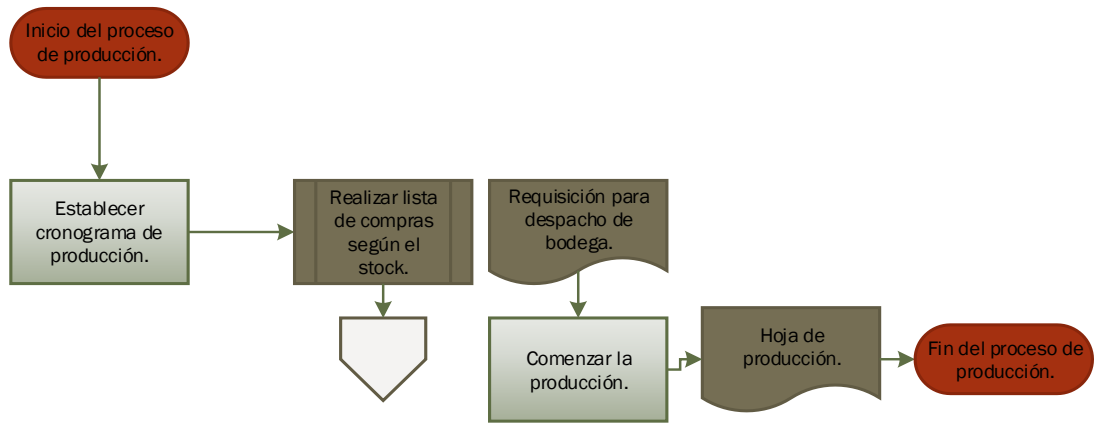


Elaborado por el autor

- Producción.
 - Determinar prioridades de producción.
 - Recepción de mercadería para producción.
 - Detalle de mermas de producción.
 - En caso de eventos u ocasiones especiales organizar la producción para tal evento.

Grafico #18

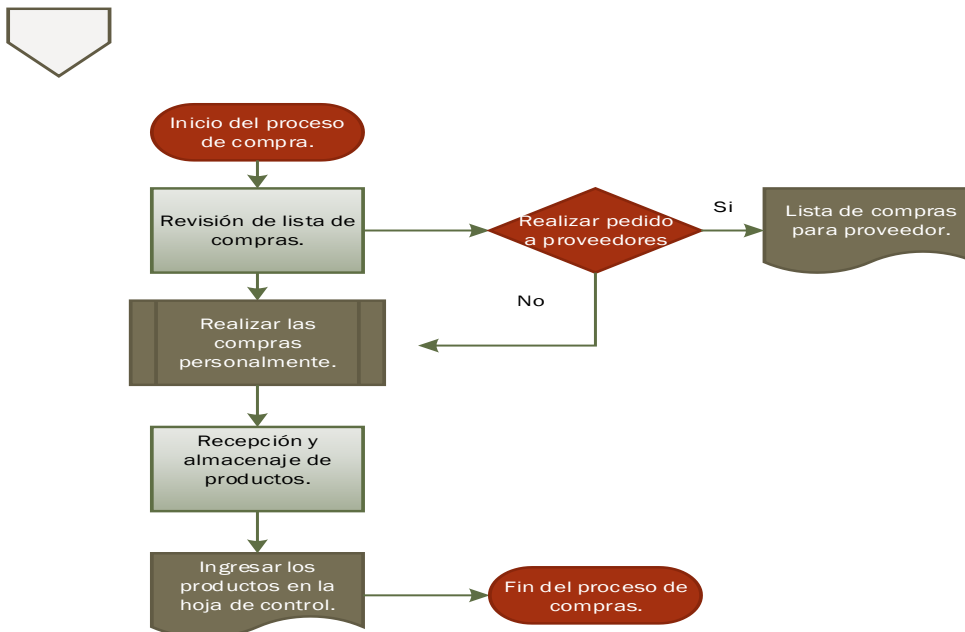
Proceso de producción de cocina.



Elaborado por el autor.

Grafico #19

Diagrama del proceso de compra.

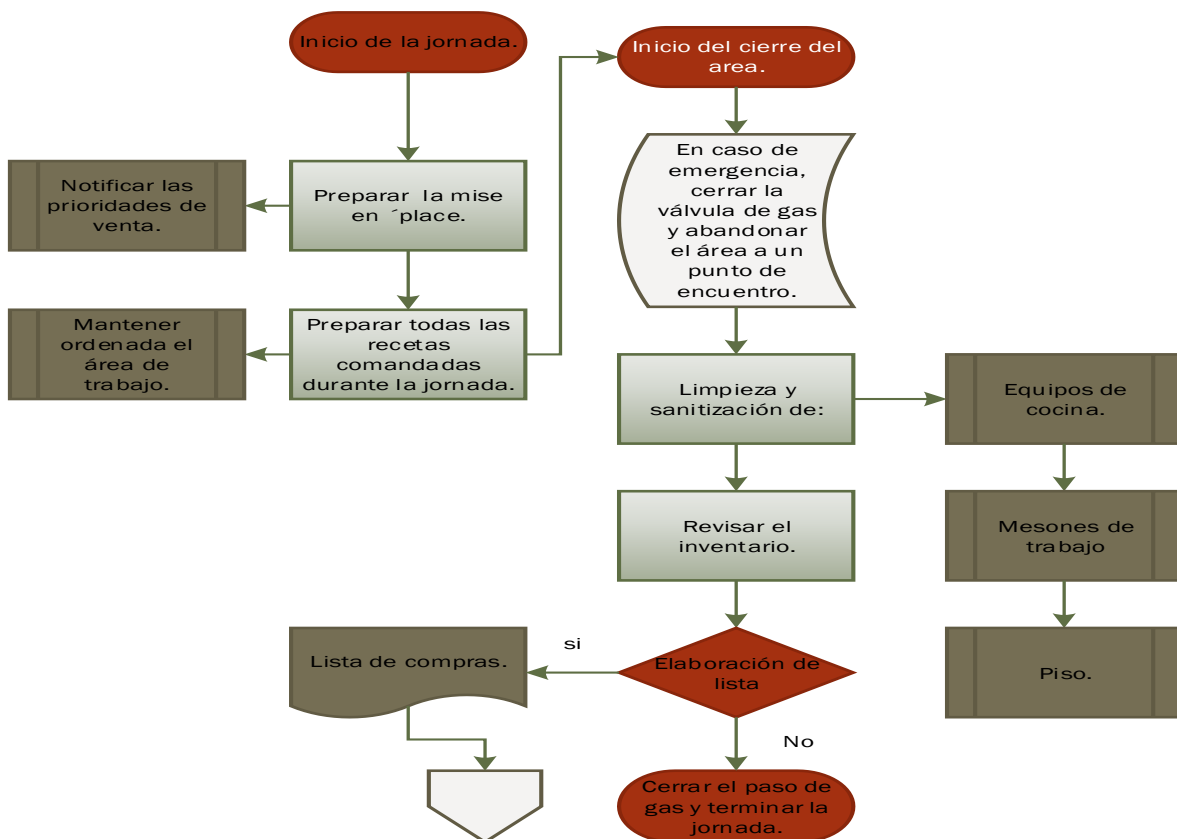


Elaborado por el autor.

- Durante el servicio y posterior cierre de cocina.
 - Limpieza y sanitización de pisos.
 - Limpieza y sanitización de mesones.
 - Limpieza y sanitización de batería de cocina.
 - Limpieza de equipos.
 - Conteo de productos para el siguiente día.
 - Elaboración de lista de compras.

Grafico #20

Diagrama de procesos durante el servicio y posterior cierre de cocina.

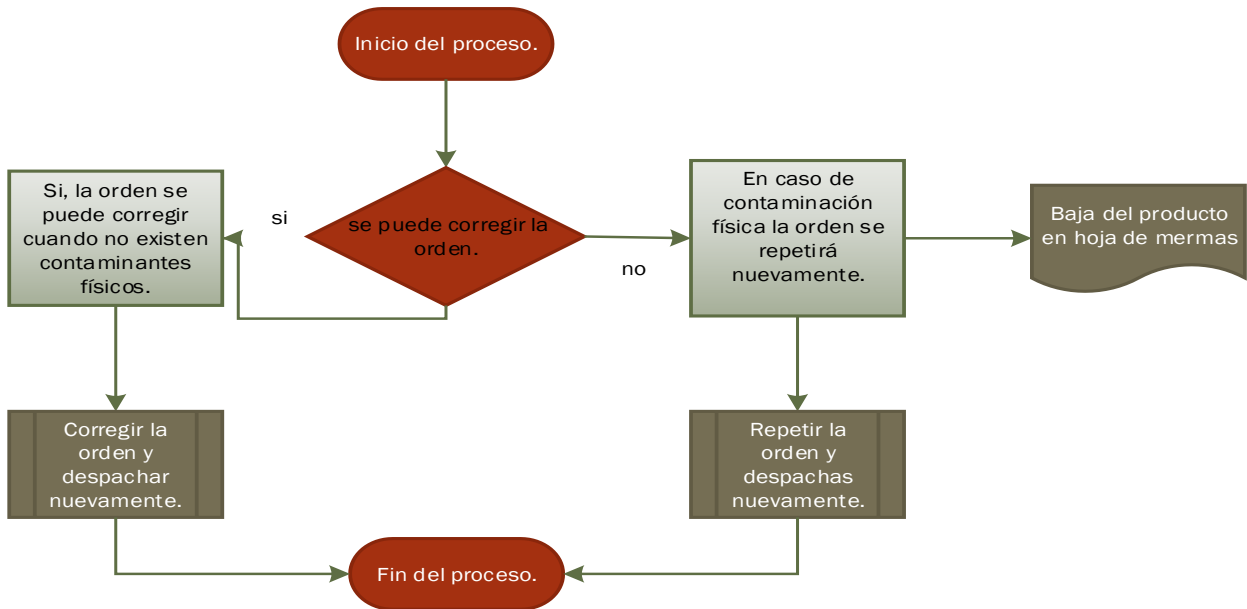


Elaborado por el autor.

- Emergencia.
 - En caso de emergencia el personal inmediatamente debe cerrar la llave de paso de gas.
 - Abandonar el área hacia un punto de encuentro siguiendo las señaléticas de emergencia.
- **Retorno de una orden a cocina.**
 - Cuando las ordenes regresan a cocina por cualquier causa se debe considerar si la orden puede ser corregida o no
 - Se considerara para corrección las recetas que no contengan contaminantes físicos o químicos, por ejemplos trozos de papel de cocina, vidrios, porcelana, o algún tipo de material de limpieza que haya podido contaminar la receta.
 - Estas recetas tendrán prioridad en cocina, se montara nuevamente el plato para ser despachado con la mayor brevedad posible.
 - En caso de no poder ser corregida la receta se preparara nuevamente con la mayor brevedad posible.
 - El personal de cocina deberá notificar al chef para considerar a criterio la baja del producto en la hoja de mermas.

Grafico #21

Diagrama de retorno de órdenes a cocina.



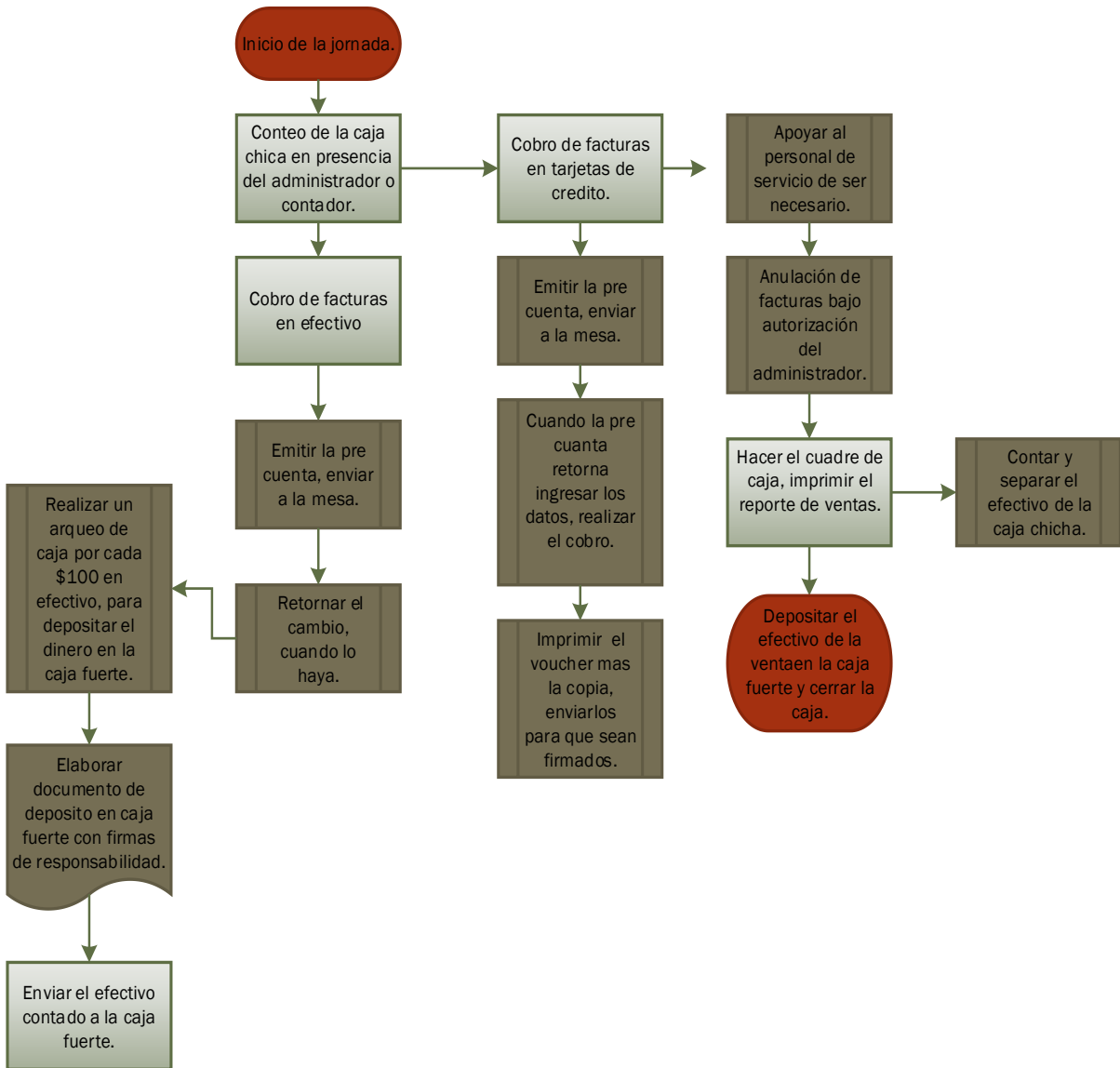
Elaborado por el autor.

4. Procesos de caja.

- Conteo del efectivo en la caja chica.
- Cobro de facturas en efectivo y tarjetas de crédito.
- Anulación de vouchers.
- Anulación de facturas bajo autorización del administrador.
- Arqueo de caja durante la jornada (el arqueo se lo realizara por cada \$100 dólares en efectivo ingresados a la caja por concepto de ventas, con la finalidad de ingresar ese efectivo a una caja de seguridad bajo firmas de responsabilidad.)
- Cuadre y cierre de caja.
- Apoyar al personal de salón si fuese necesario.

Grafico #22

Diagrama de procesos del área de caja.



Elaborado por el autor.

5. Proceso de salón.

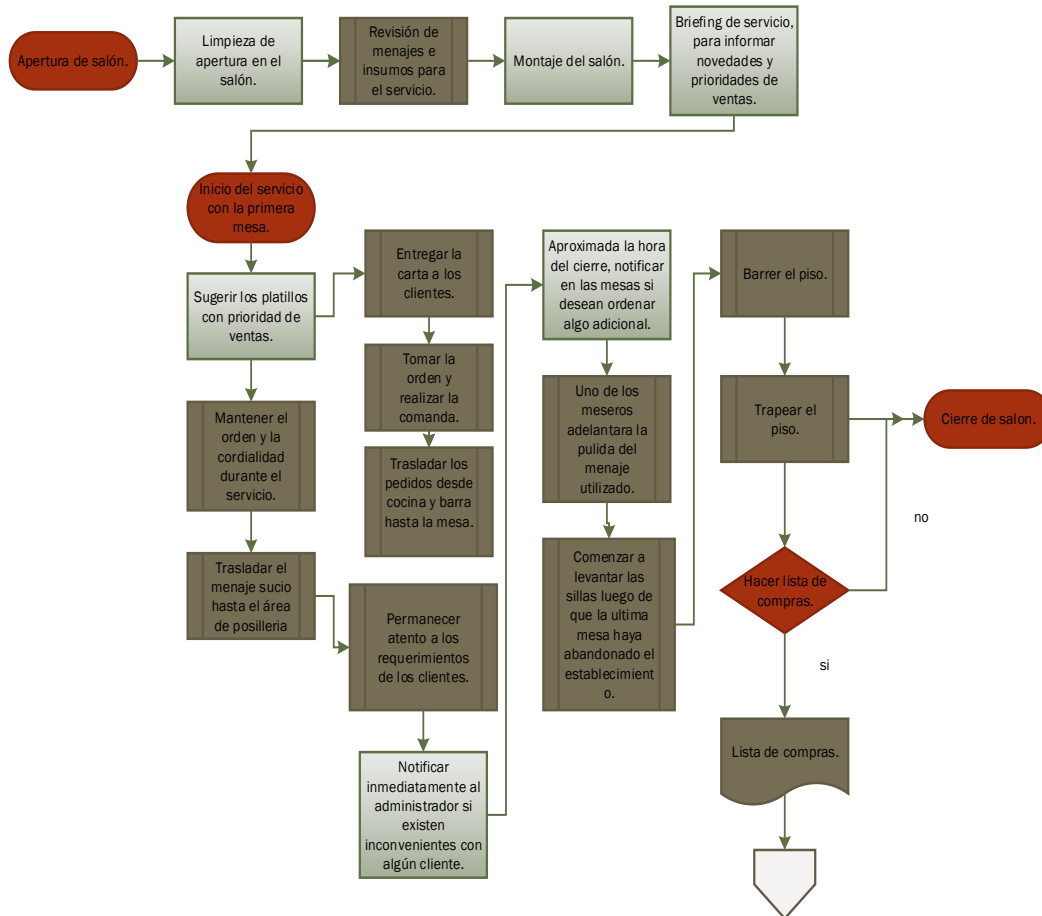
- Apertura.
 - Limpieza de apertura.
 - Montaje del salón.
 - Revisión de menaje e insumos.
 - Briefing de servicio y charla con el chef para informarse de las prioridades de venta.

- Durante el servicio.
 - Sugerir a los clientes los platillos acordados en el Briefing de servicio, entregar los menús y tomar la orden.
 - Ingresar la comanda.
 - Trasladar los pedidos desde la cocina y barra hacia la mesa.
 - Trasladar la loza. Cristalería y cubertería al área de posillería.
 - Mantener orden, y cordialidad todo momento.
 - Permanecer atento a los requerimientos de los clientes.
 - Trasladar la pre cuenta y posterior factura entre caja y mesa para el proceso de cobro.
 - Notificar a la administración eventualidades y conflictos en mesa si los existiese.

- Cierre.
 - Limpieza de cierre.
 - Ordenar y pulir el material utilizado.
 - Elaborar una lista de compras si es necesario.

Grafico #23

Diagrama de procesos del área de servicio.



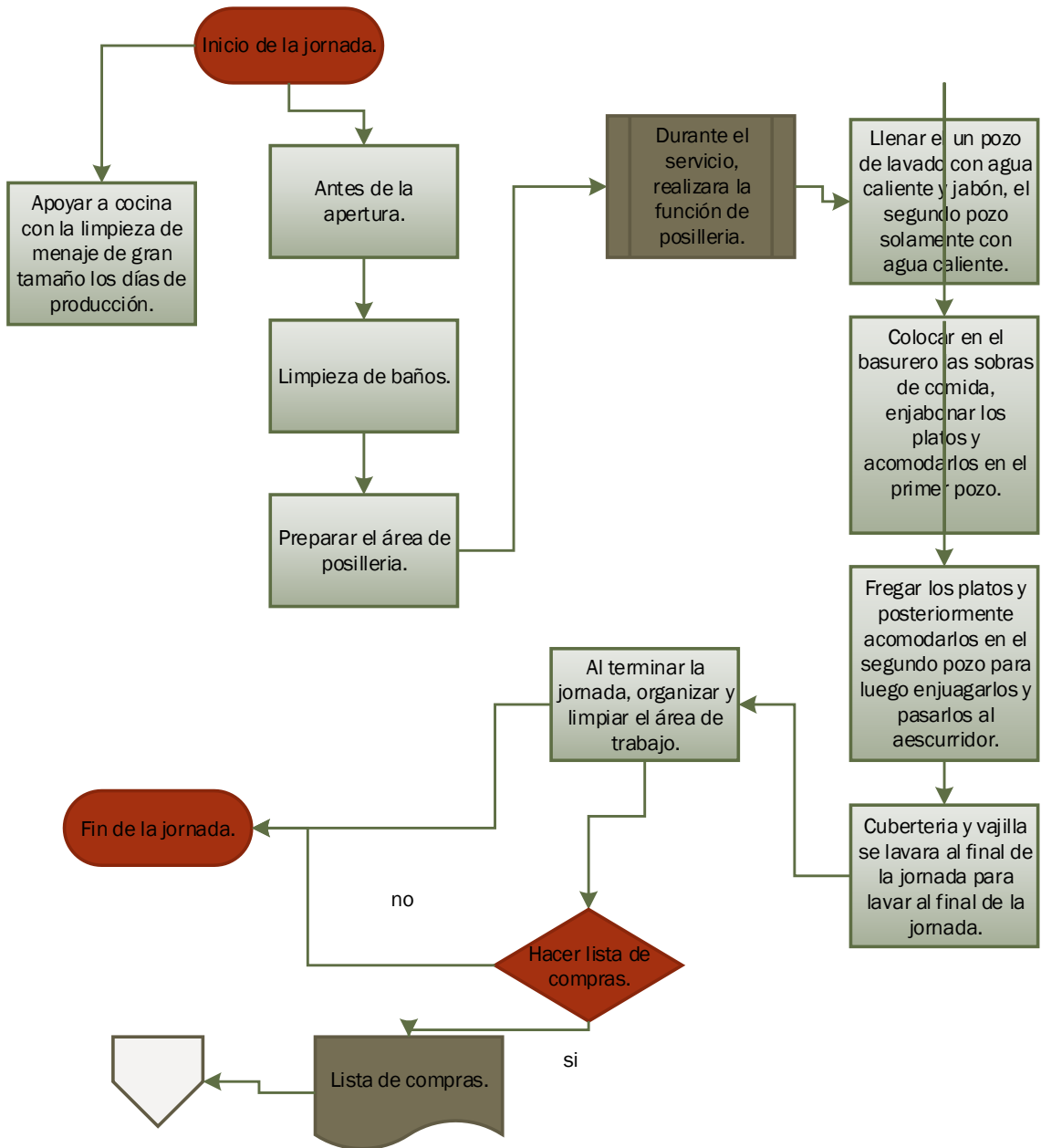
Elaborado por el autor.

6. Procesos del Steward.

- Encargado de la limpieza de menaje de cocina de gran tamaño.
- Preparar los pozos de posillería previa a comenzar la jornada.
- Limpieza de baños.
- Elaborar lista de comprar de los productos de limpieza.

Grafico #24

Diagrama del proceso de limpieza.



Elaborado por el autor.

4.2.2 Diseño de marca.

Es esta la etapa del proyecto en la que se procederá a crear la imagen del mismo, crear un logotipo sutil para usarlo como imagen de la marca, utilizando una agradable combinación de colores con la finalidad de captar la atención de la clientela, todo esto seguido del nombre seleccionado para el establecimiento y un corto mensaje.

Imagen# 13

Logotipo del proyecto.



Elaborado por el autor.
Editado por Carolina Miño.

"Un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores" (Fischer Laura, 2004)

⁵ Ishkay pretende ser el pionero en la ciudad de Quito en aplicar la categoría "Adults Only" adultos solamente es una categoría fuertemente popularizada en hoteles y resorts 5 estrellas que tangibiliza la idea de unas cortas y románticas vacaciones en instalaciones preparadas solamente para público adulto.

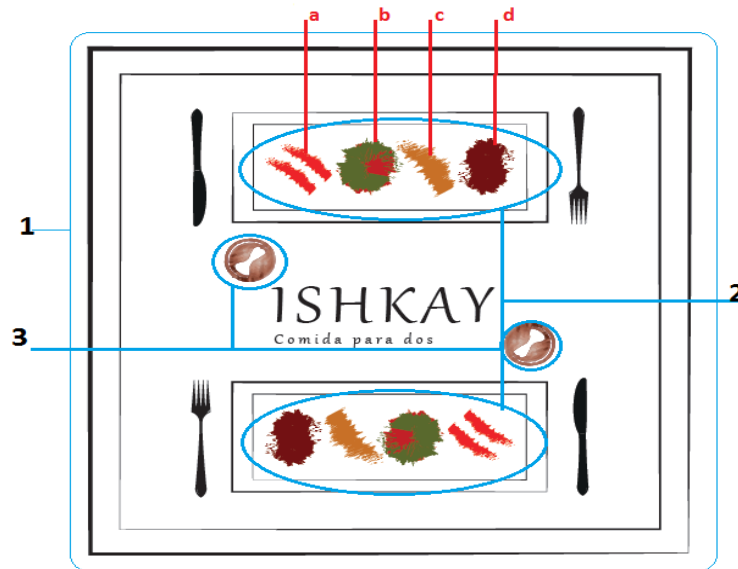
"Descubra un nuevo concepto de hoteles sólo para adultos, ideales para escapadas románticas, para viajes tranquilos sin niños, para encontrar nuevos amigos... y todo ello en hoteles que ofrecen un excelente servicio, una exquisita y variada gastronomía y múltiples opciones de ocio y diversión para que su próxima estancia sea, simplemente, perfecta." (Grupo Barcelo, 2015)

El concepto a desarrollar es similar, crear un espacio destinado solamente a la atención a parejas dentro de un ambiente romántico y acogedor, ofreciendo un servicio cordial e interactivo, es importante resaltar que la idea no es la de ofrecer un servicio a la mesa totalmente formal y protocolario.

⁵ Ishkay en lengua kichwa se traduce como dos.

Imagen# 14

Descripción del logotipo.



Elaborado por el autor.

El nombre, slogan y logotipo de la empresa estar representados de la siguiente manera;

1._El logotipo es la toma del plano superior de una mesa, con montaje de vajilla y cubertería para dos personas, centrado en la mesa se incluye en nombre y eslogan de la empresa.

2._ Dentro de los platos se utilizaron variedad de llamativos colores con la intención de expresar la identidad propia del tipo de cocina que se plantea para el proyecto.

La teoría del color detalla diferentes impresiones que pueden transmitir los colores con solo echar un vistazo rápido.

“La psicología del Color funciona a través de los eventos que vivimos día tras día y a la educación que nos imparten desde muy pequeños, por ejemplo sabemos que el color rojo, tiene que ver con prohibición, un semáforo, una señal de prevención, de alerta etc, que el color verde está asociado a

las plantas, a la vida, a lo ecológico, al dinero, y que el negro es asociado a la ausencia de la luz, a la elegancia, a la muerte y así muchos otros colores, eventos y objetos con los que el ser humano convive, interactúa y asocia día tras día desde muy pequeño.” (Publicidad pixel, 2015)

- a) ⁶El color rojo es frecuentemente utilizado por lograr llamar la atención rápidamente, es importante destacar que por más llamativo que pueda resultar es un color que puede generar fatiga visual si se lo usa en exceso, en el logotipo se presenta linealmente a manera de decoración.
- b) ⁷El color verde está directamente relacionado con la naturaleza, relajación y frescura, dentro del logotipo viene a representar una guarnición vegetal, en combinación con los tonos rojizos añadidos al mismo.
- c) ⁸ El color amarillo transmite calidez, alegría y luminosidad, en el platillo representado en el logotipo este color viene a ser el complemento de género cárnico.
- d) ⁹Por último el color café en este logotipo viene a representar un elemento rustico, tradicional, una porción de carne, que combinada con el resto de elementos y colores descritos buscan capturar la atención de la clientela.

3._Los círculos violetas representan el espacio destinado al vino que acompaña la comida y platica durante la velada.

“El vino, liberador de las preocupaciones del alma, potenciador de la audacia, estimulador de la conversación e inspirador por excelencia, fue, sin duda alguna, la bebida por antonomasia de los antiguos griegos y romanos.” (Hernández, 2012).

⁶ Resumen de la siguiente fuente. (Publicidad pixel, 2015)

⁷ Resumen de la siguiente fuente. (Publicidad pixel, 2015)

⁸ Resumen de la siguiente fuente. (Publicidad pixel, 2015)

⁹ Resumen de la siguiente fuente. (Publicidad pixel, 2015)

Esta simple pero agradable combinación de elementos y colores son los idóneos para representar la imagen del establecimiento.

Para la debida certificación sobre el derecho de uso del nombre el Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI) pone a disposición el servicio de búsqueda de coincidencias fonéticas, este proceso deberá ser realizado electrónicamente a través de la página de dicha institución.

El costo del trámite de coincidencia fonética tiene un valor de \$16 dieciséis dólares americanos, luego de la comprobación del nombre se puede proseguir al registro de la marca y distintivo, siguiendo el mismo procedimiento en línea presentando la documentación así como el pago de \$208 doscientos ocho dólares americanos.

Es importante recalcar que los documentos deben ser escaneados en formato PDF así como el recibo de los pagos, cargados en el portal web para dar inicio al trámite.

4.2.3 Misión.

¹⁰La misión es el objetivo central de la empresa, un enfoque al servicio que va a prestar, esta tiene que marcar diferencia entre la competencia.

La misión de la empresa es:

Dentro de un agradable ambiente, dedicar todos nuestros esfuerzos para brindar una excelente velada.

¹⁰ Extracto de la materia impartida en la clase de Taller de proyectos.

4.2.4 Visión.

¹¹La visión es la imagen a futuro que buscamos crear para nuestra empresa, esta tiene que ser altamente motivadora, generando compromiso entre los colaboradores de la empresa.

Enfocar todos nuestros esfuerzos en mejorar diariamente para ofrecer un servicio de calidad superior, mejorando la experiencia en su próxima visita.

4.2.5 Objetivos.

Para este proyecto se plantean 2 objetivos generales y 3 objetivos específicos para el primer año de funcionamiento.

Objetivos generales.

- Llegar a ser una de las primeras alternativas si no la primera entre nuestros clientes a la hora de salir a comer.
- Superar nuestros pronósticos de ventas y generar una mayor rentabilidad durante el primer año de funcionamiento.

Objetivos específicos.

- Con la experiencia adquirida durante el funcionamiento del establecimiento optimizar de la mejor manera recursos humanos como materia prima con la finalidad de mejorar la rentabilidad del establecimiento.
- Innovar constantemente el menú ofrecido, combinando productos de uso cotidiano, así como otros un poco más exóticos, con la finalidad de mantener siempre la atención de nuestros clientes.
- Fidelizar a la clientela con un trato siempre amable, un servicio ágil, calidad de producto y excelentes precios.

4.2.6 Diseño del local.

El siguiente diseño es solamente un modelo referencial para mostrar una distribución idónea de las áreas del establecimiento.

¹¹ Extracto de la materia impartida en la clase de Taller de proyectos.

Grafico #25

Croquis de distribución de áreas.



Elaborado por el autor.

La descripción de procesos así como sus respectivos diagramas sirven para facilitar la comprensión de las tareas a realizarse dentro del área de trabajo, es una manera sistemática y organizada para facilitar la comprensión de las funciones de cada cargo y área de trabajo.

Luego de haber culminado la redacción del capítulo #4 existe ya una lista de descripción de puestos de trabajo que facilitara la búsqueda de personal con perfiles determinados para las diferentes áreas o tareas planteadas para el desarrollo de las actividades de la empresa.

Así mismo esta descrita ya la genealogía jerárquica de los puestos de trabajo donde esta detallado el responsable de cada área, las labores, tareas de cada uno de los involucrados con la empresa.

En la descripción de puestos de trabajo claramente están detalladas normativas regulatorias planteadas por el Servicio ecuatoriano de normalización INEN para garantizar la seguridad alimentaria en los procesos a realizarse dentro del establecimiento.

CAPITULO 5.

El estudio financiero en uno de los puntos de mayor relevancia para el proyecto, es en esta etapa donde se detallara el total de inversión así como un tiempo estimado para el retorno de esa inversión con base en las proyecciones de ventas establecidas.

Como dato referencial se plantea realizar un presupuesto de ventas basado en el costo de inventario, considerando la posibilidad de ajustar este presupuesto dependiendo del comportamiento de la demanda, así mismo es de suma importancia la existencia de un presupuesto como para recursos humanos ya que estos son el motor de la empresa y descuidarlos sería un grave error.

Los estados financieros serán son el indicador necesario para conocer de manera actualizada el estado de la empresa, los tiempos estimados de retorno de la inversión basado en las proyecciones de ventas realizadas.

5.1 GENERALIDADES.

“El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.” (Federico, 2012)

5.2 INVERSION INICIAL.

5.2.1 Amortización del crédito.

Para el cálculo de la tasa de amortización del crédito se a selecciono el sistema francés debido a que mantiene una cuota contante facilitando el cálculo de las obligaciones pendientes de la empresa con la entidad financiera

Imagen# 15

Tabla de amortización del crédito

Fecha: 01/07/2015	Producto: PRODUCTIVO / COMERCIAL
Plazo / Número de Cuotas: 42 Cuota(s)	Fecha Inicio Pago: 01-ago-2015
Tasa Interés Nominal: 11.2%	Tipo de Tasa: Reajutable
Tipo de sistema de Amortización: FRANCES	Tasa Contribución Solca: 0,5 %

Datos Financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto Financiado (USD)	35000		Monto del crédito solicitado
Monto líquido (USD)	34825.0		Monto acreditado en la cuenta
Cuota Financiera (USD)	1004.4	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota Total (USD)	1019.57	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / Número de cuotas	42	Mensual	Número de cuotas a pagar por el cliente en todo el plazo del crédito
Tasa Interés Nominal (%)	11.2	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio de crédito.
Tasa de Interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	11.1	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio del crédito del segmento
Tasa Interés efectiva anual (%)	12.66	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el período de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el período de capitalización
Suma de Cuotas (USD)	42822.02		Sumatoria de cuotas que paga el cliente
Carga Financiera (USD)	7474.37		Sumatoria de intereses y primas

Tabla de amortización							
CUOTA	FECHA DE PA	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DES	SEGURO INC	VALOR CUOT	SALDO
0	01-jul-15	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35000.0
1	01-ago-15	678.32	326.08	15.17	0.0	1019.57	34321.68
2	01-sep-15	684.93	319.76	14.88	0.0	1019.57	33636.75
3	01-oct-15	691.61	313.38	14.58	0.0	1019.57	32945.14
4	01-nov-15	698.35	306.94	14.27	0.0	1019.56	32246.79
5	01-dic-15	705.16	300.43	13.98	0.0	1019.57	31541.63
6	01-ene-16	712.04	293.86	13.67	0.0	1019.57	30829.59
7	01-feb-16	718.98	287.23	13.36	0.0	1019.57	30110.61
8	01-mar-16	725.99	280.53	13.05	0.0	1019.57	29384.62
9	01-abr-16	733.07	273.77	12.73	0.0	1019.57	28651.55
10	01-may-16	740.22	266.94	12.41	0.0	1019.57	27911.33
11	01-jun-16	747.43	260.04	12.1	0.0	1019.57	27163.9
12	01-jul-16	754.72	253.08	11.77	0.0	1019.57	26409.18
13	01-ago-16	762.08	246.05	11.44	0.0	1019.57	25647.1
14	01-sep-16	769.51	238.95	11.11	0.0	1019.57	24877.59
15	01-oct-16	777.01	231.78	10.78	0.0	1019.57	24100.58
16	01-nov-16	784.59	224.54	10.44	0.0	1019.57	23315.99
17	01-dic-16	792.24	217.23	10.1	0.0	1019.57	22523.75
18	01-ene-17	799.96	209.85	9.76	0.0	1019.57	21723.79
19	01-feb-17	807.76	202.39	9.42	0.0	1019.57	20916.03
20	01-mar-17	815.64	194.87	9.06	0.0	1019.57	20100.39
21	01-abr-17	823.59	187.27	8.71	0.0	1019.57	19276.8
22	01-may-17	831.62	179.6	8.35	0.0	1019.57	18445.18
23	01-jun-17	839.73	171.85	7.99	0.0	1019.57	17605.45
24	01-jul-17	847.92	164.02	7.63	0.0	1019.57	16757.53
25	01-ago-17	856.18	156.12	7.27	0.0	1019.57	15901.35
26	01-sep-17	864.53	148.15	6.89	0.0	1019.57	15036.82
27	01-oct-17	872.96	140.09	6.52	0.0	1019.57	14163.86
28	01-nov-17	881.47	131.96	6.14	0.0	1019.57	13282.39
29	01-dic-17	890.07	123.75	5.75	0.0	1019.57	12392.32
30	01-ene-18	898.74	115.45	5.37	0.0	1019.56	11493.58
31	01-feb-18	907.51	107.08	4.98	0.0	1019.57	10586.07
32	01-mar-18	916.36	98.63	4.58	0.0	1019.57	9669.71
33	01-abr-18	925.29	90.09	4.19	0.0	1019.57	8744.42
34	01-may-18	934.31	81.47	3.79	0.0	1019.57	7810.11
35	01-jun-18	943.42	72.76	3.39	0.0	1019.57	6866.69
36	01-jul-18	952.62	63.97	2.98	0.0	1019.57	5914.07
37	01-ago-18	961.91	55.1	2.56	0.0	1019.57	4952.16
38	01-sep-18	971.29	46.14	2.14	0.0	1019.57	3980.87
39	01-oct-18	980.76	37.09	1.72	0.0	1019.57	3000.11
40	01-nov-18	990.32	27.95	1.3	0.0	1019.57	2009.79
41	01-dic-18	999.97	18.72	0.88	0.0	1019.57	1009.82
42	01-ene-19	1009.82	9.41	0.44	0.0	1019.67	0.0
* Esta información es únicamente referencial y puede ser modificada sin previo aviso							

Elaborado por Banco del Pichincha.

5.2.2 Requisitos legales para la apertura del RUC.

Requisitos:

- **PERSONAS NATURALES**
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo
- **SOCIEDADES**
- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

- **Procedimiento:**
 - El contribuyente se acerca a cualquier ventanillas de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- **Costo**
 - Sin costo directo para el contribuyente
 - Tiempo Estimado de Entrega:
 - 5 minutos
 - Teléfonos generales:
 - 1 700 774 774 (1700 SRI SRI)

5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS.

5.3.1 Establecimiento de precios y costos de producción.

Para el cálculo del costo de producción de las diferentes cartas se trabajó con un porcentaje del 30% para mantener un margen que permita absorber el incremento del costo de ciertos productos durante temporadas específicas del año situaciones que puedan afectar al costo de los mismos.

Imagen # 16

Detalle de costo, utilidad, iva y pvp.

Detalle de costo,utilidad,Iva, Pvp				
ENTRADAS	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Carpaccio de manzanas y queso camembert.	1,94	1,16	0,37	3,47
Camarones al pesto.	2,51	0,84	0,40	3,75
Dips de suquini	0,51	1,20	0,21	1,92
Brusquetas de pollo	3,18	1,02	0,50	4,70
Tortillas de papa y camote	1,68	1,82	0,42	3,92
Cubos de pollo y masa de arroz	1,89	1,61	0,42	3,92
Brochetas aire mar y tierra	1,56	1,94	0,42	3,92
Camarones y chocolate	2,79	3,36	0,74	6,89
Sopa de apio y clavo de olor	0,93	1,17	0,25	2,35
sopa de vegetales y vino blanco	1,02	1,08	0,25	2,35
sopa de zanahoria y tocino	2,03	0,67	0,32	3,02
Sopa de Arvejas y almendras	2,17	0,73	0,35	3,25
PLATOS FUERTES.	Costo	Utilidad	12% IVA	TOTAL
Solomillo y mermelada de cebolla	4,2	2,35	0,79	7,34
Corvina y pistachos	5,51	1,79	0,88	8,18
Salon en bechamel de esparragos	4,05	1,30	0,64	5,99
Pechuga de pollo, miel de limon	3,06	3,04	0,73	6,83
Filete de robalo en reduccion de aji	4,05	2,25	0,76	7,06
Escalopos de cerdo, manzana y yucas	2,95	2,85	0,70	6,50
Camarones en salsa de zapote	3,93	2,52	0,77	7,22
cerdo y macadamias	3,67	2,08	0,69	6,44
Pollo y maní	3,01	2,84	0,70	6,55
Langostinas y salsa de almejas	5,61	1,79	0,89	8,29
cordero a la mandarina	5,76	1,84	0,91	8,51
pollo mango y cebollin	2,7	2,95	0,68	6,33
costillas de cordero y pure de zapallo	3,72	2,08	0,70	6,50
Milanesa de res, y vegetales gratinados	5,47	1,23	0,80	7,50
cerdo marinado en albahaca	3,62	2,08	0,68	6,38
POSTRES	Costo	Utilidad	12%IVA	TOTAL
Mousse de zapote	0,44	1,96	0,29	2,69
Babaco y albahaca.	0,69	1,61	0,28	2,58
Trilogia de cheesecake	1,03	1,67	0,32	3,02
Blinis de mandarina y romero	1,08	1,12	0,26	2,46
Manzanas horneadas en salsa de caramelo	1,65	0,85	0,30	2,80
Tartaletas rellenas de Musselina	1,03	0,97	0,24	2,24
Flan de manzanilla	1,37	1,23	0,31	2,91
Geometria de tomate de arbol	0,88	1,62	0,30	2,80
Mousse de rosas y caramelo	0,64	1,46	0,25	2,35

Elaborado por el autor.

Con la finalidad de aumentar la rentabilidad de cada plato se asignó directamente un valor de utilidad a cada plato tomando en cuenta los ingredientes utilizados y su elaboración, procurando mantener los precios finales de venta de cada plato dentro de rango similares de precios.

Tabla # 6

Carta para el primer trimestre.

Carta #1				
Entradas	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Carpaccio de manzanas y queso camembert.	1,94	1,16	0,37	3,47
Camarones al pesto.	2,51	0,84	0,40	3,75
Dips de zuquini	0,51	1,20	0,21	1,92
Sopa de Arvejas y almendras	2,17	0,73	0,35	3,25
Fuertes	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Solomillo y mermelada de cebolla	4,2	2,35	0,79	7,34
Salón en bechamel de espárragos	4,05	1,30	0,64	5,99
Pechuga de pollo, miel de limón	3,06	3,04	0,73	6,83
Filete de robalo en reducción de ají	4,05	2,25	0,76	7,06
cerdo y macadamias	3,67	2,08	0,69	6,44
Postres	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Flan de manzanilla	1,37	1,23	0,31	2,91
Geometría de tomate de Árbol y reducción de malbec	0,88	1,62	0,30	2,80
Mousse de rosas jengibre y caramelo	0,64	1,46	0,25	2,35

Elaborado por el autor.

Tabla # 7

Carta para el segundo trimestre.

Carta #2				
Entradas	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
sopa de zanahoria y tocino	2,03	0,67	0,32	3,02
Brusquetas de pollo	3,18	1,02	0,50	4,70
Tortillas de papa y camote	1,68	1,82	0,42	3,92
Camarones y chocolate	2,79	3,36	0,74	6,89
Fuertes	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Escalopas de cerdo, manzana y yucas	2,95	2,85	0,70	6,50
Camarones en salsa de zapote	3,93	2,52	0,77	7,22
Pollo y maní	3,01	2,84	0,70	6,55
Langostinos y salsa de almejas	5,61	1,79	0,89	8,29
costillas de cordero y puré de zapallo	3,72	2,08	0,70	6,50
Postres	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Blinis de mandarina y romero	1,08	1,12	0,26	2,46
manzanas horneadas en salsa de caramelo	1,65	0,85	0,30	2,80
Tartaletas rellenas de muselina de toronja	1,03	0,97	0,24	2,24

Elaborado por el autor.

Tabla # 8

Carta para el tercer trimestre.

Carta #3				
Entradas	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Brochetas aire mar y tierra	1,56	1,94	0,42	3,92
Cubos de pollo y masa de arroz	1,89	1,61	0,42	3,92
Sopa de apio y clavo de olor	0,93	1,17	0,25	2,35
sopa de vegetales y vino blanco	1,02	1,08	0,25	2,35
Fuertes	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Corvina y pistachos	5,51	1,79	0,88	8,18
cordero a la mandarina	5,76	1,84	0,91	8,51
pollo mango y cebollín	2,70	2,95	0,68	6,33
Milanesa de res, y vegetales gratinados	5,47	1,23	0,80	7,50
cerdo marinado en albahaca	3,62	2,08	0,68	6,38
Postres	Costo	Utilidad	12% iva	TOTAL
Mousse de zapote	0,44	1,96	0,29	2,69
Babaco y albahaca.	0,69	1,61	0,28	2,58
Trilogía de Cheesecake	1,03	1,67	0,32	3,02

Elaborado por el autor.

5.3.2 Pronostico de ventas.

Calculando un aforo máximo de 28 pax por servicio, durante dos servicios diarios

Utilizando una regla de 3 tenemos que el porcentaje de rotación para un total de 22 pax promedio diario es del 39,29% siendo este valor el punto de partida para calcular un pronóstico de ventas en un panorama neutral.

Tabla # 9

Pronostico de ventas.

Pronostico de ventas.	
Aforo maximo por servicio	28
% de rotacion diaria	39
Total de pax	22
Dias laborables	5
Semanas	4
Meses	12
Total de clientes	5280
Consumo promedio	25
Total anual de ventas	132000
30% costo de producción	39600
Ingreso neto anual	92400

Elaborado por el autor.

Dentro del valor de los \$25 de consumo promedio como por persona se consideró el costo de una entrada, un plato fuerte, un postre y 2 copas de vino, dentro de las estrategias de venta se planteó la idea de promocionar menús para dos personas donde se les permita elegir de la carta dos entradas dos platos fuertes dos postres y una botella de vino, con la intención de asegurar un consumo constante de \$50 dólares americanos por pareja.

5.4 DESCRIPCIÓN Y COSTEO DE MUEBLES Y EQUIPAMENTOS.

Tabla # 10

Equipos de cómputo.

EQUIPO DE COMPUTO			
DETALLE	CANTIDA D	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
CPU CORE I3	2	418,52	837,04
IMPRESORA HP LASER JETPRO	1	309,66	309,66
MONITOR 18,5 PULGADAS	2	138,39	276,78
Software MR comanda express	2	125,00	250,00
Sistema de audio lg 5.1 500w	1	379,00	379,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			2.052,48

Elaborado por el autor.

Tabla # 11

Menaje de cocina.

MENAJE COCINA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Balanza digital de 0 a 30kg	1	90,00	90,00
Balanza digital de 0 a 5000 gr.	2	51,20	102,40
Basureros Rubbermaid 10 galones de capacidad con tapa	2	29,10	58,20
Espátula de silicón pastelería	4	15,20	60,80
Gener Porta cuchillos magnético horizontal.	3	5,27	15,81
Ilko abrelatas reforzado	1	10,52	10,52
Ilko afilador para cuchillos	2	3,26	6,52
Ilko colador estaiado 10cm	2	2,14	4,28
Ilko rallador 4 lados acero inoxidable	1	6,94	6,94
Kitchenaid batidora de inmersión negra	1	107,14	107,14
Kitchenaid batidora profesional 5,6 litros	1	497,14	497,14
kitchenaid Procesadora de alimentos más tazón	1	290,00	290,00
Licuadaora oster motor 0,5hp	1	105,34	105,34
Onix Cernidor 22cm Acero inoxidable	2	3,49	6,98
Sunne Tabla para picar Azul 46x32cm	1	18,63	18,63
Sunne Tabla para picar BLANCA 46x32cm	1	18,63	18,63

Sunne Tabla para picar ROJA 46x32cm	1	18,63	18,63
Sunne Tabla para picar AMARILLA 46x32cm	1	18,63	18,63
Sunne Tabla para picar VERDE 46x32cm	2	18,63	37,26
Sunne Tazon Cónico 24cm	8	8,43	67,44
Tramontina cuchillo para legumbres	5	3,18	15,90
Tramontina Master cebollero	5	17,40	87,00
Tramontina master Chaira	2	13,15	26,30
Tramontina Master cuchillo de sierra	2	8,16	16,32
Tramontina mastes espumadera para frituras	2	7,49	14,98
Tramontina Paris sartén antiadherente 1,8mm espesor	6	11,30	67,80
Tramontina Paris sartén antiadherente 1,8mm espesor	10	9,94	99,40
Tramontina utiliti Pelador de papas y vegetales	2	2,14	4,28
Trampa de grasa	1	180,00	180,00
Westo tapete para hornear de silicón 27,9x 43,2cm	2	30,61	61,22
Wikin Bahal Bowl profundo 2 litros	5	6,53	32,65
Wikin Bhala Batidor manual 16 pulgadas	3	4,80	14,40
Wikin Bhala Bowl profundo 3 litros	3	7,45	22,35
Wikin Bhala espumadera metálica 10cm	4	5,18	20,72
Wikin Cacerola 2,4 litros acero inoxidable	4	47,28	189,12
Bandeja Halco acero inoxidable 24,1/1 GN 53 x 32,5 x 10cm	3	31,17	93,51
Bandeja Halco acero inoxidable 24,1/2 GN 32,4 x 26,4 x 6,4cm	4	15,39	61,56
Bandeja Vollrath acero inoxidable 53 x 32,5 x 6,5cm	2	29,57	59,14
Parrilla Halco Niquelada de 25.4 x 20,3 x 2,2 cm	2	3,79	7,58
Bandeja para hornear Advance Aluminio tamaño 1/2 45,7 x 33cms	5	13,17	65,85
Contenedor de alimentos Carlise polietileno 30,4 x 45,7 x 22,8cms	2	32,59	65,18
Tapa Carlise Polietileno 30,4 x 45,7cms	2	15,27	30,54
Contenedor de alimentos Carlise policarbonato 4 qt capacidad más tapa	2	16,54	33,08
Contenedor de alimentos Carlise polipropileno 3,5 qt capacidad más tapa	5	8,21	41,05
Contenedor de alimentos Carlise polipropileno 2 qt capacidad más tapa	8	7,59	60,72
TOTAL MENAJE DE COCINA	129	1846,22	2.911,94

Elaborado por el autor.

Tabla # 12

Menaje para el área de bebidas.

MENAJE PARA BAR			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Cafetera electrolux Emc 10	1	154,00	154,00
Licuadaora oster motor 0,5hp	2	105,34	210,68
Sunne Tabla para picar VERDE 46x32cm	1	18,63	18,63
Tramontina Master cebollero	1	17,40	17,40
TOTAL MENAJE DE SERVICIO			400,71

Elaborado por el autor.

Tabla # 13

Utensilios para el área de posilleria.

UTENSILIOS STEWARD			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Basureros Rubbermaid 10 galones de capacidad con tapa	1	29,10	29,10
Canastilla completa cambro	2	31,84	63,68
Canastilla con espigas para platos	3	24,29	72,87
Canastilla para cubiertos	1	23,94	23,94
Cubeta y escurridor Rubbermaid	3	28,63	85,89
Escoba Rubbermaid	2	9,03	18,06
Extensión para canastilla de 25	2	14,21	28,42
Pala vertical lobby pro Rubbermaid	2	23,60	47,20
Trampa de grasa	1	180,00	180,00
Trapeador de algodón	3	11,60	34,80

Elaborado por el autor.

Tabla # 14

Uniformes.

UNIFORMES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Chaqueta blanca manga corta talla M	4	21,88	87,52
Chaqueta de chef manga larga cuello, blandis puño, y bolsillo	2	15,14	30,28
Chaqueta modelo broche turquesa mangas largas para mujer	6	23,48	140,88
Chaqueta para steward cuello sport blanca manga corta cuello y puños tela a cuadtalla M	2	34,38	68,76
Mandil de caucho con regulador	6	21,43	128,58
Mandil de cintura 75x90 gabardina especial color negro	2	17,41	34,82
Mandil de cintura 90x90 color negro gabardina especial	6	18,75	112,50
Pantalón modelo resorte color negro gabardina especial	6	10,72	64,32
Pantalón modelo resorte color negro rayas finas	1	8,04	8,04
Pantalón modelo resorte tela de cuadritos talla M	6	18,75	112,50
TOTAL UNIFORMES			788,20

Elaborado por el autor.

Tabla #15

Vajilla.

VAJILLA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Corona plato hondo con ala 28,5cm	20	5,49	109,80
All spice rak plato cuadrado 30cm	20	23,10	462,00
Arcoroc bandeja 29cm	15	4,89	73,35
Cambro pozuelo 8,5 oz	15	2,12	31,80
Corona cenicero	6	1,75	10,50
Corona plato cuadrado 24cm	30	5,84	175,20
Corona plato cuadrado postre 20,5cm	15	4,72	70,80
Get bandeja rectangular 15x7,5	20	23,36	467,20
Plato café 16cm corona actualite	20	2,34	46,80
Porvasal Basico fuente rectangular 31x12cm	15	11,68	175,20
Taza de te café 230 corona	20	3,29	65,80
TOTAL VAJILLA			1.688,45

Elaborado por el autor.

Tabla # 16

Cubertería.

CUBERTERIA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Dragonfly tenedor de postre	20	4,91	98,20
Fortessa cuchillo para carne 23cm	20	7,19	143,80
Tramontina cuchara de mesa malibu	20	0,55	11,00
Tramontina cuchara de té malibu	30	0,37	11,10
Tramontina cuchillo de mesa 4 malibu	30	0,94	28,20
Tramontina tenedor de mesa malibu	50	0,55	27,50
TOTAL CUBERTERIA			319,80

Elaborado por el autor.

Tabla # 17

Cristalería.

CRISTALERIA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Copa de vino 13,8 oz Pure schott zwiesel	50	8,70	435,00
Decantador fortessa 22 oz	10	19,22	192,20
Decantador fortessa 8 oz	4	7,42	29,68
Vaso alto 12,7 oz keeper schott zwiesel	20	8,04	160,80
Vaso de cerveza 11 oz Libbey	20	0,95	19,00
TOTAL CRISTALERIA			836,68

Elaborado por el autor.

Tabla # 18

Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES / MAQUINARIA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Cocina a gas 6 quemadores.	1	680,00	680,00
Escritorio de 1,50m x 0,60 con cajonera	1	165,04	165,04
Estanterías metálicas con refuerzo	3	115,00	345,00
Horno eléctrico convección challenger He 2750	1	615,00	615,00
Juego comedor de patio Modelo Cancún wengue 3 piezas	14	774,54	10.843,56
Mesón de acero inoxidable 190 x 60 x 85cm	2	280,00	560,00
Mesones de acero inoxidable 140 x 60 x 85cm	4	250,00	1.000,00
Mueble Modular para estación de servicio	1	80,00	80,00
Pozo doble de lavado.	1	450,00	450,00
Pozo simple de lavado	1	320,00	320,00
Refrigerador industrial	1	1.300,00	1.300,00
Silla giratoria de oficina	1	39,99	39,99
Sistema de extracción de olores	1	450,00	450,00
Tacho Cenicero Red cromo 59cm	2	39,06	78,12
Tacho redondo 12lt cromo con pedal	5	16,99	84,95
Turbina extractora de olores	1	772,68	772,68
Vitrina vertical indurama 420	2	872,00	1.744,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			19.528,34

Elaborado por el autor.

Tabla # 19

Total de la inversión.

TOTAL INVERSIÓN	
ITEM	VALOR
EQUIPOS COMPUTO	2.052
COCINA	2.912
BAR	401
STEWARD	584
UNIFORMES	788
VAJILLA	1.688
CUBERTERÍA	320
CRISTALERÍA	837
MUEBLES Y ENSERES	19.528
TOTAL INVERSIÓN	29.111
iva	3.493

Elaborado por el autor.

5.5 PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS.

Tabla # 20

	Presupuesto de Recursos humanos.								T. MENSUAL	T. ANUAL
	sueldo	11,15 aporte patronal.	9,45 aporte empleado.	8,33 F. de reserva.	13vo sueldo	14vo sueldo	vacaciones			
Cocinero#1	356,58	39,76	33,70	29,70	30,21	29,72	14,86	467,12	5605,47	
cocinero#2	356,58	39,76	33,70	29,70	30,21	29,72	14,86	467,12	5605,47	
Mesero#1	356,58	39,76	33,70	29,70	30,21	29,72	14,86	467,12	5605,47	
Mesero#2	356,58	39,76	33,70	29,70	30,21	29,72	14,86	467,12	5605,47	
Steward	356,58	39,76	33,70	29,70	30,21	29,72	14,86	467,12	5605,47	
Administrador	650	72,48	61,43	54,15	54,66	54,17	27,08	851,10	10213,21	
Chef	650	72,48	61,43	54,15	54,66	54,17	27,08	851,10	10213,21	
								Total.	4037,81	48453,77

Elaborado por el autor.

Tabla #21

Horario general

Turnos de trabajo cuadro general.							
	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
12:00pm	-						-
13:00pm	-						-
14:00pm	-						-
15:00pm	-						-
16:00pm	-						-
17:00pm	-						-
18:00pm	-						-
19:00pm	-						-
20:00pm	-						-
21:00pm	-						-
22:00pm	-						-
23:30pm	-						-
00:00am	-						-

	Horario de almuerzo.
	Horario de cena.
	Tope para cierre.
	horario de producción.
	Limpieza y mantenimiento.

Elaborado por el autor.

Tabla # 22

Horario de trabajo primer servicio.

	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado
12:00	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.
13:00	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.
14:00	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.
15:00	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1.
16:00	Administrador, chef, cocinero1, mesero1, Cocinero 2, mesero 2, steward.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1, Cocinero 2, mesero 2, steward.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1, Cocinero 2, mesero 2, steward.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1, Cocinero 2, mesero 2, steward.	Administrador, chef, cocinero1, mesero1, Cocinero 2, mesero 2, steward.

Elaborado por el autor.

Tabla # 23

Horario de trabajo segundo servicio.

	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado
17:00	Chef, cocinero 2, mesero 2, steward.	Chef, cocinero 2, mesero 2, steward.	Chef, cocinero 2, mesero 2, steward.	Chef, cocinero 2, mesero 2, steward.	Chef, cocinero 2, mesero 2, steward.
18:00	cocinero 2 mesero 2 steward.	cocinero 2 mesero 2 steward.	cocinero 2 mesero 2 steward.	cocinero 2 mesero 2 steward.	cocinero 2 mesero 2 steward.
19:00	Administrador, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.
20:00	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.
21:00	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.
22:00	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.
23:30	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	
0:00				Administrador, Chef, cocineros 1 y 2 meseros 1 y 2 steward.	

Elaborado por el autor.

5.6 COSTOS.

Tabla # 24

Costos fijos.

Costos fijos.		
Egresos	Mensual	Anual
Arriendo	800	9600
Servicios y planillas	180	2160
Nomina	4037,81	48453,72
Servicios contables	250	3000
Cuota mensual del credito	1019,57	12234,84
Transporte	250	3000
Costo de producción estimado	3300	39600
Total	9837,38	118048,56

Elaborado por el autor.

5.7 ESTADOS FINANCIEROS.

5.7.1 Flujo de efectivo proyectado.

Para hacer el cálculo de proyección del efectivo durante los 5 años siguientes a la inauguración del proyecto se tomó como porcentaje referencial el 4,1 % del crecimiento del producto interno bruto (PIB) del año en curso.

Dato obtenido de la fuente (Andes.info, 2014)

Tabla # 25

Flujo proyectado de efectivo.

	Flujo proyectado de efectivo.				
Años	1	2	3	4	5
clientes	5280	5496	5722	5956	6201
Ventas brutas	132000	137412,00	143045,89	148910,77	155016,12
Costo materia prima	39600	41223,60	42913,77	44673,23	46504,83
Ingreso neto	92400	96188,40	100132,12	104237,54	108511,28

Elaborado por el autor.

5.7.2 Flujo de caja proyectado.

El flujo de caja proyectado es el cálculo de todos los ingresos versus los egresos de la empresa para sacar así total real de la utilidad neta de la empresa, el porcentaje de crecimiento utilizado para las proyecciones anuales es del 4,1% correspondiente al crecimiento del Producto interno bruto del país durante el año en curso.

Tabla # 26

Detalle del flujo de caja durante el primer año.

	FLUJO DE EFECTIVO AÑO 1												
INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VENTAS	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	132000
EGRESOS													
ARRIENDO	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9600
COSTO DE VENTAS	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300	39600
MANTENIMIENTO	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	6600
PAGO DE NOMINA	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	4037,81	48453,7
SERVICIOS BASICOS	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2160
TRANSPORTE	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000
TOTAL DE EGRESOS	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	9117,81	109414
PRESTAMO	42821,94												TOTAL
PAGOS DEL PRESTAMO	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	1019,57	12234,84
INGRESO NETO	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	862,62	10351,44

Elaborado por el autor.

Tabla # 27

Proyección anual de ventas.

Total de ingresos por año	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	137412,00	143045,89	148910,77	155016,12
EGRESOS				
ARRIENDO	9993,60	10403,34	10829,87	11273,90
COSTO DE VENTAS	41223,60	42913,77	44673,23	46504,84
MANTENIMIENTO	6870,60	7152,29	7445,54	7750,81
PAGO DE NOMINA	50440,32	52508,38	54661,22	56902,33
SERVICIOS BASICOS	2248,56	2340,75	2436,72	2536,63
TRANSPORTE	3123	3251,04	3384,34	3523,09
TOTAL DE EGRESOS	113899,68	118569,57	123430,92	128491,59
PRESTAMO	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
PAGOS DEL PRESTAMO	12234,84	12234,84	6117,42	-
INGRESO NETO	11277,48	12241,48	19362,43	26524,53

Elaborado por el autor.

5.7.3 Estado de situación proyectado.

El estado de situación proyectado permite identificar la utilidad neta anual luego del pago de todos los haberes y obligaciones de ley, en este cuadro se detallan las obligaciones correspondientes a gastos operativos, de mantenimiento, de producción, así como el porcentaje de participación de empleados impuesto a la

renta y porcentaje de reserva legal de la empresa, esta tabla detalla el total anual de los valores mencionados.

La proyección anual del estado de situación también está elaborada en base al 4,1% del producto interno bruto.

Tabla # 28

Estado de situación proyectado.

Estado de situación proyectado.					
CUENTAS Y CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
VENTAS	132000	137412	143045,89	148910,77	155016,12
COSTO DE VENTAS	39600	41223,60	42913,77	44673,23	46504,83
COSTO DE NOMINA	48453,72	50440,32	52508,38	54661,22	56902,33
ARRIENDO	9600	9993,60	10403,34	10829,87	11273,90
MANTENIMIENTO	6600	6870,60	7152,29	7445,54	7750,81
SERVICIOS BASICOS	2160	2248,56	2340,75	2436,72	2536,63
TRANSPORTE	3000	3123,00	3251,04	3384,34	3523,09
PRESTAMO	12234,84	12234,84	12234,84	6117,42	-
INGRESOS NETOS	10351,44	11277,48	12241,48	19362,43	26524,53
PARTICIPACION DE LOS EMPLEADOS	1552,72	1691,62	1836,22	2904,36	3978,68
UTILIDAD POST PARTICIPACIÓN.	8798,72	9585,86	10405,26	16458,07	22545,85
IMPUESTO A LA RENTA.	-	563,87	612,07	2904,36	3978,68
UTILIDAD POST IR	8798,72	9021,98	9793,19	13553,70	18567,17
RESERVA LEGAL	879,87	902,20	979,32	1355,37	1856,72
UTILIDAD NETA.	7918,85	9077,15	8813,87	12198,33	16710,45

Elaborado por el autor.

5.7.4 Análisis VA, VAN, TIR.

El Valor actual neto (VAN) es un cálculo que nos permite identificar el porcentaje de rentabilidad que podemos esperar de una inversión.

Dependiendo los datos del ejercicios este nos arrojará 3 posibles resultados, menor a cero o valor negativo indican que no habrá rentabilidad, el resultado 0 nos indica una rentabilidad mínima, y resultados mayor a cero será el referente a una mayor rentabilidad.

Tabla # 29

Cálculo del Valor actual (VA)

Calculo del Valor Actual.			
Años	Flujo de efectivo	valor presente	Tasa de interes
0	-35000	(\$ 35.000,00)	11,20%
1	10351,44	\$ 9.308,85	
2	11277,48	\$ 9.120,16	
3	12241,48	\$ 8.902,66	
4	19362,43	\$ 12.663,12	
5	26524,53	\$ 15.599,97	
Valor actual neto (VAN)			
		\$ 20.594,75	
		\$ 20.594,75	
Tasa interna de retorno (TIR)			
		28,90%	

Elaborado por el autor.

Para calcular el valor actual VA aplicamos la fórmula de Excel VA que nos pide el valor de la tasa de interés; número de periodo; valor de pago; valor futuro = a 0 y el valor de flujo de efectivo, arrastramos la fórmula en cada periodo para obtener su correspondiente valor.

Para calcular el Valor actual neto podemos sumar el total de cada periodo del valor actual, esto nos da la suma de \$20.594,75, este resultado lo podemos comprobar aplicando la fórmula de Excel VNA esta fórmula nos pide ingresar la tasa de interés más los flujos de

efectivo y por último se suma aparte el total de la inversión, esta operación nos da el mismo valor \$20.594,75

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador porcentual que nos indica la viabilidad de una inversión, mientras el porcentaje obtenido en el ejercicio sea más alto el mayor nivel de rentabilidad tendrá el proyecto.

Tabla # 30

Cálculo del TIR Y VAN.

Calculo del Valor Actual Neto.			
Años	Flujo de efectivo	valor presente	Tasa de interes
0	-35000	(\$ 35.000,00)	28,90%
1	10351,44	\$ 8.030,60	
2	11277,48	\$ 6.787,44	
3	12241,48	\$ 5.715,78	
4	19362,43	\$ 7.013,72	
5	26524,53	\$ 7.453,89	
Valor actual neto (VAN)			
			1,42
			1,42
Tasa interna de retorno (TIR)			
			28,90%

Elaborado por el autor.

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se utiliza la formula TIR que necesita ingresar los flujos de efectivo incluyendo la inversión para este ejercicio vamos a

utilizar el 11,20% de la tasa de interés del crédito solicitado, este cálculo nos dará una tasa interna de retorno del 28,90%.

Para obtener el porcentaje de retorno del valor actual se sustituirá el 11,20% de la tasa de interés por el 28,90% obtenido, esta operación cambia el resultado del valor actual neto VAN indicando que el retorno es del 1,42 obteniendo como resultado un proyecto viable.

Colocado el punto final en el estudio financiero, donde se detallan todos los datos y valores necesarios para arrancar con el proyecto existe un panorama optimista sobre la factibilidad del mismo, queda comprobado con sencillas formulas cuan rentable puede llegar a ser el proyecto si se mantienen los estándares de calidad establecidos.

Es también de suma importancia resaltar que a medida que el proyecto vaya avanzando mayor popularidad en el mercado meta, los ingresos aumentaran progresivamente, facilitando una cancelación más pronta de la deuda disminuyendo el monto generado por los intereses.

CAPITULO 6.

Conclusiones.

Como se ha venido mencionando a lo largo de este proyecto, los restaurantes han evolucionado conjuntamente con la historia de la humanidad, iniciando como pequeñas fondas con un primitivo servicio y una limitada oferta hasta llegar a establecimientos mundialmente reconocidos por su calidad y la categoría de su servicio.

El mercado capitalino todavía goza de posibilidades para explotar debido a lo tradicional de su oferta, y una demanda siempre a la expectativa de algo más, Ishkay comida para dos, entrara a segmentar el mercado existente, enfocando su atención únicamente a las parejas convirtiéndolo en pionero en brindar este tipo de servicio en el mercado local.

Buscando siempre ofrecer calidad, precio y ambiente superior, este restaurante pretende posicionarse como un espacio íntimo y acogedor a la hora de salir a comer.

Recomendaciones.

Es importante siempre trabajar con un personal capacitado así como motivado para garantizar la calidad del servicio y del producto, también se debe considerar la importancia recompensar con detalles la fidelidad de los clientes hacia la marca.

Innovar constantemente el producto, salir de los elementos tradicionales buscando mantener la atención de clientes frecuentes, o con la finalidad de captar parte del mercado que todavía no frecuenta el establecimiento.

Realizar siempre un autoanálisis de los procedimientos, tareas del establecimiento con la finalidad de reducir márgenes de error, optimizar recursos humanos y materia prima, para superar los estándares fijados en un principio.

El éxito en el funcionamiento de un restaurante no solamente radica en su popularidad o en su exclusividad, buen trato, y platillos sobrevalorados ocasionalmente, el éxito de estas empresas radica en un equipo de personas que trabajan en perfecta simbiosis combinando habilidades, dedicación y constante sacrificio manteniendo siempre el orden frente a cualquier situación, por esto ishka comida para dos necesita de jóvenes presionales para formar parte de su equipo de trabajo.

ANEXOS

Anexo #1 cotización almacenes Boyacá y almacenes Japón.

Telefono: 2272128
 Casilla : 09-01-4187

ALMACENES BOYACA S.A
 Av. Granados entre E. Alfaro y 6 de Dc
 Quito ABRIL 27 DEL 2015 11:49:18
 PROFORMA # 291093

FAB. : 001
 R.U.C.: 0990010110001
 Fax...: 2272128
 Factura

LoBo Codigo	Cantidad Med. Descripción	Precio % Dcto	Precio Neto	Total So Co	Stat.
1202 22961	2.00 UNID TACHO REDONDO 12LT CROMO C/PEDAL	19.99 15.00	16.9915	33.98	
1302 56910	2.00 UNID TACHO/CENICERO RED CROMO 59CM	43.41 10.00	39.0690	78.13	
1202 63183	1.00 JUEG COMEDOR D/PATIO CANCUN MENSUE(CPZ)	660.60 10.00	774.5400	774.54	

NUESTRO PRECIO NETO INCLUYE EL IVA - Codigo con (&) se Entrega en Local Solic.

Sub-total	Dedtos	IVA TARIFA 12.00	IVA TARIFA 0	Recargos	I.V.A.	Redondeo	Total
886.65	95.00	791.65			95.00		886.65

Cliente: ROMAN GONZALO

Agente: DIEGO BARRAHONA

FIN DE PROFORMA

Codigo: -1200041095

ESTA PROFORMA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE LA MISMA
 SIEMPRE Y CUANDO LAS EXISTENCIAS FISICAS NOS LO PERMITAN

Somos Contribuyente ESPECIAL no retener el I.V.A
 Notificacion No-519 - 26/JUL/1996

JAPON

VITRUM VERTICAL IPDU. 420

Precio Efectivo 9/872

GRACIAS A NOS

ESPERO SU ORDEN

Roman Blanes

Anexo # 2 cotización Termalimex.

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES
 RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004 PROFORMA: 0034540

Cliente : ROMAN GONZALO Quito, 25 de Mayo del 2015

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 1720438132

TELEFONO : 0995403129

Cod. Vendedor : PV Pag. 1 de 1

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	3	Bandeja HALCO 88004 fabricada en acero inoxidable calibre 24, 1/1 GN de 53.0 x 32.5 x 10.0 cm	31.17	0.00	93.51
2	2	Bandeja VOLLRATH 40022, fabricada en acero inoxidable, calibre 22, medidas 53x32.5x6.5	29.57	0.00	59.14
3	4	Bandeja HALCO 88122 fabricada de acero inoxidable, calibre 24; 1/2 GN de 32.4 x 26.4 x 6.4 cms.	15.39	0.00	61.56
4	2	Parrilla HALCO PG810 niquelada de 25.4 x 20.3 x 2.2 cm	3.79	0.00	7.58
5	5	Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-13 fabricada de aluminio, calibre 18, tamaño 1/2 de 45.7 x 33.0 cms.	13.17	0.00	65.85
6	2	Contenedor de alimentos CARLISLE 10632-02 fabricado de polietileno de 30.4 x 45.7 x 22.8 cms.	32.59	0.00	65.18
7	2	Tapa CARLISLE 10637-02 fabricada de polietileno de 30.4 x 45.7 cms.	15.27	0.00	30.54
8	2	Contenedor de alimentos CARLISLE 10721-07T de 4 Qt. de capacidad fabricado de policarbonato, provisto de tapa.	16.57	0.00	33.14
9	5	Contenedor de alimentos CARLISLE 0355-30Tde 3.5 Qt de capacidad fabricado de polipropileno, provisto de tapa.	8.21	0.00	41.05
10	8	Contenedor de alimentos CARLISLE ST1532-30T fabricado de polipropileno transparente de 2 Qt., provisto de tapa.	7.59	0.00	60.72
			SUBTOTAL:		518.27
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		518.27
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		62.19
			TOTAL :		580.46

CONDICIONES DE COMPRA VENTA:
 FORMA DE PAGO:
 * A CONVENIR
 PLAZO DE ENTREGA:
 * INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA
 LUGAR DE ENTREGA:
 * BODEGAS DE TERMALIMEX QUITO.
 VALIDEZ DE LA OFERTA:
 * 5 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE

ATENTAMENTE,

PABLO VELASCO
 DPTO.COMERCIAL
 TERMALIMEX

Anexo # 3 cotización Zeit Tech.

ZEIT TECH

"TECNOLOGÍA EN ACCIÓN"

Abelardo Montalvo E6-42 y Gonzalo Zaldumbide
www.zeittech.com.ec
Quito - Ecuador
022416112 / 026040838
0999223588 / 0987481124 / 0996501334
info@zeittech.com.ec



Cotización No 644

Fecha: 21 de abril de 2015
Autorizado por: Sebastian Stadler
A la atención de: Gonzalo Roman

Emitido para:
Gonzalo Roman

CANT	DESCRIPCIÓN	PRECIO	SUBTOTAL	IVA12%	TOTAL
CPU					
2	CPU CORE I3 / 4GB RAM / 500GB DISCO DURO	\$ 418,52	\$ 837,04	\$ 100,44	\$ 937,48
2	CPU CELERON J1800 (2.41 GHZ) DUAL-CORE / 4GB RAM / 500GB DISCO DURO	\$ 298,75	\$ 597,50	\$ 71,70	\$ 669,20
MONITOR					
2	MONITOR 19,5"	\$ 138,99	\$ 276,79	\$ 33,21	\$ 310,00
1	Impresora HP LaserJet Pro CP1025nw Color	\$ 309,66	\$ 309,66	\$ 37,16	\$ 346,82

**POR SU COMPRA RECIBA DE OBSEQUIO TECLADO, MOUSE, PARLANTES.
ENTREGA A DOMICILIO**

Formas de Pago
DIFERIDO A 3 PAGOS

** Validez de la proforma 8 días **
** De requerir otros modelos por favor solicítelos sin ningún compromiso **
Especificaciones y existencias pueden cambiar sin previo aviso
**Tiempo de entrega 2 días laborables **

Cordialmente,

Ing. Sebastian Stadler
ZEIT TECH Cia. Ltda.
"Tecnología en Acción"
Of: 022416112 / 026040838
Cel. 0999223588
E-Mail: sstadler@zeittech.com.ec
Web: www.zeittech.com.ec

Anexo # 4 cotización Almacenes montero.



INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.
ALMACENES MONTERO

R.U.C. : 1792144566001

Clave de Acceso : 2704201500179214456600120019990000008861234567812

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

R.U.C/C.I.: 9999999999999

Dirección: PRINCIPAL

Telefono: 02

Fecha: 27 de abril de 2015 12:08 p.m.

Factura: 001999000000886

COTIZACIÓN

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0804010004908	KIAI BATIDORA PROFESIONAL 600 5,6 LITROS 575 WA'	1	497.14	0.00	0.00	497.14
GAS0801060002953	OSTER LICUADORA DOMESTICA MOTOR 0.5 HP- VASO V:	1	105.34	0.00	0.00	105.34
GAS0804010002975	KIAI BATIDOR DE INMERSION COLOR NEGRA	1	107.14	0.00	0.00	107.14
GAS0804030003516	KIAI PROCESADOR DE ALIMENTOS CON TAZON CAPACI	1	290.00	0.00	0.00	290.00
GAS0801060002953	OSTER LICUADORA DOMESTICA MOTOR 0.5 HP- VASO V:	2	105.34	0.00	0.00	210.68
GAS1101050003392	ARCOP PLATO HONDO 22.6 CM HOTELERO	1	4.68	0.00	0.00	4.68
GAS1101050003388	ARCOP PLATO TENDIDO 23.5 CM HOTELERO	1	4.92	0.00	0.00	4.92
GAS1101060004675	ARCOP TAZA APILABLE 28CL	1	3.52	0.00	0.00	3.52
GAS1101060003395	ARCOP PLATO PARA TAZA 16CM	1	2.59	0.00	0.00	2.59
GAS1101050003398	ARCOP PLATO POSTRE 19.5 CM RESTAURAN	1	3.80	0.00	0.00	3.80
GAS0403010002089	CATER CUCHARA SOPERA CLASSIC X 12un.	1	10.59	0.00	0.00	10.59
GAS0403050004183	CATER TENEDOR DE MESA CLASSIC X 12un.	1	10.59	0.00	0.00	10.59
GAS0403020002127	CATER CUCHILLO DE MESA CLASSIC X 12un.	1	18.23	0.00	0.00	18.23
GAS0403010002085	CATER CUCHARA DE CAFE CLASSIC X 12un.	1	8.17	0.00	0.00	8.17
GAS0304020008369	GENER CUBIERTERA HOTELERA CON DIVISIONES	2	13.20	0.00	0.00	26.40
GAS0703010002167	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA LEGUMBRES PROFESION	5	3.18	0.00	0.00	15.90
GAS0703010002153	TRAMO MASTE CUCHILLO CEBOLLERO	5	17.40	0.00	0.00	87.00
GAS0701010000257	TRAMO MASTE CHAIRA ESTRIADA DE 10IN. PARA ASENT	2	13.15	0.00	0.00	26.30
GAS0701010000256	ILKO AFILADOR PARA CUCHILLOS CLASICA	2	3.26	0.00	0.00	6.51

GAS0701040005256	SUNNE TABLA PICAR VERDE 46X32CM	3	18.63	0.00	0.00	55.89
GAS0701040005253	SUNNE TABLA PICAR BLANCA 46X32CM	2	18.63	0.00	0.00	37.26
GAS0307240005390	TRAMO UTILI PELADOR DE PAPAS Y VERDURAS APTO PA	2	2.14	0.00	0.00	4.28
GAS0307280003546	ILKO RALLADOR 4 LADOS ACERO INOX DESIGN	1	6.94	0.00	0.00	6.94
GAS0307020006113	ILKO ABRELATAS REFORZADO	1	10.52	0.00	0.00	10.52
GAS1203010007710	WIKIN BHALA BATIDOR MANUAL 16 PULG	3	4.80	0.00	0.00	14.41
GAS0307090000998	ONIX CERNIDOR 22cm. DE ACERO INOXIDABLE	2	3.49	0.00	0.00	6.98
GAS0307090000995	ILKO COLADOR ESTANCIADO10.00 cm.	2	2.14	0.00	0.00	4.27
GAS0307090007837	WIKIN BHALA ESPUMADERA PROFESIONAL 10CM	4	5.18	0.00	0.00	20.71
GAS0307130002466	TRAMO MASTE ESPATULA PARA FRITURAS	4	7.49	0.00	0.00	29.96
GAS1203130004002	WESTO TAPETE PARA HORNEAR DE SILICON 27.9x43.2c	2	30.61	0.00	0.00	61.22
GAS0701030008012	GENER PORTA CUCHILLOS MAGNETICO HORIZONTAL	3	5.72	0.00	0.00	17.16
GAS1005020000374	TRAMO PARIS SARTEN ANTIADHERENTE DE 1-8MM DE E	1	17.49	0.00	0.00	17.49
GAS1005020005346	TRAMO PARIS SARTEN ANTIADHERENTE DE 1-8MM DE E	1	11.30	0.00	0.00	11.30
GAS1005020000371	TRAMO PARIS SARTEN ANTIADHERENTE DE 1-8MM DE E	1	9.94	0.00	0.00	9.94
GAS1002010007400	WIKIN CACEROLA DE 2.4 LT DE ACERO INOXIDABLE QUI	3	47.28	0.00	0.00	141.83
GAS0307060007810	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRADO RECTO 3LT 2	5	7.45	0.00	0.00	37.25
GAS0307060007809	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRADO RECTO 2LT 2	10	6.53	0.00	0.00	65.30
GAS0307060002598	SUNNE TAZON CONICO 24CM	8	8.43	0.00	0.00	67.47

SUBTOTAL	2,059.69
DESCUENTO	0.00
TARIFA 0%	0.00
TARIFA 12%	-247.16
I.V.A. 12%	247.16
TOTAL	0.00

Anexo # 5 cotización Irvix S.A.

Oferta de ventas # 1886

20042015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Estimados Señores:

A continuación detallamos nuestra oferta para VENTA LOCAL de los productos requeridos por ustedes:

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Dcto (%)	Valor Unitario con Dcto.	Total sin IVA
	913604	PLATO HONDO CIALA 28.5CM CORONA	12	5.7808	5.00	5.4918	65.9016
	912004	PLATO CUADRADO POSTRE 20.5 CM CORONA	12	4.9713	5.00	4.7227	56.6724
	912424	PLATO CUADRADO 24 CM CORONA	26	6.1480	5.00	5.8406	151.8556
	1220531	FUENTE 31X12CM BASICO PORVASAL	14	12.3000	5.00	11.6850	163.5900
	25251	BANDEJA 29CM ARCOROC	14	5.4400	10.00	4.8960	68.5440






Oferta de ventas # 1886

20042015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Desc. (%)	Valor Unitario con Desc.	Total sin IVA
	35CW-148	POZUELO VAJILLA CAMBRO 8.4 OZ. PIPOSTRE	2	2.5000	15.00	2.1250	4.2500
	8PCH30	PLATO CUADR. DISEÑADOR CHIVES 30CM ALL SPICE RAK	8	24.3200	5.00	23.1040	184.8320
	ML-287-W	BANDEJA RECTANGULAR DE 15 x 7.5 BLANCA - GET	33	25.4000	8.00	23.3680	771.1440
	112412	COPA VINO DE 13.8OZ. PURE SCHOTT ZWIESEL	50	9.6700	10.00	8.7030	435.1500
	111364	VASO ALTO DE 12.7OZ. KEEPERS SCHOTT ZWIESEL	20	8.0400	10.00	8.0460	160.9200






Oferta de ventas # 1886

20042015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Dcto (%)	Valor Unitario con Dcto.	Total sin IVA
	18	VASOS DE CERVEZA PILSNER 11OZ. LIBBEY	20	1.1200	15.00	0.9520	19.0400
	23733/000	CUCHARA MESA MALIBU TRAMONTINA	12	0.6200	10.00	0.5580	6.6960
	23737/000	CUCHARA TE MALIBU TRAMONTINA	30	0.4200	10.00	0.3780	11.3400
	23732/000	TENEDOR MESA MALIBU TRAMONTINA	50	0.6200	10.00	0.5580	27.9000
	23731/004	CUCHILLO MESA 4 MALIBU TRAMONTINA	30	1.0500	10.00	0.9450	28.3500

Oferta de ventas # 1886

201642015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Dcto (%)	Valor Unitario con Dcto.	Total sin IVA
	1.5.810.00.013	TENEDOR DE POSTRE DRAGONFLY FORTESSA	12	5.4600	10,00	4.9140	58.9680
	1.5.8TK.00.237	CUCHILLO DE CARNE 23CM FORTESSA	26	7.9900	10,00	7.1910	186.9660
	1812.1	DECANTADOR DE 22OZ FORTESSA	10	21.3600	10,00	19.2240	192.2400
	1813.1	DECANTADOR 8 OZ FORTESSA	4	8.2500	10,00	7.4250	29.7000
	914224	POCILLO DE TE 230 CORDONA	12	3.4710	5,00	3.2975	39.5700

Oferta de ventas # 1886

20042015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Desc. (%)	Valor Unitario con Desc.	Total sin IVA
	910124	PLATO CAFE 16CM CUADRADO ACTUALITE CORONA	12	2.4657	5.00	2.3424	28.1088
	6194-STL	JUEGO DE CUBETA/ESCURRIDOR RUBBERMAID	3	30.1400	5.00	28.6330	85.8990
	PR314-151	CANASTILLA CON ESPIGAS PARA PLATOS	3	40.3500	15.00	34.2975	102.8925
	2610-G	CONTENEDOR BRUTE GRIS 10GAL. RUBBERMAID	2	30.6400	5.00	29.1080	58.2160
	BR258-186	CANASTILLA COMPLETA CAMBRO	2	37.4600	15.00	31.8410	63.6820





Oferta de ventas # 1886

20042015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Dcto (%)	Valor Unitario con Dcto.	Total sin IVA
	25E1-151	EXTENSION PARA CANASTILLA DE 25	2	19.2800	15.00	16.3880	32.7760
	25E2-151	EXTENSION PARA CANASTILLA DE 25	2	16.7200	15.00	14.2120	28.4240
	8FBNH434-151	CANASTILLA PARA CUBIERTOS CAMBRO	1	28.1700	15.00	23.9445	23.9445
	DPS-20	BALANZA ELECTRONICA UPDATE	2	55.6600	8.00	51.2072	102.4144
	G042-04-W	JUEGO DE PALO Y TRAPEADOR DE ALGODON	3	12.2200	5.00	11.6090	34.8270


Oferta de ventas # 1886

20042015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Desc. (%)	Valor Unitario con Desc.	Total sin IVA
	6373-BRN	ESCOBA RUBBERMAID	2	9.5100	5.00	9.0345	18.0690
	2531-BK	PALA VERTICAL MOD. LOBBY-PRO RUBBERMAID	2	24.8500	5.00	23.6075	47.2150
	609312	CENICERO CORONA	6	1.8428	5.00	1.7507	10.5042



xx

Oferta de ventas # 1888

20/04/2015

Señor(a)

CONSUMIDOR FINAL

Ciudad

Imagen	Código	Descripción	Cant.	Valor Unitario	Dcto (%)	Valor Unitario con Dcto.	Total sin IVA
	9W02-BK	BASURERO CON TAPA EMBUDO Y BASURERO INTERNO RUBBERMAID	3	491.1100	5.00	466.5545	1,399.663
Subtotal							4,700.2655
12% I.V.A.							USD 564.03
Total							USD 5,264.29

Irvix S.A. no hace entregas o envíos de productos fuera de las zonas de Quito, Guayaquil y Cuenca. Excepcionalmente, a costo y responsabilidad del cliente podrá hacerlo, en cuyo caso las roturas, faltantes que pudieran sufrir los productos durante el transporte no son de nuestra responsabilidad.

CONDICIONES DE PAGO: Contado

PLAZO DE ENTREGA:

PLAZO DE VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 días

Quedamos a la espera de sus gratas noticias.

Saludos cordiales,

UIO - SORAYA CONTRERAS

Ventas

Tel: 023290306 Ext. 110

Cel: 0989759755

Anexo # 6 cotización Provequipos.

27 de MAR.

PROVEQUIPOS

Fabricamos Equipos Gastronómicos En Acero Inoxidable



NAPOLEON ALCIVAR AMANGANDI
JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO #6158
RUC: 1721203436001
AUTO.SRI 1110155664

Fabricamos a medida

Cocina de 6 quemadores
PRECIO 680 DOLARES



3 Mesones de trabajo de acero inoxidable dimensiones 140 x 60 x 85cm
Precio 250 dólares



2 Mesones de 190 x 60 x 85cm de acero inoxidable.
Precio 280 dólares

Un pozo doble
Precio 450 dólares



Un pozo simple para cocina.
Precio 320 dólares

Sistema de extracción de olores.
Precio 450 dólares

Trampa de grasa
Precio 180 dólares

Y un mueble de casilleros con 8 espacios.
Precio 250 dólares

Un refrigerador industrial en acero inoxidable.
Precio 1300 dolares



Dir: Av. Pedro Vicente Maldonado y Alonso de Villanueva sector parada del corredor sur oriental el capulí
Telf.: Fábrica / 09 469 9433 E-mail.: prove_quipos@hotmail.com

Página 1

27 de
MAR.

PROVEQUIPOS

Fabricamos Equipos Gastronómicos En Acero Inoxidable

Tiempo de entrega 15 días calendario
Forma de pago 60% al contrato 40% a entrega
Garantía un año
Entrega a nivel nacional

Provequipos Fabrica de cocinas industriales en acero inoxidable a medida

PARA MAS FOTOS VISITANOS EN FACEBOOK: PROVEQUIPOS RESTAURANTS

Napoleon Alcivar Amangandi Tigo Industrial

Teléfonos : 0994699433

E-mail: prove_quipos@hotmail.com

Sector guajalo frente a confiteca o parada el capull del corredor sur oriental
seguir estas calles hasta llegar al taller Av Pedro Vicente Maldonado , Alonso de Villalengua , Fabian
Vasques y Calle s-35a **Casa E1-30 Frente a las canchas de barrio aymesa**

Provequipos es una empresa que no compete en el mercado, simplemente su precio es el mejor del mercado respecto a la calidad de equipos.
Provequipos tiene la obligación de asistir a cualquier posible incidencia incluso en horario de fin de semana.

Anexo # 7 cotización C&M UNIFORMES.

Atención.

Sr. Gonzalo Román.

E-mail. gongaviromas@gmail.com

Telf. 099 540 3129 - 330 3350

Ciudad.

Estimado Sr. Gonzalo Román.

Detalle cotización según requerimiento solicitado.

- M.
- Chaqueta color blanco mangas cortas combinada según modelo solicitado, sin logotipo; talla:
4 x \$ 21.88 c/u. \$ 87.52
 - Pantalón modelo resorte color negro en gabardina especial; tallas: S – M – L – XL.
6 x \$ 21.43 c/u. \$ 128.58
 - Mandil de cintura de 90 x 90 en gabardina especial color negro.
6 x \$ 10.72 c/u. \$ 64.32
 - Chaqueta para Steward cuello sport color blanco, mangas cortas, con cuello y puño combinado en tela de cuadritos, sin logotipo; talla: M.
2 x \$ 15.14 c/u. \$ 30.28
 - Pantalón modelo resorte en tela de cuadritos; talla: M.
2 x \$ 17.41 c/u. \$ 34.82
 - Mandil de caucho con regulador.

2 x \$ 8.04 c/u.	\$ 16.08		
• Chaqueta modelo broche color turquesa para Mujer, mangas largas sin logotipo; tallas: S – M – L – XL.			
6 x \$ 23.48 c/u.	\$ 140.88		
• Mandil de cintura 75 x 90 en gabardina especial color negro.			
6 x \$ 8.48 c/u.	\$ 50.88		
• Pantalón modelo resorte color negro a rayas finas color blanco; tallas: S – M – L – XL.			
6 x \$ 18.75 c/u.	\$ 112.50		
• Chaqueta de Chef mangas largas con vivo color negro con cuello, blandís, puños y bolsillo, sin logotipo; tallas: S – M – L – XL.			
2 x \$ 34.38 c/u.	\$ 68.76		
		Subtotal.	\$ 734.62
		12% IVA.	\$ 88.15
		Total.	\$ 822.77

Forma de pago: 50% anticipo.

50% contra entrega.

Tiempo de entrega: a convenir.

Nota. Talla especial más el 7% de su valor.

Atentamente,

Amparo Villegas M.

C & M UNIFORMS ®

Anexo #8

Pre elaborados Salsa bechamel.

BECHAMEL							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTES							
HARINA	KG	1	0,250	1,80	0,45	1. Elaborar el roux con mantequilla y harina en partes iguales. 2. Incrustar los clavos en la cebolla y hervir junto con la leche. 3. 3. Agregar el roux, sal pimienta y nuez moscada, remover y añadir el roux. 4. Batir, y dejar que tome consistencia, reservar cuando se pueda napar.	
SAL	KG	1	0,025	0,90	0,02		
NUEZ MOSCADA	KG	1	0,010	6,70	0,07		
CLAVO DE OLOR	KG	1	0,030	3,40	0,10		
VEGETALES							
CEBOLLA PERLA	KG	1	0,200	1,60	0,32		
LÁCTEOS							
LECHE ENTERA	LT	1	1,000	0,79	0,79		
MANTEQUILLA	KG	1	0,250	4,50	1,13		
					SUBTOTAL COSTO		2,88
					ESPECIAS	0,09	
					COSTO POTENCIAL FIJOS	0,30	
					COSTO RECETA	3,16	

Elaborado por el autor.

Anexo#9

Pre elaborado salsa bechamel de espárragos.

BECHAMEL DE ESPARRAGOS							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTES							
HARINA	KG	1	0,250	1,80	0,45	1. Elaborar el roux con mantequilla y harina en partes iguales. 2. Pelar y cocinar los espárragos junto con la leche. 3. Licuar, tamizar salpimentar y agregar el roux batir mientras hierve hasta que tome consistencia, reservar cuando se pueda napar.	
SAL	KG	1	0,025	0,90	0,02		
NUEZ MOSCADA	KG	1	0,010	6,70	0,07		
VEGETALES							
ESPARRAGOS	ATADO	1	0,300	5,00	1,50		
LÁCTEOS							
LECHE ENTERA	LT	1	1,000	0,79	0,79		
MANTEQUILLA	KG	1	0,250	4,5	1,13		
					SUBTOTAL COSTO		3,95
					ESPECIAS		0,05
					COSTO POTENCIAL	0,30	
					COSTO RECETA	4,12	

Elaborado por el autor.

Anexo #10

Pre elaborados mermelada de cebollas.

MERMELADA DE CEBOLLAS							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTES						1. Licuar las cebollas con 100cc de vino tinto. 2. Agregar el vino tinto, la cebolla licuada, canela para perfumar y el azúcar. 3. Dejar que se reduzca durante una hora a baja temperatura, remover eventualmente.	
AZUCAR BLANCA	KG	1	1,000	0,90	0,90		
CANELA EN RAMA	KG	1	0,200	4,20	0,84		
VINO TINTO	LT	1	0,600	3,50	2,10		
SAL	KG	1	0,100	0,90	0,09		
VEGETALES							
CEBOLLA PAITEÑA	KG	1	1,000	1,60	1,60		
NOTAS OBSERVACIONES		SUBTOTAL COSTO			5,53		
		ESPECIAS			0,17		
		COSTO POTENCIAL			0,30		
		COSTO RECETA			6,08		

Elaborado por el autor.

Anexo # 11

Pre elaborados Masa mixta crepes y blinis.

MASA CREPES Y BLINIS							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTES						1. Clarificar la mantequilla. 2. Tamizar el harina añadir en la licuadora o batidora los ingredientes líquidos, seguido de los secos, integrar todo y reservar en la refrigeradora.	
HARINA	KG	1,000	0,960	2,50	2,40		
ACEITE	KG	1,000	0,120	2,30	0,276		
SAL	KG	1,000	0,015	0,90	0,014		
HUEVOS	UND	1,000	4,000	0,30	1,2		
LÁCTEOS							
MANTEQUILLA	KG	1,000	0,200	4,50	0,9		
LECHE	LT	1,000	1,000	0,79	0,79		
NOTAS OBSERVACIONES		SUBTOTAL COSTO			5,58		
Trabajar con los ingredientes a temperatura ambiente.		ESPECIAS			0,17		
		COSTO POTENCIAL			0,30		
		COSTO RECETA			6,14		

Elaborado por el autor.

Anexo # 12

Pre elaborados Salsa pesto de ajonjolí.

SALSA PESTO DE AJONJOLÍ						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Tostar el ajonjolí, licuar junto con la albahaca, el parmesano y el aceite de oliva, salpimentar al final reservar en el refrigerador.
ACEITE DE OLIVA	LT	1,000	0,350	5,20	1,82	
AJONJOLI	KG	1,000	0,200	3,80	0,76	
SAL	KG	1,000	0,045	0,90	0,041	
PIMIENTA	KG	1,000	0,040	3,00	0,12	
VEGETALES						
ALBAHACA	ATD	1,000	0,480	0,85	0,408	
LÁCTEOS						
PARMESANO	KG	1,000	0,200	6,50	1,3	
				SUBTOTAL COSTO	4,04	
				ESPECIAS	0,12	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	4,44	

Elaborado por el autor.

Anexo # 13 Pre elaborados Masa artesanal.

MASA ARTESANAL						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Activar la levadura con azúcar y agua tibia dejar reposar. 2. Tamizar la harina formar un volcán, añadir el aceite de oliva y el agua junto con la levadura, amasar hasta integrar los ingredientes, dejar en reposo durante 40 minutos en un ambiente cálido y húmedo. 3. Luego del tiempo de reposo estirar la masa añadir la sal amasar y hacer porciones de 25gr estirar y hornear durante 15 a 20 minutos añadir el queso y hornear 5 minutos más a temperatura alta 160°C, dejar enfriar y conservar en un recipiente con tapa.
HARINA BLANCA	KG	1	0,300	2,30	0,69	
ACEITE DE OLIVA	KG	1	0,100	5,30	0,53	
LEVADURA	KG	1	0,010	4,50	0,05	
AGUA	KG	1	0,150	0,60	0,09	
SAL		1	0,030	0,90	0,03	
TILSIT DE ORÉGANO	KG	1	0,020	13,00	0,26	
				SUBTOTAL COSTO	1,64	
				ESPECIAS	0,05	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	1,81	

Elaborado por el autor.

Anexo # 14

Pre elaborado Salsa de zuquini.

SALSA DE ZUQUINI						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						
Aceite de oliva	KG	1	0,400	5,30	2,12	1. Cortar el zuquini saltar con aceite de oliva y ajos. 2. Enseguida licuar la preparación, salpimentar y dejar enfriar antes de almacenar.
Sal	KG	1	0,100	0,90	0,09	
Pimienta	KG	1	0,085	3,00	0,26	
VEGETALES						
Zuquini	KG	1	1,000	2,60	2,60	
Ajo	KG	1	0,060	4,35	0,26	
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO	5,33
CONSERVAR EN LA REFRIGERADORA, AL MOMENTO DE REGENERAR HACELO A TEMPERATURA MEDIA 60°C					ESPECIAS	0,16
					COSTO POTENCIAL	0,30
					COSTO RECETA	5,86

Elaborado por el autor.

Anexo # 15

Pre elaborado Tortillas de camote y papa.

TORTILLAS DE CAMOTE Y PAPA.							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
CÁRNICOS							
GRASA DE BORREGO	KG	1	0,500	2,15	1,08	1. Extraer la manteca a fuego alto. 2. Pelar las papas y el camote, hervir con un poco de sal. 3. Enseguida procesar los tubérculos hasta obtener un puré fino, agregar la manteca y rectificar. 4. Dejar enfriar la masa para posteriormente moldear y porcionar.	
ABARROTES							
SAL	KG	1	0,200	0,90	0,18		
AZÚCAR	KG	1	0,100	0,90	0,09		
VEGETALES							
PAPA CHOLA	KG	1	0,750	1,80	1,35		
CAMOTE	KG	1	0,750	2,50	1,88		
					SUBTOTAL COSTO	4,57	
					ESPECIAS	0,14	
					COSTO POTENCIAL	0,30	
					COSTO RECETA	5,03	

Elaborado por el autor.

Anexo # 16

Pre elaborados almíbar de cerveza.

ALMIBAR DE CERVEZA						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Agregar en una olla la cerveza y el azúcar, dejar reducir durante 10 a 15 minutos por encima del punto de ebullición o hasta que el líquido tome una consistencia ligeramente densa.
AZÚCAR	KG	1	0,500	0,90	0,45	
CERVEZA NACIONAL	LT	1	1,000	1,50	1,50	
SAL	KG	1	0,050	0,90	0,05	
				SUBTOTAL COSTO	3,61	
				ESPECIAS	0,11	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	3,98	

Elaborado por el autor.

Anexo # 17

Pre elaborado Masa de arroz.

MASA DE ARROZ						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Lavar el arroz, cocinar en proporciones 2 a 1 en cantidad de líquido a fuego bajo. 2. Sazonar y remover, procesar la masa hasta obtener una pasta de textura uniforme. 3. Tostar el ajonjolí, integrar a la masa, dejar reposar para que se enfríe y mantener en refrigeración posteriormente.
ARROZ	KG	1	1,000	1,20	1,20	
SAL	KG	1	0,200	0,90	0,18	
AJONJOLI	KG	1	0,200	3,80	0,76	
ACEITE	LT	1	0,120	1,20	0,14	
				SUBTOTAL COSTO	2,28	
				ESPECIAS	0,07	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	2,51	

Elaborado por el autor.

Anexo # 18

Pre elaborado Puré de pimiento rojo.

PURÉ DE PIMIENTO ROJO						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTOS						1. Hornear los pimientos morrones a 180°C temperatura alta durante 15 a 20 minutos. 2. Luego de retirarlos del horno pelarlos y licuarlos con aceite de oliva sal y un poco de azúcar. 3. Dejar enfriar el puré y reservar en refrigeración.
ACEITE DE OLIVA	KG	1	0,300	5,20	1,56	
SAL	KG	1	0,040	0,90	0,04	
AZÚCAR	KG	1	0,010	0,90	0,01	
VEGETALES						
PIMIENTO ROJO	KG	1	1,000	3,40	3,40	
				SUBTOTAL COSTO	5,01	
				ESPECIAS	0,15	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	5,51	

Elaborado por el autor.

Anexo # 19

Pre elaborado Masa quebrada dulce.

Masa quebrada dulce						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTOS						1. Tamizar el harina, formar un volcan con un bowl, enseguida integrar los ingredientes líquidos. 2. Incorporar bien todos los ingredientes, cubrir con papel film y reservar en refrigeración.
HARINA	KG	1	1,000	2,50	2,50	
HUEVOS	UNIDAD	1	3	0,30	0,90	
SAL	KG	1	0,150	0,90	0,14	
MIEL DE ABEJA	LT	1	0,060	8,50	0,51	
LÁCTEOS						
MANTEQUILLA	KG	1	0,350	4,70	1,65	
NOTAS OBSERVACIONES				SUBTOTAL COSTO	5,69	
				ESPECIAS	0,17	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	6,26	
Trabajar con los ingredientes a temperatura ambiente.						

Elaborado por el autor

Anexo # 20

Pre elaborado Reducción de maracuyá.

REDUCCIÓN DE MARACUYÁ						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Reducir a temperatura media 60 a 80 °c durante 20 minutos el zumo de maracuyá junto con el vinagre balsámico azúcar y la sal. 2. Retirar del fuego agregar el aceite de oliva dejar enfriar y reservar en refrigeración.
VINAGRE BALSAMICO	LTS	1	0,300	5,60	1,68	
AZÁCAR	KG	1	0,300	0,90	0,27	
SAL	KG	1	0,070	0,90	0,06	
ACEITE DE OLIVA	LTS	1	0,200	5,20	1,04	
VEGETALES						
PULPA DE MARACUYA	KG	1	0,700	4,50	3,15	
			SUBTOTAL COSTO		6,20	
			ESPECIAS		0,19	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		6,82	
			COSTO PORCIÓN			

Elaborado por el autor.

Anexo # 21

Pre elaborado Puré de papas.

PURÉ DE PAPA						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Precalear el agua con sal trozos de la cebolla blanca. 2. Pelar y cortar las papas agregarlas a la olla luego de que esta esté en ebullición, dejar que se cocinen durante 15 minutos. 3. Retirar del fuego colar, desechar los restos de la cebolla, y con ayuda de una pisa papas aplastar las mismas hasta conseguir una masa homogénea. 4. Rectificar el punto de sal si fuera necesario, esperar que se enfríe y reserva en refrigeración. 5. Al momento de usar, regenerar el puré con un poco de leche si fuera necesario.
SAL	KG	1	0,300	0,90	0,27	
VEGETALES						
PAPA CHOLA	KG	1	1,000	1,20	1,20	
CEBOLLA BLANCA	ATADO		0,200	0,70		
LÁCTEOS						
LECHE	LTS	1	0,600	0,79	0,47	
MANTEQUILLA	KG	1	0,200	4	0,84	
			SUBTOTAL COSTO		2,78	
			ESPECIAS		0,08	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		3,06	

Elaborado por el autor.

Anexo # 22

Pre elaborado Miel de perejil y limón.

MIEL DE PEREJIL Y LIMÓN							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTOS						1. Extraer el zumo de limón. 2. Picar el perejil bruscamente. 3. Poner a reducir a fuego temperatura media 60 a 80 °c el zumo de limón, junto con el perejil y azúcar, agregar un poco de agua para reducir la intensidad de los sabores. 4. Luego de que la reducción tome la textura de un almíbar colar y reservar en refrigeración.	
AZÚCAR	KG	1	1,000	0,90	0,90		
AGUA	KG	1	0,300	0,60	0,18		
SAL	KG	1	0,050	0,90	0,05		
VEGETALES							
PEREJIL	ATADO	1	0,200	0,80	0,16		
ZUMO DE LIMÓN	LT	1	0,100	3,20	0,32		
					SUBTOTAL COSTO		1,61
					ESPECIAS		0,05
					COSTO POTENCIAL		0,30
					COSTO RECETA	1,77	

Elaborado por el autor.

Anexo # 23

Pre elaborado Bizcochuelo de miel de abeja.

Bizcochuelo de miel de abeja							
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
ABARROTOS						BIZCOCHO DE MIEL 1. Tamizar la harina junto con el polvo de hornear un par de veces. 2. Batir la claras con la mitad del azúcar, y reservar. 3. Montar las yemas con el resto del azúcar y la miel, una vez hayan aumentado su tamaño incorporar el harina de a poco. 4. Agregar las claras a la mezcla de yemas y harina, de manera envolvente con ayuda de una espátula de goma. 5. Previamente precalentar el horno a 180°c 6. Engrasar y enharinar un molde verter la masa del bizcochuelo y hornear durante 30 minutos hasta que la superficie este dorada.	
harina	KG	1	0,280	2,50	0,70		
huevos	unidad	1	6	0,30	1,80		
azúcar	KG	1	0,150	0,90	0,14		
miel de abeja	KG	1	0,100	8,60	0,86		
polvo de hornear	kg	1	0,030	8,30	0,25		
LÁCTEOS							
mantequilla	kg	1	0,060	4,50	0,27		
					SUBTOTAL COSTO		4,01
					ESPECIAS		0,12
					COSTO POTENCIAL	0,30	
					COSTO RECETA	4,42	

Elaborado por el autor.

Anexo # 24

Pre elaborado Base para Cheesecake.

Base cheesecake						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTÉS						1. Precalentar el horno a 150°.
Galletas de vainilla	paquete	1	0,175	0,75	0,75	2. Clarificar la mantequilla.
Huevos	unidad	1	2	0,30	0,60	3. Triturar las galletas de vainilla, integrarlas con la mantequilla hasta formar una pasta moldeable.
Leche condensada	KG	1	0,337	3,50	1,18	4. Engrasar un molde y cubrir la base y paredes del mismo con la masa de galletas.
LÁCTEOS						5. Aparte para la masa batir un huevo junto con el requesón y la leche condensada hasta integrar todo.
Requesón	KG	1	0,250	5,00	1,25	6. cubrir ¾ partes del molde donde previamente colocamos la galleta.
Mantequilla		1	0,150	4,50	0,68	7. Hornear durante 20 a 30 minutos, o hasta cuando insertemos un palillo en el medio y al retirarlo este salga seco.
						8. Dejar que se enfríe y desmoldar.
						9. Reservar en un recipiente tapado en refrigeración.
			SUBTOTAL COSTO		4,45	
			ESPECIAS		0,13	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		4,90	

Elaborado por el autor.

Anexo # 25

Pre elaborado Reducción de mango y ají.

REDUCCIÓN DE MANGO Y AJÍ						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTÉS						1. Licuar la fruta con un poco de agua.
SAL	KG	1	0,080	0,90	0,07	2. Cortar en brunoise el ají, integrar con el mango.
AZÚCAR	KG	1	0,200	0,90	0,18	3. Agregar el azúcar y el vinagre dejar reducir durante 10 minutos a 60°C dejar que se enfríe y reservar en refrigeración.
VINAGRE BLANCO	LT	1	0,300	4,50	1,35	
VEGETALES						
MANGO	KG	1	1,000	2,00	2,00	
AJÍ	KG	1	0,300	3,20	0,96	
			SUBTOTAL COSTO		4,56	
			ESPECIAS		0,14	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		5,02	

Elaborado por el autor.

Anexo # 26

Pre elaborado Mermelada de uvillas.

Mermelada de uvillas						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTOS						1. Licuar la pulpa de la fruta junto con el agua, colocar en una olla a fuego bajo. 2. Agregar el azucar disolverla bien y dejar reducir durante 45 minutos a una hora removiendo eventualmente. 3. colocar en un recipiente con tapa, esperar que se enfrie y refrigerar.
azúcar	KG	1	0,400	0,90	0,36	
agua	lt	1	0,200	0,60	0,12	
FRUTAS						
uvillas	KG	1	0,500	4,50	2,25	
			SUBTOTAL COSTO		2,73	
			ESPECIAS		0,08	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		3,00	

Elaborado por el autor.

Anexo # 27

Pre elaborado Mermelada de mango.

Mermelada de mango						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTOS						1. Licuar la pulpa de la fruta junto con el agua, colocar en una olla a fuego bajo. 2. Agregar el azucar disolverla bien y dejar reducir durante 45 minutos a una hora removiendo eventualmente. 3. colocar en un recipiente con tapa, esperar que se enfrie y refrigerar.
azúcar	KG	1	0,400	0,90	0,36	
agua	lt	1	0,200	0,60	0,12	
FRUTAS						
mango	KG	1	0,500	2,00	1,00	
			SUBTOTAL COSTO		1,48	
			ESPECIAS		0,04	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		1,63	

Elaborado por el autor.

Anexo # 28

Pre elaborado Mermelada de higos.

Mermelada de higos.						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Licuar la pulpa de la fruta junto con el agua, colocar en una olla a fuego bajo. 2. Agregar el azucar disolverla bien y dejar reducir durante 45 minutos a una hora removiendo eventualmente. 3. colocar en un recipiente con tapa, esperar que se enfrie y refrigerar.
azúcar	KG	1	0,400	0,90	0,36	
agua	lt	1	0,200	0,60	0,12	
FRUTAS						
Dulce de higos.	KG	1	0,500	6,30	3,15	
			SUBTOTAL COSTO		3,63	
			ESPECIAS		0,11	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		3,99	

Elaborado por el autor.

Anexo # 29

Pre elaborado Mouselina de mandarina y romero.

MOUSELINA DE MANDARINA Y ROMERO						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTES						1. Hervir el zumo de la mandarina junto con el azucar y las ramas de romero fresco. 2. Retirar la mezcla anterior del fuego, enseguida añadir de a poco las yemas de huevo y batir fuertemente para evitar que se cocinen las yemas y se formen grumos. 3. regresar al fuego añadir la maicena y con una espátula de goma integrar todo dejar reducir hasta que espee y tome consistencia. 4. Retirar del fuego sacar las ramas de romero y colar para retener cualquier tipo de grumo que haya quedado en la salsa. reservar en la refrigeradora.
HUEVOS	KG	1	4	0,30	1,20	
AZÚCAR	KG	1	0,150	0,90	0,14	
ROMERO	ATADO	1	0,060	0,85	0,05	
MAICENA	KG	1	0,045	1,85	0,08	
VEGETALES						
ZUMO DE MANDARINA	LT	1	0,500	6,00	3,00	
			SUBTOTAL COSTO		4,47	
			ESPECIAS		0,13	
			COSTO POTENCIAL		0,30	
			COSTO RECETA		4,92	

Elaborado por el autor.

Anexo # 30

Pre elaborado Muselina de toronja.

Mouselina de toronja						
INGREDIENTES	UNIDAD		TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
ABARROTOS						1. Hervir el zumo de la toronja junto con el azucar. 2. Retirar la mezcla anterior del fuego, enseguida añadir de a poco las yemas de huevo y batir fuertemente para evitar que se cocinen las yemas y se formen grumos. 3. Regresar al fuego añadir la maicena y con una espátula de goma terminamos de integrar todo y esperar que espee y tome consistencia. 4. Colar para retener cualquier tipo de grumo que haya quedado en la salsa. reservar en la refrigeradora.
HUEVOS	KG	1	4	0,30	1,20	
AZÚCAR	KG	1	0,150	0,90	0,14	
MAICENA	KG	1	0,045	1,85	0,08	
VEGETALES						
ZUMO DE TORONJA	LT	1	0,500	3,00	1,50	
				SUBTOTAL COSTO	2,92	
				ESPECIAS	0,09	
				COSTO POTENCIAL	0,30	
				COSTO RECETA	3,21	

Elaborado por el autor.

8. BIBLIOGRAFIA.

- Andes.info. (04 de 11 de 2014). *Presupuesto de Ecuador para 2015*. Recuperado el 15 de 06 de 15, de www.andes.info.ec: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/presupuesto-ecuador-2015-preve-inversiones-8116-millones-dolares.html>
- Buenastareas.com. (s/f de 03 de 2010). *Historia del Fast food*. Recuperado el 03 de 12 de 2014, de www.buenastareas.com: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-Fast-Food/154467.html>
- cliftonscafeteria.com. (S/F de S/F de 2001). *History*. Recuperado el 08 de 12 de 2014, de www.cliftonscafeteria.com: <http://www.cliftonscafeteria.com/home.html>
- Crowley, C. H. (S/F de 08 de 2001). *Meet Me at the Automat*. Recuperado el 18 de 01 de 2015, de www.smithsonian.com: <http://www.smithsonianmag.com/history/meet-me-at-the-automat-47804151/?no-ist>
- Cueto, A. (13 de 5 de 2012). *Niveles de producto*. Recuperado el 02 de 02 de 2015, de http://anibalcueto.blogspot.com/2012/05/niveles-de-producto_13.html: http://anibalcueto.blogspot.com/2012/05/niveles-de-producto_13.html
- Definicion abc. (S/F de S/F de S/F). *Definicion de focus group*. Recuperado el 23 de 03 de 2015, de www.definicionabc.com: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/focus-group.php>
- Departamento de cooperacion tecnica, Fao. (S/F de S/F de 1992). *Como estimar la demanda y beneficios*. Recuperado el 04 de 02 de 2015, de www.fao.org: <http://www.fao.org/docrep/008/a0323s/a0323s03.htm#TopOfPage>
- Escalona Moreno, I. (S/F de S/F de 2006). *Investigacion de mercados*. Recuperado el 12 de 01 de 2015, de www.monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml>
- Escolastico, R. (S/F de S/F de S/F). *Historia de los restaurantes*. Recuperado el 22 de 10 de 2014, de ARQHYS ARQUITECTURA: <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>
- Facultad de economia UNAM. (18 de 07 de 2001). *Estudio Tecnico*. Recuperado el 18 de 01 de 2015, de <http://www.economia.unam.mx>: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Federico, A. (S/F de 01 de 2012). *Estudio financiero*. Recuperado el 29 de 04 de 2015, de www.zonaeconomica.com: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Fischer Laura, E. J. (2004). *Mercadotecnia*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Interamericana.

- Grupo Barcelo. (S/F de S/F de 2015). *Hoteles para adultos*. Recuperado el 01 de 06 de 2015, de www.barcelo.com:
http://www.barcelo.com/BarceloHotels/es_ES/colecciones/adultos/hoteles-solo-adultos.aspx
- Guadaño, M. F. (17 de 11 de 2013). *10 Puntos para conocer la historia y la operativa de la Guía Michelin*. Recuperado el 18 de 01 de 2015, de www.gastroeconomy.com:
<http://www.gastroeconomy.com/2013/11/10-puntos-para-conocer-la-historia-y-la-operativa-de-la-guia-michelin/>
- Hernández, P. (S/F de 07 de 2012). *El vino: un legado romano*. Recuperado el 09 de 06 de 2015, de www.elcantodelamusa.com:
http://www.elcantodelamusa.com/docs/2012/agosto/doc2_elvino.pdf
- Instituto ecuatoriano de estadísticas y censos. (S/F de S/F de 2010). *resultados del censo 2010 fascículo provincial de pichincha*. Recuperado el 12 de 01 de 2015, de www.ecuadorencifras.gob.ec: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- ISO 2005, ART. (S/F de S/F de 2005). *Norma internacional ISO 9000*. Recuperado el 12 de 05 de 2015, de www.uco.es: http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf
- Kotler Philip, F. T. (2009). La revolución de los mercados y la dinámica competitiva. En F. T. Kotler Philip, *Marketing lateral* (pág. 5). Madrid: Pearson prentice Hall.
- Kotler, A. C. (2001). *Marketing decima edicion*. New Jersey: Prentice Hall.
- Molera, J. A. (S/F de 11 de 2005). *Plan de comunicacion, diseño, concepto, implementacion*. Recuperado el 02 de 02 de 2015, de http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf:
http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf
- Panamerican Business Network. (S/F de S/F de 2011). *Como establecer su mercado objetivo*. Recuperado el 10 de 02 de 2015, de [www.panamericanbusinessnetwork.com](http://panamericanbusinessnetwork.com):
<http://panamericanbusinessnetwork.com/como-establecer-el-perfil-de-su-mercado-objetivo-2/>
- Parada, J. M. (29 de 01 de 2009). *Pirámide de las necesidades de Maslow*. Recuperado el 16 de 03 de 2015, de www.monografias.com: <http://m.monografias.com/trabajos66/piramide-necesidades-maslow2.shtml>

- Publicidad pixel. (12 de 05 de 2015). *El significado de los colores y la psicología del color*. Recuperado el 12 de 07 de 2015, de www.publicidadpixel.com:
<http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/>
- Ramirez, E. (30 de 10 de 2009). *Análisis FODA; Herramientas de planeación estratégica*. Recuperado el 23 de 03 de 2015, de www.monografias.com:
<http://www.monografias.com/trabajos75/analisis-foda-herramienta-planeacion-estrategica/analisis-foda-herramienta-planeacion-estrategica.shtml>
- Suarez, M. (2004). *Interaprendizaje Holístico de matemáticas*. Ibarra: Graficas Planeta.
- Suárez, M. (2011). *Interaprendizaje de Estadística Básica*. Ibarra - Ecuador.
- Thompson, I. (s/f de 05 de 2006). *Definición de demanda*. Recuperado el 10 de 02 de 2015, de www.promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Tripadvisor. (S/f de 07 de 2010). *Modern Toilet Taipei*. Recuperado el 18 de 01 de 2015, de www.tripadvisor.com: http://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g293913-d1437880-Reviews-Modern_Toilet_Taipei_Ximending-Taipei.html
- TripAdvisor. (S/F de S/F de S/F). *restaurantes romanticos en la ciudad de Quito*. Recuperado el 14 de 01 de 2015, de www.tripadvisor.com: http://www.tripadvisor.co/Restaurants-g294308-zfp3-Quito_Pichincha_Province.html
- Turismo, Quito. (13 de 10 de 2014). *Registro de restaurantes*. Recuperado el 13 de 10 de 2014, de www.quito.com.ec: gcevallos@quito-turismo.gob.ec
- Universidad Pedagógica Nacional. (24 de 01 de 2012). *Macro localización y Micro localización*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/>: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/>
- www.mundoadministrativo.net. (23 de 07 de 2013). *Pirámide de Maslow y su teoría de la motivación*. Recuperado el 24 de 03 de 2015, de www.mundoadministrativo.net:
<http://mundoadministrativo.net/piramide-de-maslow-explicacion/>