



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

### **ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

#### **“PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTO BAR GRILL CON CORTES Y TÉRMINOS DEL GENERO CÁRNICO PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2018”**

**Trabajo de titulación**

**Tipo:** Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTOR:** Mónica Fernanda Tierra Maigua

**TUTOR: Ing.-** Danilo Fernando Fernández Vinueza Msc.

Riobamba - Ecuador

2019

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**  
**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación: Tipo “PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTO BAR GRILL CON CORTES Y TÉRMINOS DEL GENERO CÁRNICO PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2019”, de responsabilidad de la señorita MÓNICA FERNANDA TIERRA MAIGUA, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

	FIRMA	FECHA
<b>Ing.- Danilo Fernando Fernández Vinueza Msc.</b> <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	.....	.....
<b>Ing.- Telmo Marcelo Zambrano Núñez Msc</b> <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	.....	.....
<b>Ing.- Rafael Inti Saltos</b> <b>DOCUMENTALISTA</b>	.....	.....

## CERTIFICACIÓN

Certificado que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento ha sido minuciosamente revisado y se autoriza su presentación

**Ing.- Danilo Fernando Fernández Vinuesa Msc.**  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**Ing.- Telmo Marcelo Zambrano Núñez Msc**  
MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

© 2019, **Mónica Fernanda Tierra Maigua**

Yo, **MÓNICA FERNANDA TIERRA MAIGUA** soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Mónica Fernanda Tierra Maigua  
060406650-6

## DEDICATORIA

El presente trabajo quiero dedicarle principalmente a Dios por brindarme un día más de vida y siempre llenar de bendiciones en cada paso a seguir durante mi trayectoria de estudio.

A mi padre por su apoyo incondicional siendo la persona que me enseñó valores y principios, siendo el pilar de mi vida y por el apoyo que aportó durante todo el proceso de educación. A mi madrina Esperanza por sus sabios consejos y apoyo incondicional. A mi madre Rosita por darme la vida y mis hermanos por el apoyo incondicional que mis logros.

A mi novio Leonardo por su apoyo incondicional siendo para mí la principal fuente de fortaleza y superación el que me ayuda a alcanzar mis objetivos en el proyecto de vida trazada.

Mónica Tierra

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios a mi familia y mi novio por el apoyo y tiempo incondicional, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública en especial a la Escuela de Gastronomía y a tan distinguida autoridades que laboran en el establecimiento, a mis profesores quienes compartieron sus conocimientos en las aulas y talleres.

Mónica Tierra

## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN</b> .....	<b>xx</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xxi</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>2</b>
<b>1 ANTECEDENTES</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1 Tema:</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2 Problema:</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3 Justificación:</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4 Objetivos</b> .....	<b>4</b>
<i>1.4.1 General</i> .....	<b>4</b>
<i>1.4.2 Específicos</i> .....	<b>4</b>
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>5</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Hilo conductor</b> .....	<b>5</b>
<b>2.2 Marco teórico</b> .....	<b>6</b>
<i>2.2.1 Restaurante</i> .....	<b>6</b>
<i>2.2.1.1 El restaurante</i> .....	<b>6</b>
<i>2.2.2 Tipos de restaurante</i> .....	<b>6</b>

2.2.2.1 Restaurante de carácter familiar .....	6
2.2.2.2 Restaurantes de cocina de mercado y autóctonos: .....	6
2.2.2.3 Restaurantes de cocina libre o nueva cocina: .....	7
2.2.2.4 Restaurante-Cafetería:.....	7
2.2.2.5 Restaurantes Fast Food: .....	7
2.2.2.6 Restauración Temática: .....	7
2.2.2.7 Restaurantes de cocina extranjeras:.....	8
<b>2.2.3 Tipos de servicio de un restaurante .....</b>	<b>8</b>
2.2.3.1 Servicio a la francesa.....	8
2.2.3.2 Servicio a la inglesa.....	8
2.2.3.3 Servicio emplatado (a la americana).....	8
2.2.3.4 Servicio en gueridón (a la rusa) .....	8
<b>2.2.4 Bar .....</b>	<b>9</b>
2.2.4.1 ¿Qué es un bar? .....	9
2.2.4.2 Tipos de bares .....	9
<b>2.2.5 Resto bar grill.....</b>	<b>11</b>
2.2.5.1 Concepto .....	11
2.2.5.2 Equipo del asador .....	11
2.2.5.3 Utensilios del asador .....	12
<b>2.2.6 Carnes.....</b>	<b>15</b>
2.2.6.1 Tipos de corte del género cárnico.....	15
2.2.6.2 Términos del género cárnico .....	17
2.2.6.3 Términos de cocción de la carne .....	18
<b>2.2.7 Proyectos de factibilidad .....</b>	<b>18</b>
2.2.7.1 ¿Qué es un estudio de factibilidad? .....	18
2.2.7.2 Estudio de mercado.....	20
2.2.7.3 Estudio técnico.....	20
2.2.7.4 Estudio legal .....	21
2.2.7.5 Estudio administrativo .....	22



2.2.7.6 <i>Estudio ambiental</i> .....	22
2.2.7.7 <i>Estudio financiero</i> .....	23
<b>2.3 Marco conceptual</b> .....	<b>25</b>
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>28</b>
<b>3 METODOLOGÍA</b> .....	<b>28</b>
<b>3.1 Métodos, técnicas e instrumentos</b> .....	<b>28</b>
3.1.1 <i>Tipo y diseño de la investigación</i> .....	28
3.1.2 <i>Técnicas de recolección de datos</i> .....	28
3.1.3 <i>Fuentes de investigación</i> .....	28
<b>3.2 Población y muestra</b> .....	<b>29</b>
3.2.1 <i>Segmento de mercado</i> .....	29
3.2.2 <i>Universo</i> .....	31
3.2.3 <i>Muestra</i> .....	31
3.2.3.1 <i>Formula del muestreo</i> .....	31
<b>3.3 Encuesta</b> .....	<b>32</b>
<b>3.4 Análisis de resultados de las encuestas</b> .....	<b>33</b>
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>44</b>
<b>4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>44</b>
<b>4.1 Introducción</b> .....	<b>44</b>
<b>4.2 Identificación de la idea</b> .....	<b>45</b>
4.2.1.1 <i>Selección y evaluación de la idea</i> .....	46
4.2.1.2 <i>Evaluación final de la idea</i> .....	46
4.2.1.3 <i>Descripción de la idea seleccionada</i> .....	46

<b>4.2.2 Nombre del emprendimiento.....</b>	<b>47</b>
<b>4.2.3 Descripción del emprendimiento .....</b>	<b>47</b>
4.2.3.1 Misión .....	47
4.2.3.2 Visión .....	48
4.2.3.3 Políticas .....	48
4.2.3.4 Estrategias .....	48
4.2.3.5 Valores y principios del empleado en el establecimiento .....	49
4.2.3.6 Distingos y ventajas competitivas .....	49
<b>4.3 Aplicación del FODA .....</b>	<b>51</b>
<b>4.4 Estudio de Mercado .....</b>	<b>52</b>
4.4.1 Crecimiento poblacionario.....	52
4.4.2 Proyección de la demanda .....	53
4.4.3 Proyección de la oferta.....	55
4.4.4 Demanda insatisfecha .....	56
4.4.5 Mix de mercado .....	57
4.4.5.1 Logo de la empresa.....	57
4.4.6 Socio Económico.....	58
4.4.7 Competencia Directa.....	58
4.4.7.1 La competencia directa:.....	58
4.4.7.2 Competencia Indirecta:.....	58
4.4.8 Producto.....	59
4.4.8.1 Precio .....	59
4.4.9 Plaza.....	60
4.4.10 Promoción .....	60

<b>4.4.11 Análisis del sector</b> .....	<b>60</b>
4.4.11.1 Análisis del sector.....	60
4.4.11.2 Proveedores.....	61
<b>4.5 Estudio administrativo</b> .....	<b>61</b>
4.5.1 Organigrama Funcional.....	61
4.5.2 Organigrama Estructural .....	62
4.5.3 Manual de Funciones .....	62
<b>4.6 Estudio Legal</b> .....	<b>64</b>
4.6.1 Creación del RUC .....	64
4.6.2 Permisos de funcionamiento.....	64
4.6.3 Permiso del Cuerpo de Bomberos.....	64
<b>4.7 Estudio ambiental</b> .....	<b>65</b>
<b>4.8 Estudio técnico</b> .....	<b>65</b>
4.8.1 Macro y micro localización.....	66
4.8.2 Micro localización.....	66
4.8.3 Recetas estándar.....	67
4.8.4 Diseño de la carta.....	67
4.8.5 Proceso Atención al cliente.....	67
4.8.6 Proceso de cocina.....	68
4.8.7 Proceso de tratamiento de Alimentos .....	68
4.8.8 Requerimiento del talento humano .....	68
4.8.9 Estructura de costos de producción.....	69

<b>4.8.10 Materia prima</b> .....	<b>71</b>
<b>4.8.11 Mano de obra directa</b> .....	<b>71</b>
4.8.11.1 Costos indirectos de fabricación.....	71
<b>4.8.12 Determinación de activos fijos para producción</b> .....	<b>72</b>
<b>4.8.13 Programa pre operativo</b> .....	<b>72</b>
<b>4.9 Estudio Financiero</b> .....	<b>74</b>
<b>4.9.1 Análisis de la inversión</b> .....	<b>74</b>
4.9.1.1 Fuentes y usos .....	75
<b>4.9.2 Presupuesto</b> .....	<b>75</b>
4.9.2.1 Presupuesto de costo de producción.....	75
4.9.2.2 Presupuesto de gastos administrativos .....	76
4.9.2.3 Presupuesto de gastos de venta .....	76
4.9.2.4 Presupuesto de gastos financieros.....	76
<b>4.9.3 Estado de ganancias y pérdidas</b> .....	<b>77</b>
<b>4.9.4 Estado de situación financiero</b> .....	<b>77</b>
<b>4.9.5 Estado de flujo del efectivo</b> .....	<b>78</b>
<b>4.9.6 Evaluación económica</b> .....	<b>78</b>
4.9.6.1 Prueba acida.....	78
<b>4.9.7 Evaluación financiera</b> .....	<b>79</b>
<b>4.10 Conclusiones y recomendaciones</b> .....	<b>82</b>
<b>4.10.1 Conclusiones</b> .....	<b>82</b>
<b>4.10.2 Recomendaciones</b> .....	<b>83</b>

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXO**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b> Cortes del género cárnico de Res .....	15
<b>Tabla 2-2:</b> Cortes del género cárnico de cerdo.....	16
<b>Tabla 3-2:</b> Cortes del género cárnico del pollo .....	16
<b>Tabla 4-2:</b> Términos del género cárnico .....	17
<b>Tabla 1-3:</b> Segmentación de mercado .....	30
<b>Tabla 2-3:</b> Aceptabilidad de un Resto Bar Grill.....	33
<b>Tabla 3-3:</b> Horario de atención .....	34
<b>Tabla 4-3:</b> Frecuencia de consumo .....	35
<b>Tabla 5-3:</b> Preferencia en promociones .....	36
<b>Tabla 6-3:</b> Motivación para el consumo de asados.....	37
<b>Tabla 7-3:</b> Tipo de guarnición.....	38
<b>Tabla 8-3:</b> Motivo que asiste al Resto Bar Grill .....	39
<b>Tabla 9-3</b> Tipos de Bebidas.....	40
<b>Tabla 10-3:</b> Tipo de género cárnico .....	41
<b>Tabla 11-3:</b> Cortes del género cárnico .....	42
<b>Tabla 11-3:</b> Satisfacción de los Resto Bar Grill existentes .....	43
<b>Tabla 1-4:</b> Lluvia de ideas.....	45
<b>Tabla 2-4:</b> Selección de la idea inicial .....	46

<b>Tabla 3-4:</b> Evaluación final de la idea .....	46
<b>Tabla 4-4:</b> Nombre del emprendimiento .....	47
<b>Tabla 5-4:</b> Políticas y estrategias .....	48
<b>Tabla 6-4:</b> Estudio FODA .....	51
<b>Tabla 7-4:</b> Crecimiento poblacional del cantón Riobamba de la parroquia Veloz .....	52
<b>Tabla 8-4:</b> Proyección de la demanda .....	54
<b>Tabla 9-4:</b> Oferta proyectada .....	55
<b>Tabla 10-4:</b> Demanda Insatisfecha.....	56
<b>Tabla 11-4:</b> Cargo de Gerente de alimento y bebidas .....	62
<b>Tabla 12-4:</b> Cargo de Chef Ejecutivo .....	63
<b>Tabla 13-4:</b> Cargo de ayudante .....	63
<b>Tabla 14-4:</b> Cargo de mesero .....	63
<b>Tabla 15-4:</b> Macro Localización .....	66
<b>Tabla 16-4:</b> Micro localización .....	66
<b>Tabla 17-4:</b> Requerimiento del talento humano en producción .....	69
<b>Tabla 18-4:</b> Consumo de servicios básicos .....	69
<b>Tabla 19-4:</b> Combustible.....	70
<b>Tabla 20-4:</b> Mantenimiento de equipo e instalación .....	70
<b>Tabla 21-4:</b> Depreciación de activos fijos.....	70
<b>Tabla 22-4:</b> Materia prima .....	71
<b>Tabla 23-4:</b> Mano de obra directa .....	71

<b>Tabla 24-4:</b> Costos indirectos de fabricación .....	71
<b>Tabla 25-4:</b> Activos fijos para producción.....	72
<b>Tabla 26-4:</b> Gastos de instalación .....	72
<b>Tabla 27-4:</b> Gasto de organización .....	72
<b>Tabla 28-4:</b> Gasto de experimentación .....	73
<b>Tabla 29-4:</b> Gasto de publicidad .....	73
<b>Tabla 30-4:</b> Inversiones del proyecto.....	74
<b>Tabla 31-4:</b> Fuentes y usos.....	75
<b>Tabla 32-4:</b> Costo de producción.....	75
<b>Tabla 33-4:</b> Gastos de administración.....	76
<b>Tabla 34-4:</b> Gasto de ventas.....	76
<b>Tabla 35-4:</b> Gastos financieros .....	76
<b>Tabla 36-4:</b> Resultados .....	77
<b>Tabla 37-4:</b> Balance general .....	77
<b>Tabla 38-4:</b> Flujo de caja .....	78
<b>Tabla 39-4:</b> Valor actual neto (VAN) .....	79
<b>Tabla 40-4:</b> Tasa interna de retorno (TIR) .....	79
<b>Tabla 41-4:</b> Relación beneficio costo.....	80
<b>Tabla 42-4:</b> Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	80
<b>Tabla 43-4:</b> Punto de equilibrio .....	80
<b>Tabla 44-4:</b> Punto de equilibrio .....	81



## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>Ilustración 1-3:</b> Aceptabilidad de un Resto Bar Grill.....	33
<b>Ilustración 2-3:</b> Horario de atención.....	34
<b>Ilustración 3-3:</b> Frecuencia de consumo.....	35
<b>Ilustración 4-3:</b> Preferencia en promociones.....	36
<b>Ilustración 5-3:</b> Motivación para el cliente.....	37
<b>Ilustración 6-3:</b> Tipo de guarnición.....	38
<b>Ilustración 7-3:</b> Motivo que asiste al Resto Bar Grill.....	39
<b>Ilustración 8-3:</b> Tipos de bebidas.....	40
<b>Ilustración 9-3:</b> Tipo de género cárnico.....	41
<b>Ilustración 10-3:</b> Cortes del género cárnico.....	42
<b>Ilustración 11-3:</b> Satisfacción de los Resto Bar Grill existentes.....	43
<b>Ilustración 1-4:</b> Crecimiento poblacional del cantón Riobamba de la parroquia veloz.....	53
<b>Ilustración 2-4:</b> Demanda proyectada.....	54
<b>Ilustración 3-4:</b> Oferta proyectada.....	55
<b>Ilustración 4-4:</b> Demanda insatisfecha.....	56
<b>Ilustración 5-4:</b> Logo de la empresa.....	57
<b>Ilustración 6-4:</b> Tarjeta de Presentación.....	57
<b>Ilustración 7-4:</b> Organigrama funcional.....	61

<b>Ilustración 8-4:</b> Organigrama estructural.....	62
<b>Ilustración 9-4:</b> Proceso de atención al cliente .....	67
<b>Ilustración 10-4:</b> Proceso de cocina.....	68
<b>Ilustración 11-4:</b> Proceso de tratamiento de alimentación.....	68
<b>Ilustración 12-4:</b> Punto de Equilibrio .....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-2:</b> Tabla para cortar Carne.....	12
<b>Figura 2-2:</b> Cuchillo.....	12
<b>Figura 3-2:</b> Trinche o tenedor .....	13
<b>Figura 4-2:</b> Pincelo brocha.....	13
<b>Figura 5-2:</b> Pinzas y espátulas .....	14
<b>Figura 6-2:</b> Chaira.....	14
<b>Figura 7-2</b> Cepillo .....	14
<b>Figura 8-2:</b> Accesorios para manipular las brasas. ....	15
<b>Figura 9-2:</b> Términos de cocción .....	18

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación tipo emprendimiento propone realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Resto Bar Grill en la Provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, por medio de una investigación tipo descriptiva se pretende conocer la situación, placeres, y preferencias de los comensales a través de la descripción exacta de las actividades en lo que tiene que ver a alimentos y bebidas, los datos obtenidos se respaldan en fuentes bibliográficas, obtención de información en campo, que permite saber cuál es la situación actual del mercado y obtener información de los habitantes aplicando una encuesta, la misma que arrojó resultados muy favorable para la implementación del Resto Bar Grill. Como parte del desarrollo de la propuesta se realiza una evaluación del proyecto, en donde se estudia el mercado analizando la competencia directa e indirecta, también se analiza los demandantes de los productos ofertados donde se obtuvo resultados favorables en la acogida y aceptabilidad de los productos como también en el servicio que se pretende ofrecer a los comensales, se diseñó la carta de menú con las respectivas preparaciones y con la estandarización de recetas, en el estudio administrativo se estableció los puestos de trabajo según las funciones requeridas por la empresa, el estudio medio ambiental permitió definir cuál sería el impacto ambientales y los métodos que se aplicará para acortarlos y en el estudio financiero se determinó la inversión total del proyecto con un valor de 18.935,57, los indicadores financieros como el Valor Actual Neto más conocido como VAN que resulto en un valor positivo con 7.440,42 , mientras que la tasa interna de retoro TIR resulto ser 24% y la relación de Costo Beneficio B/C de 1,61. Se recomienda que se debe respetar todos los estudios realizados en el proyecto al momento de la implementación.

**Palabras claves:** <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <EMPREDIMIENTO>, <TÉCNICAS CULINARIAS>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <RESTO BAR GRILL>, <MONTAJE DE PLATOS>, <COCINA A LA PARRILLA>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



## ABSTRACT

This qualification work degree project proposes to carry out a feasibility study for the implementation of a Resto Grill Bar at the Chimborazo province, Riobamba city through a descriptive type investigation is intended to know the situation, pleasures, and preferences of the diners through the exact description of the activities related with food and drink, the data obtained are backed up in bibliographical sources, collection field information, that lets to know what is the current market situation. Also, it lets to get information from the inhabitants by applying a survey, this survey showed very favorable results for the implementation of the Resto Grill Bar. As part of the development of the proposal an evaluation of the project was carried out, where the market was studied by analyzing the direct and indirect competition. Furthermore, the plaintiffs of the offered products were analyzing too, where favorable results were obtained in the reception and acceptability of the products as well as in the service that is intended to offer to the diners, the menu was designed with the respective preparations and with the standardization of recipes, in the administrative study the jobs were established according to the functions required by the company, the environmental study allowed to define what would be the environmental impact and the methods that will be applied to shorten them, and in the financial study was determined the total investment of the project with a value of 18,935.57, the financial indicators as the Net Present Value better known as NPV that resulted in a positive value with 7,440.42, while the Internal Rate of Return IRR proved to be 24% and the cost benefit relationship B/C of 1.61. It is recommended that all studies carried out in the project should be respected at the time of implementation.

**Keywords:** «TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCE», «GASTRONOMY», "ENTREPRENEURSHIP", "COLINARIY TECHNIQUES", "FEASIBILITY STUDY", « RESTO GRILL BAR», « DISHES ASSEMBLY», «CANTON RIOBAMBA», «RIOBAMBA (CANTON)».



## **INTRODUCCIÓN**

En la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba existe algunos establecimientos de alimentos y bebidas que manipulan los diferentes ingredientes utilizando técnicas culinarias al momento de elaborar los platos expuestos en un menú, esto llega a ser muy atractivo para el gusto de los clientes locales y turistas, quienes degustan de variedad de la gastronomía tradicional e internacional.

La mayoría de estos establecimientos brindan un servicio similar a los demás establecimientos creando una posible demanda insatisfecha. En el proyecto de factibilidad de implementación se utilizará técnicas innovadoras en la cocina al momento de elaborar los platillos, así creando la evolución en la gastronomía de la ciudad, combinando técnicas culinarias al momento de realizar una carta de menú, de la misma manera al mercado insatisfecho se les brindara una alimentación y servicio de calidad, que los clientes sientan que sus necesidades son el principal objetivo a satisfacer.

Al momento de conocer la factibilidad en la implementación del establecimiento se debe conocer o aplicar algunos estudios como es el estudio de mercado que nos permite conocer la demanda insatisfecha y la oferta que esta ocasiona en el mercado actual, el estudio técnico nos permite conocer el tamaño y la localización del establecimiento como también realizar un menú que sea atractivo para el cliente, el estudio administrativo utilizamos los organigramas que ayuda a la empresa a ver cuáles son las funciones según la jerarquía, el estudio ambiental nos permite tomar medidas sobre la contaminación ambiental cuando se implemente el proyecto y en el estudio financiero verificamos que el proyecto si es viable.

## **CAPITULO I**

### **1 ANTECEDENTES**

#### **1.1 Tema:**

Proyecto de implementación de un Resto Bar Grill con cortes y términos del genero cárnico para la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, 2018.

#### **1.2 Problema:**

La ciudad de Riobamba presenta necesidades en el ámbito gastronómico debido al constante cambio y evolución de su población, con comensales exigentes y crecientes día tras día, dando lugar a una demanda insatisfecha en alimentación y servicio. Muchos lugares de comida no cumplen con todas las expectativas de los clientes por no dar importancia a aspectos fundamentales como: materia prima en óptimas condiciones, buenas características organolépticas para lograr una mejor presentación en el montaje del plato sin perder su alto valor nutricional, infraestructura en óptimas condiciones y siempre presentables a la vista del cliente. Por no tomar atención a estos y más aspectos la mayoría de establecimientos generan un ambiente no agradable para los comensales, provocando gran cantidad de clientes insatisfechos en busca de un resto bar donde puedan compartir más que una comida si no una experiencia agradable, cómoda y armoniosa.

### **1.3 Justificación:**

El desarrollo de las fuerzas productivas se centra en la formación de talento humano para la creación de conocimiento. Este conocimiento se aplica en las técnicas del arte culinario consiguiendo mejoras significativas en la calidad del servicio y alimentación nutritiva, para de esta forma atraer a los comensales que se encuentran en busca de un establecimiento con un menú exquisito, nutritivo que brinde todas las facilidades y ambientes agradables para una mejor experiencia en su visita

Es importante recalcar que la infraestructura debe ser óptima para cumplir con los objetivos de cada área de trabajo, de este modo conseguir la entrega del pedido dentro de los tiempos establecidos que un cliente tiene que esperar.

En referencia al problema y al párrafo anterior, se plantea realizar el estudio de factibilidad de un resto bar grill que cumpla con todas las expectativas del cliente más exigente, acorde a todos los reglamentos y normas establecidos en la ciudad de Riobamba, generando satisfacción en los comensales que visiten el establecimiento, adicional a esto generar plazas de empleo directos e indirectos, consumo de materia prima e insumos de la localidad, además de impulsar la competitividad y diversidad alimenticia a fin de mejorar la calidad y fomentar el turismo en la ciudad.



## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 General***

Diseñar el proyecto de implementación del Resto Bar Grill con cortes y términos del género cárnico para la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo 2018.

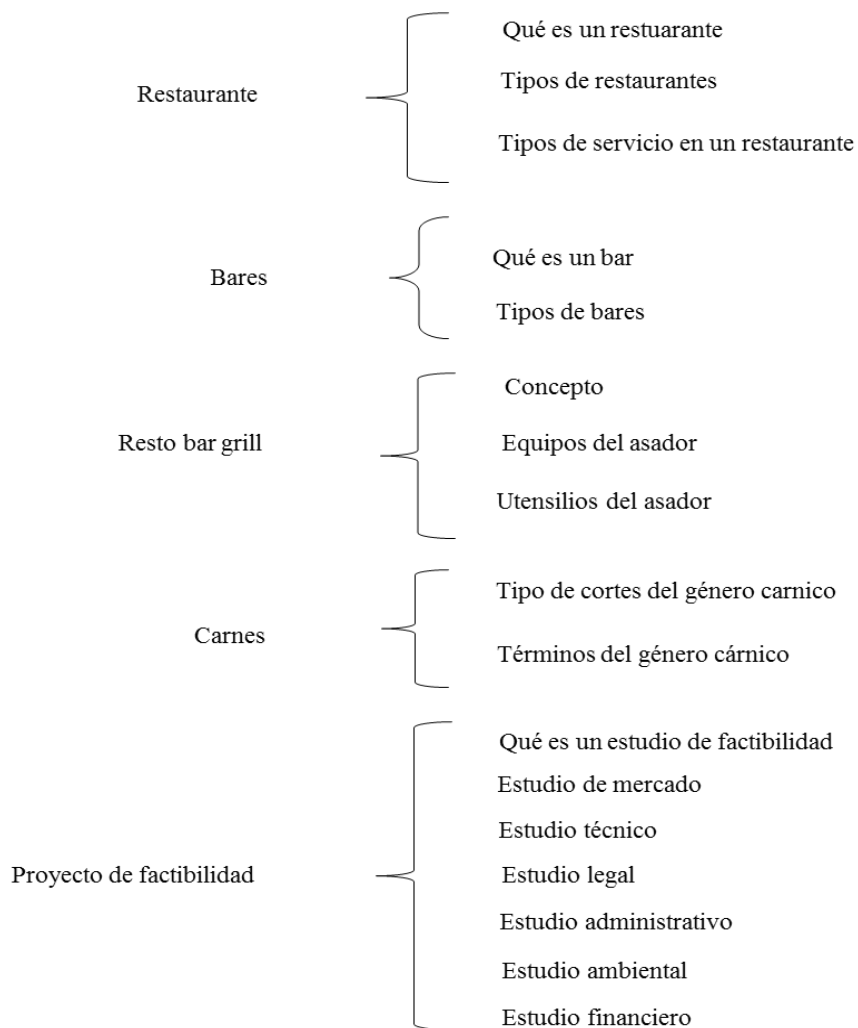
### ***1.4.2 Específicos***

- Realizar un estudio de mercado a fin de determinar la demanda insatisfecha de los establecimientos grill en la ciudad de Riobamba.
- Determinar la factibilidad del proyecto a través de la elaboración de los estudios técnico, financiero, administrativo, legal y ambiental del resto bar grill.
- Aplicar las técnicas culinarias para la elaboración de una carta en el resto bar grill.

## CAPITULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Hilo conductor



## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Restaurante**

#### *2.2.1.1 El restaurante*

La restauración en la gastronomía es para satisfacer las múltiples necesidades en el servicio de alimentos y bebidas como también la prestación de servicio al cliente. Hoy en día la restauración es un negocio teniendo un enfoque empresarial, que se extienden por todo el territorio y se puede encontrar en carreteras, edificios de la planta baja, como el interior de hoteles estos pueden ser públicos o privados. (Vértice, 2009, p. 5)

Hoy en día los restaurantes satisfacen las necesidades y cualquier gusto al momento de comer por esa razón existen establecimientos que cumplan con funciones más privadas lo cual puede ser por su ubicación en empresas, instituciones, clubes. Hay una gran variedad y cantidad de restaurantes y afines los cuales su función es atender a miles de clientes que cumplen con un determinado trabajo. En el área turística se cuenta con restaurantes que pueden laborar independientemente o en los hoteles. (Quesada Castro, 2007, pág. 201)

#### **2.2.2 Tipos de restaurante**

##### *2.2.2.1 Restaurante de carácter familiar*

Este tipo de restaurantes cuenta con personal o socios familiares donde brindan sus servicios y su producción es básico como son desayunos almuerzos tradicionales y menús sencillos etc. (Gallegos, 2012, pág. 31)

##### *2.2.2.2 Restaurantes de cocina de mercado y autóctonos:*

Este tipo de restaurantes tiene un nivel superior ya que cuenta con una estrategia en ofertas de materias primas en el mercado diario, principalmente pescados, mariscos y carnes, así como el menú del día que son especialidades de la casa. En este grupo están los restaurantes que representan a la diversidad de la cocina de España ya que cuenta con una imagen y prestigio por la excelencia en sus materias primas y la elaboración y diversidad culinaria. (Gallegos, 2012, pág. 31)

#### *2.2.2.3 Restaurantes de cocina libre o nueva cocina:*

Este tipo de restaurantes donde ofertan nuevas tendencias y creaciones culinarias donde se conoce el éxito o fracaso con mayor o menor fortuna, también entremezcla platos tradicionales con novedades como la creatividad o la inspiración en las cocinas autóctonas o productos de la tierra (Gallegos, 2012, pág. 31). Existe una minoría pero representan avances en la investigación y desarrollo gastronómico.

#### *2.2.2.4 Restaurante-Cafetería:*

Este tipo de restaurante ha recuperado posición en el mercado gastronómico ya que con el concepto se ha desarrollado muchos negocios, con esto dio a una apertura a la independencia de establecimientos muy posicionados o las cadenas como los VIPS o California, lo cual es una mezcla de bar, café y restaurantes familiares. (Gallegos, 2012, pág. 32)

#### *2.2.2.5 Restaurantes Fast Food:*

Este tipo de restaurantes es una nueva tendencia en el mercado alimenticio, donde la rapidez del servicio al cliente se convierte en consumo global. Por esa razón los Burger a los BOCATAS, las Pizzerías, Creperías, Croissanterías, Sandwicherías y otros negocios donde la Francia tiene sus banderas (Gallegos, 2012, pág. 32). Por lo cual se multiplican en las ciudades grandes y medianas y siempre están en lugares estratégicos desarrollándose tratando de hacer competencia con la Restauración tradicional.

#### *2.2.2.6 Restauración Temática:*

Según Gallegos (Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes, 2012, pág. 32), este tipo de restaurantes no tiene un número elevado teniendo en cuenta la totalidad de establecimientos, existe un punto de referencia por ser restaurantes donde el diseño y el marketing juegan un papel fundamental. La franquicia es una de las formas de introducirse en este tipo de negocios.

#### *2.2.2.7 Restaurantes de cocina extranjeras:*

este tipo de restaurantes hay independencia de los restaurantes “chinos” el cual se puede localizar en cualquier lugar por raro que nos parezca, los establecimientos de las cocinas de otros países se van descubriendo poco a poco su espacio en la Restauración española, este sucede por la gran variedad de turismo que existe en el mundo, lo cual los mexicanos, italianos, orientales diversos, japonesa, árabes, alemanes, en las zonas turísticas francesas, ingleses e irlandesa etc., son varios de las representaciones al nivel gastronómico. (Gallegos, 2012, pág. 33)

#### *2.2.3 Tipos de servicio de un restaurante*

Los restaurantes a nivel internacional ofrecen 4 tipos de servicios en función de del establecimiento, estos son:

##### *2.2.3.1 Servicio a la francesa*

El servicio a la francesa no es muy usual y se utiliza en los hoteles por la lentitud, la característica del servicio son las viandas que ofrecen en fuentes hacia los comensales y ellos toman la cantidad que desean consumir, para eso utilizan pinzas o cucharas grandes. (Vértice, 2009, p. 11)

##### *2.2.3.2 Servicio a la inglesa*

El servicio a la inglesa se caracteriza porque el camarero o jefe de mesa se encarga de servir los alimentos a los comensales, para esto el camarero utiliza una cuchara y un tenedor a modo de pinza. (Vértice, 2009, p. 11)

##### *2.2.3.3 Servicio emplatado (a la americana)*

En este tipo de servicio los platos preparados salen de la cocina y son servidas por un mesero hacia los comensales, para mantener la temperatura de los platillos se puede utilizar una campana. (Vértice, 2009, p. 12)

##### *2.2.3.4 Servicio en gueridón (a la rusa)*

El servicio a la rusa consiste en personal altamente calificado que manipule los ingredientes y elabore los más exquisitos platos a la vista del comensal. También este servicio a la rusa es conocido como servicio a dos manos, servicio al velador, siendo este tipo de servicio considerado como de máxima categoría. (Vértice, 2009, p. 12)

## **2.2.4 Bar**

### *2.2.4.1 ¿Qué es un bar?*

El bar es un lugar de distracción que el cliente quiere explorar otros ambientes y por un momento dejar la vida hogareña que lleva. Existe una gran variedad de bares donde la gente acoge según sus gustos, políticas o estatus social.

Casi al mismo tiempo surgió otro tipo de locales donde el eje central era la barra, el cual existió diversas ofertas en el café- bar de ahí nació la diversidad donde se podía pedir un café, un licor, un vino, un combinado o un refresco, en el establecimiento también tenía un menú variado que se podía servir como son bocaditos o sándwiches e incluso almuerzos fugases con la instauración de un moderno sistema de “fast food”. (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, pág. 2)

### *2.2.4.2 Tipos de bares*

#### **El Bar**

Sustituye en la actualidad al café

Características:

- “Servicio de gran rapidez
- Ofertas variada: bebidas frías y calientes, tapas, raciones, bocaditos...
- Consumo y servicio directo en la barra. Algunos bares carecen hasta de mesas.
- Establecimientos de gran iluminación directa.
- Expositores de alimentos fríos, preparados o no, que muestran la oferta de alimentos.”  
(Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 6)

#### **Mesones**

Este tipo de bar tiene un diseño más tradicional. Su oferta gastronómica es regional (asturiano, gallego, extremeño; o, etc.). Este tipo de establecimientos tiene una decoración y mobiliario suele ser rústico. (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 6)

#### **Tabernas de vinos**

En la actualidad este tipo de establecimientos está en auge, la especialidad de este lugar es servir vinos de calidad puede ser en copas o en botellas, ya que cuenta con una gran variedad de

vinos con denominación de origen y de la tierra. Cuenta con una cocina sencilla donde ofrecen tablas de embutidos queso, ensaladas, etc., el lugar es rustico y cuenta con una bodega para la crianza de vinos. (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 6)

### **Cervecerías**

La característica principal de este tipo de establecimientos es la gran variedad de cerveza en botellas y grifos de cerveza la cual se acompañaba con pequeñas raciones de alimentos.

Se divide en cuatro tipos:

- Cervecería tipo alemana/ belga: (muchas marcas de cerveza de importación; gran cantidad de jarras y copas de cerveza con motivos decorativos; especialidad en tablas de embutidos, quesos, salchichas y diferentes tipos de ensaladas). (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 7)
- Cervecería - Jamonería (una o dos marcas de cerveza de importación; gran cantidad de jamones y embutidos colgados a modo de decorativos; oferta de raciones de embutidos y quesos). (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 7)
- Cervecería-Marisquería (igual que la anterior, pero como productos estrellas sirven todo tipo de raciones de gambas, pulpo, navajas, etc.; además suele ofrecer un mostrador para la compra directa de estos productos). (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 7)

### **Pub**

- “Se pusieron de moda en los años setenta, de origen anglosajón.
- Mezcla de bar-cafetería y bar americano.
- Ofrecen servicio de bebidas, ambiente acogedor, música acorde con el tipo de pub
- Horario reducido a la tarde noche.
- Algunos ofrecen comida tipo snack.”  
(Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 8)

## Bar americano/ Coctelería

- “Especializados en coctelería.
- Ambiente tranquilo, luz tenue e indirecta.
- Gran cantidad de botellas en expositores sirven de decoración.
- Estación central colocada en el centro de la barra”.

(Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2011, p. 9)

### **2.2.5 Resto bar grill**

#### *2.2.5.1 Concepto*

##### **Bar**

Cuando hablamos de bares, se refiere donde se realiza reuniones donde la gente entra a distraerse o para hablar, discutir, para opinar, para planificar su vida o de las demás. Existen diferentes tipos de bares, donde acuden diferente tipo de personas según la ocasión del día puede ser bares de desayunos, de comidas y bares elegantes. (Barriga Rubio, 2006, p. 1)

El bar es un establecimiento comercial donde se ofrece diferentes bebidas como son alcohólicas y no alcohólicas acompañados de porciones de comida y aperitivos que es de consumo inmediato.

##### **Grill**

Es un término inglés utilizada en la cocina como una técnica de cocción es ideal para carnes, pescados y vegetales que son asados en la parrilla, barras de hierro paralelas o rejilla de acero, con el uso del carbón aporta sabores ahumados a las piezas de carne como también a los demás alimentos que son sometidos al grill o la parrilla que cumplen la misma función al cocinar. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 6)

#### *2.2.5.2 Equipo del asador*

##### **La barbacoa, parrilla o asador**

El asado se lo realiza con brasa teniendo en cuenta que una barbacoa es muy importante al momento de asar ya que permitirá que el producto final sea de calidad por esa razón es muy importante que el asador o parrilla que se encuentra en la barbacoa permita ir colocando los alimentos para asar. (Del Canto Pérez, 2011, p. 5)



Posiblemente las primeras barbacoas se dieron a conocer en inicio del origen de la cocción de los alimentos. Las barbacoas que se conocía antes eran más simple porque solo tenía que hacer un hoyo en la tierra donde colocaría el brasa y sobre la que pondríamos una parrilla o antes piedras planas donde se colocaba los alimentos para asar. (Marín & Salgado, 2004, p. 13)

#### 2.2.5.3 Utensilios del asador

##### **Tabla para cortar la carne**

El material de la tabla puede ser de madera como material sintético lo importante para un asado el tamaño para colocar las piezas de carne que desea cortar lo ideal es 30 por 20 centímetros. Si tienes una que tenga canaletas en los bordes para contener el jugo de la carne y no ensucies tu área de trabajo, cocina o asador. (Del Canto Pérez, 2011, p. 11)



**Figura 1-2:** Tabla para cortar Carne

**Realizado por:** Del Canto M, El libro de los secretos para los asadores, 2011

##### **Cuchillo**

Según Marín y Salgado (2004, p. 27) el cuchillo es un elemento muy indispensable para el asado al momento de cortar la carne antes de ser servida al comensal se debe utilizar un cuchillo, grande, de hoja de unos 20 cm de largo y 3 cm de ancho, el cuchillo debe tener un buen filo para hacer cortes exactos y perfectos.



**Figura 2-2:** Cuchillo

**Realizado por:** Marín R & Salgado H, Manual del Parrillero Criollo, 2004

### **Trinche o tenedor**

Existe una variedad de trinche o tenedor como puede ser de dos o tres dientes, se utiliza al gusto del usuario, es una pieza importante para el asador. Utilizar los trinchas que tiene dos dientes largos, que permita la manipulación al momento de colocar la carne en la tabla y se procede a cortar la carne (Del Canto Pérez, 2011, p. 11). Así evitas el riesgo de botar parte del asado o de quemarse la mano.



**Figura 3-2:** Trinche o tenedor

**Realizado por:** Del Canto M, El libro de los secretos para los asadores, 2011.

### **Pincel o brocha**

Es un utensilio de uso indispensable se utiliza para pintar o rociar la carne mientras se asan, la calidad del pincel o también brocha de ser de muy buena calidad así se evitara que alguna cerdas adhiera a la carne. (Marín & Salgado, 2004, p. 29)



**Figura 4-2:** Pincelo brocha

**Realizado por:** Marín R & Salgado H, Manual del Parrillero Criollo, 2004

### **Pinzas y espátulas**

En los utensilios del asador se debe tener en cuenta las pinzas y espátulas que permitirá dar vuelta a las piezas de carne incluso a las piezas más grandes, es recomendable que sean suficientemente largas las pinzas. (Del Canto Pérez, 2011, p. 12)



**Figura 5-2:** Pinzas y espátulas

**Realizado por:** Del Canto M, El libro de los secretos para los asadores, 2011

### **Chaira**

De acuerdo con Marín y Salgado (Manual del Parrillero Criollo, 2004, p. 28) la chaira es un utensilio muy útil ya que permite que los cuchillos estén bien afilados es fundamental para un buen asador debe ser un hábito de los asadores pasar un cuchillo por la chaira antes de ser usado.



**Figura 6-2:** Chaira

**Realizado por:** Marín R & Salgado H, Manual del Parrillero Criollo, 2004

### **Cepillo**

El cepillo se utiliza para desprender los trozos de alimentos o carnes que hayan podido quedar pegados en las barras y ángulos de la parrilla de fierro. (Del Canto Pérez, 2011, p. 13)



**Figura 7-2** Cepillo

**Realizado por:** Del Canto M, El libro de los secretos para los asadores, 2011

## Accesorios para manipular las brasas

Son utensilios imprescindibles que se utiliza al momento de pasar las brasas a la zona de fuego a la de cocción y de la misma manera se utiliza para retirar las cenizas. (Del Canto Pérez, 2011, p. 13)

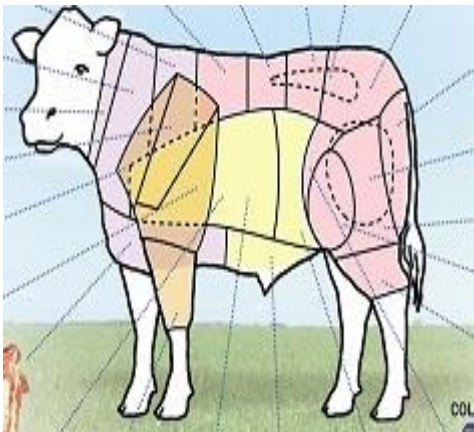
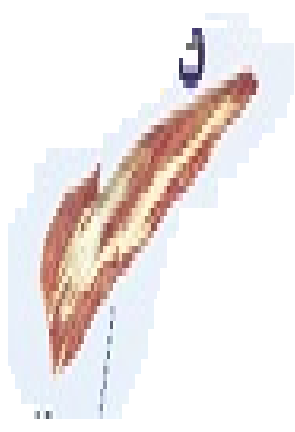



**Figura 8-2:** Accesorios para manipular las brasas.  
**Realizado por:** Del Canto M, El libro de los secretos para los asadores, 2011

## 2.2.6 Carnes

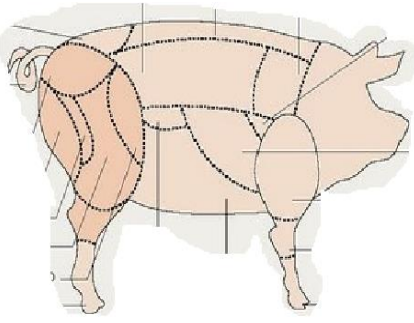
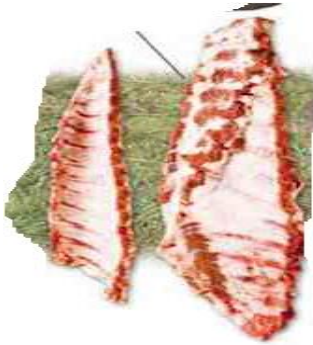

### 2.2.6.1 Tipos de corte del género cárnico

**Tabla 1-2:** Cortes del género cárnico de Res

Cortes de la res		
Res	Lomo	Picana
		

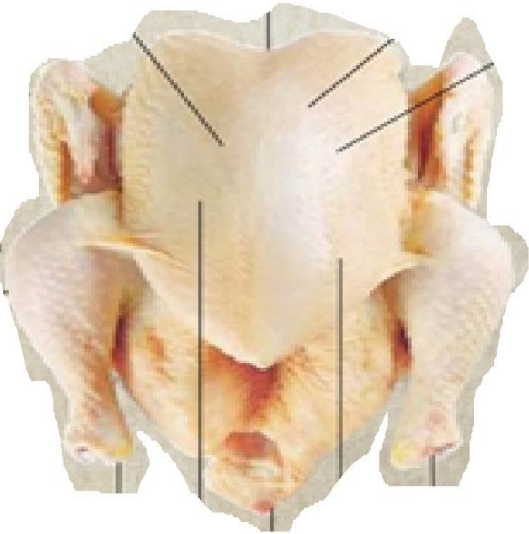

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Tabla 2-2:** Cortes del género cárnico de cerdo

Cortes del cerdo		
<b>Cerdo</b>	<b>Costillas</b>	<b>Chuletero</b>
		

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 3-2:** Cortes del género cárnico del pollo

Cortes del pollo	
<b>Pollo</b>	<b>Pechuga</b>
	

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

2.2.6.2 *Términos del género cárnico*

**Tabla 4-2:** Términos del género cárnico

Producto	Nivel de cocción	Temperatura interna (°C)	Color del interior	Consistencia al tocarlas
Cerdo (*)	Al punto	55° – 60°	Sonrosado	Resistente
	Muy hecho	70° - 85°	Blanco	Firme
Aves rojas	Sangrante	50° – 52°	Rojo intenso	Flexible
	Al punto	60°	Sonrosado	Resistente
	Bien hecho	70°- 85°	Grisáceo	Firme
Aves blancas	Al punto	55° – 60°	Blanco con jugos	Resistente
	Bien hecho	70° - 85°	Blanco sin jugos	Firme
Cordero (*)	Al punto	55° – 60°	Sonrosado	Resistente
	Bien hecho	80° - 90°	Oscuro, gris	Firme

**Fuente:** Procesos de elaboración culinaria.

**Realizado por:** Mayor G, Mayor D & Navarro V, Proceso de elaboración culinaria, 2011

### 2.2.6.3 Términos de cocción de la carne



**Figura 9-2:** Términos de cocción

Realizado por: <https://us3.campaign-archive.com/?u=6497ca115f142cec1c5b10971&id=3d3d184d1e&e=d84f50e396>

### 2.2.7 Proyectos de factibilidad

#### 2.2.7.1 ¿Qué es un estudio de factibilidad?

El estudio de factibilidad permite verificar el nivel de viabilidad del proyecto, es decir, el fracaso o éxito al momento de su ejecución en la pre operativa de etapa de la toma de decisiones.

Los proyectos puede ser útiles en la vida cotidiana de las personas como también una gran oportunidad en los negocios, el proyecto en los negocios es una herramienta indispensable que permite la recopilación de datos para poder crear y analizar los resultados que se desea obtener para el funcionamiento de una empresa o negocio y así poder alcanzar metas y objetivos propuestos por el mismo. (Miranda Miranda, 2005, p. 35)

## **Objetivos del estudio de factibilidad**

- Conclusión exacta o equivocada de un proyecto que se realiza a través del estudio de mercado, conociendo el tamaño, la localización exacta y hacer uso de la mejor manera la tecnología. (Miranda Miranda, 2005, p. 36)
- El estudio de factibilidad debe contar con un diseño administrativo que servirá para realizar las etapas del proyecto. (Miranda Miranda, 2005, p. 36)
- Para realizar y conocer si el estudio va por un buen camino se debe conocer el nivel de inversión cuáles serán los costos de operación y sobre tos el cálculo de ingresos. (Miranda Miranda, 2005, p. 36)
- Conocer e identificar la fuente principal del financiamiento de la empresa. (Miranda Miranda, 2005, p. 36)
- Determinar cómo serán estructurado el aspecto legal en la contratación del personal. (Miranda Miranda, 2005, p. 36)
- Tener un criterio formado para la parte ambiental, social, y no menos importante tener un criterio financiero y económico. (Miranda Miranda, 2005, p. 36)

## **Componentes básicos del estudio de factibilidad**

- Un grupo o una persona que se encargue de analizar a y tomar decisiones.
  - Las variables independientes.
  - Las variables dependientes.
  - Las operaciones que se deben realizar para poder evaluar un proyecto
- (Córdoba Padilla, 2006, p. 16)

## **Partes del estudio de factibilidad**

Las partes que conforman un estudio de factibilidad son:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio legal
- Estudio administrativo
- Estudio ambiental y
- Estudio financiero.



Estas herramientas permiten cumplir con objetivos de acuerdo a este estudio, se debe tomar en consideración la importancia y orden con que se apliquen cada uno de ellos

#### *2.2.7.2 Estudio de mercado*

El mercado es un lugar donde existe una oferta y demanda de un bien o servicio, en este mercado los ofertantes y demandantes llegan a un acuerdo de precio según la calidad y cantidad (Córdoba Padilla, 2006, p. 52)

El estudio de mercado sigue un proceso para un proyecto de inversión que como principal objetivo es recopilar o detectar información importante de los posibles clientes potenciales. En este estudio reconocer la competencia directa e indirecta es de gran relevancia para caracterizarlos y de esta manera poder plantear estrategias que nos permitan liderar el mercado y captar la mayor cantidad de clientes con un producto de calidad, para esto también se debe hacer uso del departamento de marketing, ventas.

#### **Objetivos del estudio de mercado**

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Un objetivo principal del estudio de mercado, es determinar la demanda insatisfecha en el mercado existente. (Córdoba Padilla, 2006, p. 52)
- Determinar y analizar los diferentes índices financieros para verificar que un proyecto es rentable. (Córdoba Padilla, 2006, p. 52)

#### *2.2.7.3 Estudio técnico*

En el estudio técnico se diseñan las funciones y objetivos que la empresa desea alcanzar, también analiza los diferentes recursos disponibles del que puede hacer uso al momento de la elaboración de algún producto o al momento de brindar un servicio. (Córdoba Padilla, 2006, p. 106)

El estudio técnico nos permite aplicar los conocimientos adquiridos al momento de la transformación de la materia prima en productos deseados para los clientes, estos conocimientos se aplicaran a una producción industrial, o un servicio ofertado en el mercado. (Ilpes, 2006, p. 91)

### **Objetivos del estudio técnico**

Como principales objetivos del estudio técnico se tiene:

- Conocer el tamaño de la empresa o proyecto según la producción que realiza y el servicio que presta. (Ilpes, 2006, pp. 92-93)
- Determinar la localización en donde el proyecto se ubicará, dentro de esta se tiene la macro localización y micro localización. (Ilpes, 2006, pp. 92-93)

#### *2.2.7.4 Estudio legal*

El estudio legal o marco legal está constituido por leyes, normas, reglamentos que se conocen a nivel local, provincial, nacional y por su propia naturaleza, el marco legal es el sustento que sirve para la constitución o elaboración directa e indirecta de un proyecto, estas leyes llegarán a regir el proyecto desde la etapa de desarrollo hasta y durante su funcionamiento.

### **Objetivos del estudio legal**

El principal objetivo del estudio legal es:

- Determinar las consecuencias en el aspecto económico y técnico que de como resultado la aplicación de las normas y reglamentos vigentes en el lugar de implantación del proyecto.

#### *2.2.7.5 Estudio administrativo*

En un proyecto es fundamental que exista el estudio administrativo porque permite la coordinación y organización dentro del proyecto con las diferentes tareas que se debe coordinar para que salga a flote el proyecto. (Córdoba Padilla, 2006, p. 168)

En el proyecto de inversión el estudio administrativo es una parte fundamental e importante, de esta manera la administración deberá siempre tener una planificación teniendo en cuenta las habilidades y acciones que se realicen en el campo o empresa, esto servirá para poder cumplir los objetivos establecidos. (Prieto Herrera, 2009, págs. 41-42)

#### **Objetivos del estudio administrativo**

Dependiendo del tamaño de la empresa será su estructura organizacional o funcional, donde está expuesto las jerarquías con sus funciones dependiendo de los cargos en la empresa.

Lo primordial en el estudio administrativo debe fundamentarse en tomar en cuenta las necesidades que puede tener el mercado tanto en servicio y producto.

Establecer el comportamiento de empleados en la jornada de trabajo, cumpliendo los requisitos mínimos para obtener la plaza laboral y las funciones de cada área respectiva dentro de la empresa

#### *2.2.7.6 Estudio ambiental*

La evaluación del Impacto Ambiental se ha convertido en un instrumento fundamental que permite la prevención en la gestión del medio ambiente, para brindar a la sociedad un ambiente en excelentes condiciones dependiendo del grado y desarrollo del proyecto, esta evaluación ambiental también permite determinar el impacto que tenga el proyecto en el medio ambiente, teniendo en cuenta la circunstancia económica y social. (Gómez Orea & Gómez Villarino, 2013, p. 23)

El estudio ambiental es un procedimiento administrativo que permite el control de proyectos para el apoyo de la formulación del estudio técnico, y en parte a la participación del proceso público tomando en cuenta a los agentes socio económicos, ellos también toman las decisiones en un problema que puede ocasionar en el medio ambiente de un proyecto. (Gómez Orea & Gómez Villarino, 2013, p. 23)

### **Objetivos de estudio ambiental**

El objetivo del estudio ambiental es identificar, cuantificar la magnitud del impacto del proyecto que tendrá sobre el entorno y cuáles serían los aspectos que podrían afectar al medio ambiente, estos son: (Córdoba Padilla, 2006, p. 279)

- “Alcance (cuencas, ciudades, áreas, etc.) con denominación de la localización específica.
- Duración en tiempo y alcance espacial de la influencia del proyecto.
- Recursos que se consideran.
- Naturaleza del efecto, es decir, si es “recuperable”, “difícil de recuperar” o “no recuperable”.
- Forma de mitigar sus impactos”.(Córdoba Padilla, 2006, pp. 279-280)

#### *2.2.7.7 Estudio financiero*

El estudio financiero permite conocer y establecer cuáles son los recursos que posee la empresa, teniendo en cuenta los ingresos y egresos que puede obtener, y de que manera se va a financiar al momento de poner en práctica el proyecto. (Córdoba Padilla, 2006, p. 186)

Abarca la inversión del proyecto que se debe ejecutar en un establecimiento o empresa, donde los ingresos y gastos debe ser proyectadas año a año de una manera correcta y proveer el financiamiento de la empresa al momento de la ejecución, tomando en cuenta cuales son los recursos pasivos que tiene la empresa al momento de la implementación del proyecto. (Ilpes, 2006, p. 121)

### **Objetivos de estudio financiero**

El objetivo del estudio financiero es dar a conocer que el proyecto tiene viabilidad y saber cuál será la inversión de la empresa, conociendo el resultado del análisis del estudio financiero el estudio socio económico según eso se puede determinar la situación que se encuentra empresa. (Iipes, 2006, p. 121)

## 2.3 Marco conceptual

**Asado:** se refiere al conjunto de piezas (por lo general, carnes) que se preparan en la parrilla. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 130)

**Asador:** “1` acepción: elementos en forma de cruz para estaquear la carne en el suelo y cocinarla a las brasas y a la llama. 2 Acepción: persona que se hace el asado”. (Mirad, 2004, pág. 13)

**El asador vertical:** este tipo de asadores es tradicional en el asado se utiliza especialmente para piezas grande de carne como son cordero, lechón, un costillar entero de res ect.es una de las ventajas que tiene el asador vertical porque se puede aprovechar de una buena manera el fuego y la brasa. (Marin & Salgado, 2004, pág. 22)

El material del asador vertical puede ser de hierro y acero inoxidable, en el hierro se debe tener mayor cuidado en su mantenimiento en cambio en el acero inoxidable no es tanta la exigencia.

**BRASA:** trozo de carbón vegetal o leña, que está completamente encendido, rojo por dentro y con una capa fina de ceniza blanca por fuera. (Mirad, 2004, pág. 13)

**La Leña:** para obtener una buena brasa o hacer fuego se debe utilizar leña o sino carbón pero el combustible más antiguo que se ha utilizado es la leña la cual se utiliza para cocinar alimentos o sino hacer una fogata puede ser para acampar o una velada. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 15)

**El carbón:** es madera dura que es usado como combustible para hacer fuego se necesita de leña para que se obtenga una buena brasa después de que este encendido se coloca carbón vegetal y así tenemos una adecuada brasa para las barbacoas, el carbón vegetal su rendimiento es mayor de la energía calórica. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 16)

**BARBACOAS:** utensilio portátiles o construcción que consta de una repisa en la que se coloca leña o carbón encendidos y una parrilla metálica; se usa para asar alimentos al aire libre colocados sobre la parrilla. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 5)

**Barbacoas fijas.**-la barbacoa es fija puede ser a leña o a carbón es fundamental que conste de dos partes, la primera que sea destinada al fuego que proviene de la brasa y la segunda parte es muy indispensable para la ubicación de los alimentos. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 5)

Para este tipo de barbacoas fijas se debe tener en cuenta la separación de la zona entre braza y cocción tener una altura mínima la ubicación es muy importante para que el asador al momento de preparar o realizar la cocción de los alimentos por lo tanto debe tener todos sus utensilios tanto para la brasa como para la cocción.

**Barbacoas móviles.**- una buena alternativa las barbacoas móviles cuando no se tiene el espacio adecuado para una barbacoa fija, además que su traslado se puede hacer a varios lugares sin complicaciones. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 18)

El tamaño de una barbacoa móvil es menor que de una barbacoa fija, el tamaño varía según la elección del asador y para la preparación de la braza se podrá hacer de dos maneras la primera forma se prepara en la misma barbacoa antes de la cocción de los alimentos o la otra forma se puede hacer la braza en un sitio cerca. (Del Canto Pérez, 2011, pág. 18)

**PARRILLA:** “1` acepción: elemento de hierro sobre el que se sostiene la carne que se va a asar a las brasas; 2` acepción construcción de ladrillos, cemento, etc. Donde se asa la carne sobre una parrilla; 3` acepción lugar de comida donde se sirven carnes y menudencias asadas”. (Mirad, 2004, pág. 12)

Las parrillas son utensilios para el asado estas pueden ser de hierro o acero inoxidable está construido por unas barras o canales en forma de “V” o una rejilla de alambre que estas están sujetas a un marco es un elemento para la parrilla, en la actualidad existe una gran variedad de parrillas ya sea por su tamaño, formas simples o sofisticadas. (Marin & Salgado, 2004, pág. 14)

**Parrillas para excursionistas:** son parrillas construidas con materiales de hierro o acero inoxidable soldadas a un marco y estas están sujetas por medio de unas patas del mismo material sino con piedras para que se pueda mantener, la utilización de estas parrillas es formar la braza con leña del lugar y así obtener la braza deseada y se procede a colocar la carne o alimentos al calor. El transporte de estas parrillas es muy accesible. (Marin & Salgado, 2004, pág. 14)

**Parrilla para Picnic:** el tamaño de esta parrilla debe ser adecuada que permita el transporte ya que está construida con barras de hierro soldado a un marco lo cual es bastante sólida y pesada. (Marin & Salgado, 2004, pág. 15)

**Parrilla circular:** este tipo de parrillas son muy útiles como para patios y jardines también en balcones o jardines y terrazas, la parrilla son muy seguras y estables porque tiene forma de trípode por sus patas la movilización de la parrilla es muy fácil. (Marin & Salgado, 2004, pág. 16)

**Parrilla Cantera para pescado:** este tipo de parrilla o también conocida como "cantera" está construida por dos grillas articuladas, que aprisionan el pescado. (Marin & Salgado, 2004, pág. 17)

**Parrillada:** asado compuesto por diversos cortes de carne, achuras (chinchulines, riñones o mollejas) y embutidos. (Mirad, 2004, pág. 12)



## CAPITULO III

### 3 METODOLOGÍA

#### 3.1 Métodos, técnicas e instrumentos

##### *3.1.1 Tipo y diseño de la investigación*

El presente emprendimiento se realizará por el método descriptivo, se tomará en cuenta la situación actual que se encuentra la ciudad de Riobamba, con relación a los servicio de alimentos y bebidas que ofrece el resto bar grill para poder conocer a que mercado va a dirigirse se hará uso de instrumentos que nos permita conocer cuál es la situación del mercado en la cual se pretende establecer el establecimiento, de la misma manera conocer el perfil del cliente , tomando en cuenta la oferta de una competencia ya sea directa o indirecta.

##### *3.1.2 Técnicas de recolección de datos*

En el proyecto para poder realizar el respectivo análisis se utilizó como instrumento la recolección de datos por medio de encuestas, la cual será aplicada en la ciudad de Riobamba y específicamente en la Parroquia Veloz, teniendo en cuenta que la población es socioeconómicamente activa y se podrá obtener datos reales y confiables referente a los servicios y productos que ofrece por parte de los establecimientos de Alimentos y Bebidas considerados como nuestra competencia también como un nivel de satisfacción que generan al cliente.

##### *3.1.3 Fuentes de investigación*

En el presente proyecto como fuente de información primaria se utilizó la encuesta, que se aplicó a un grupo objetivo, con la finalidad de conocer la aceptabilidad en el mercado donde se establecerá el establecimiento de alimento y bebida, tomando en cuentas con la competencia

directa o indirecta para el establecimiento y determinar cuáles son los gustos y preferencias que los comensales les gustaría encontrar en un resto bar grill.

La información secundaria para la realización del trabajo fue gracias a los datos obtenidos como son, tesis aprobadas, libros, páginas de internet con referente al tema, y sobre todo al (INEC) que es el Instituto Nacional de Estadística que permito obtener y recolectar datos de información para la realización del proyecto.

### **3.2 Población y muestra**

#### ***3.2.1 Segmento de mercado***

La segmentación del mercado en el proyecto se utilizara características y necesidades de un lugar estratégico para la creación de un resto bar grill utilizará el segmento geográfico, demográfico y conductual.

**Tabla 1-3:** Segmentación de mercado

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>SEGMENTACIÓN</b>
<b>GEOGRAFÍA</b>	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Sierra
<b>Provincia</b>	Chimborazo
<b>Ubicación</b>	Ciudad de Riobamba
<b>Extensión geográfica de la ciudad de Riobamba</b>	45km <sup>2</sup>
<b>Densidad</b>	Urbana
<b>Habitantes de la ciudad de Riobamba</b>	350000
<b>Habitantes de la área urbana</b>	19702
<b>Clima</b>	Frio
<b>DEMOGRAFICO</b>	
<b>Edad</b>	15 años en adelante
<b>Género</b>	Masculino y femenino
<b>Ocupación</b>	Todos
<b>Escolaridad</b>	Todos
<b>Clase social</b>	Media – media alta - alta
<b>Religión</b>	Todas
<b>Etnia</b>	Todas
<b>CONDUCTUAL</b>	
<b>Frecuencia de uso</b>	Usuarios frecuentes, medios y esporádicos
<b>Nivel de fidelidad</b>	Todos

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

### 3.2.2 Universo

El universo del presente proyecto de investigación trata de buscar el mejor lugar en función de la demanda insatisfecha, y la falda de establecimientos de similares características, es así que se determina realizar este proyecto de investigación en la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba con una población de 261.360 habitantes, conformado de 5 parroquias, del cual se escoge la parroquia Veloz, esta cuenta con 19.702 habitantes, los datos que se obtuvo fue gracias al último censo del (INEC)2010 del censo de población y vivienda. (INEC, 2010)

### 3.2.3 Muestra

Para obtener el cálculo de la muestra se aplicará la formula finita, así se obtendrá datos fiables a través de una encuesta a los habitantes de la parroquia Velos de la ciudad de Riobamba.

#### 3.2.3.1 Formula del muestreo

<b>n:</b> Tamaño de la muestra	
<b>N:</b> Total de la población	19702
<b>Z:</b> Valor estandarizado que resulta dependiendo de ( <i>E</i> ), error dispuesto.	1,96
<b>p:</b> Probabilidad de éxito	0,9
<b>q:</b> Probabilidad de fracaso	0,1
<b>e:</b> Error admisible	0,05

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,9*0,1*19702}{19702*(0,05)^2 + (1,96)^2*0,9*0,1}$$

$$n = \frac{6811,85}{49,601}$$

$$n = 137$$

Como resultado de aplicar la formula finita para el cálculo de la muestra es de 137 personas de la zona

### **3.3 Encuesta**

Determinado el universo y numero de encuestas a realizar (137 personas) para el presente proyecto de investigación se procede a establecer los lineamientos y variables para obtener las características del consumido; la encuesta estará compuesta principalmente en 10 preguntas que permitan identificar los gustos, preferencias, demanda insatisfecha, el servicio y la frecuencia del consumo etc., estos datos nos permite ampliar los conocimientos en el ámbito de la situación actual del mercado de Alimentos y bebidas de la ciudad y en especial de nuestro universo como es la parroquia Veloz. En el Anexo A podrá encontrar la encuesta a aplicar.

### 3.4 Análisis de resultados de las encuestas

#### Pregunta N° 1

¿Le gustaría que se implemente un resto bar grill especializado en asados en el ciudad de Riobamba?

Tabla 2-3: Aceptabilidad de un Resto Bar Grill

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	135	99%
No	2	1%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



Ilustración 1-3: Aceptabilidad de un Resto Bar Grill.

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** El 100% de las encuestas realizadas, el 99% de las personas encuestas manifiestan que si les gustaría que se instale un Resto Bar Grill en la ciudad de Riobamba porque permite ampliar nuevas ofertas gastronómicas y generar fuentes de trabajo siendo eficiente y eficaz en las labores, y el 1% de las personas encuestadas no estaba de acuerdo con la idea porque manifiesta que no le gusta estar en esos ambientes y que mejor sería que se prepara platos típicos de la ciudad.

## Pregunta N° 2

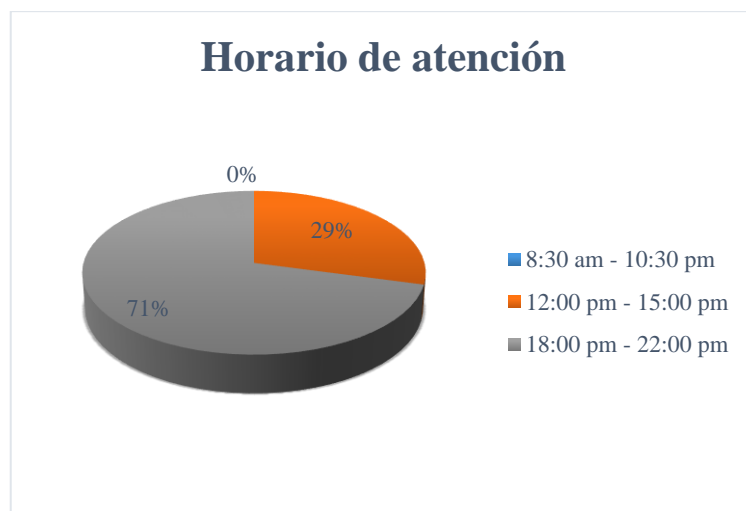
¿En qué horario usted generalmente acude a un establecimiento donde se prepara asados?

**Tabla 3-3:** Horario de atención

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
8:30 am - 10:30 pm	0	0%
12:00 pm - 15:00 pm	40	29%
18:00 pm - 22:00 pm	97	71%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

Elaborado por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 2-3:** Horario de atención

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** En relación al 100%, el 71% prefiere asistir a un Resto Bar Grill en el horario de la noche desde las 18:00 pm a 22:00 pm, porque la mayoría tienen trabajos de oficina; el 29% asisten en horarios de 12:00 pm a 15:00 pm que por lo general es la hora del almuerzo y asisten en familia con los niños o también entre grupo de amigos. Mientras que ninguna persona asistiría en el horario de 8:30 am - 10:30 pm, porque en su mayoría prefieren un desayuno.

### Pregunta N° 3

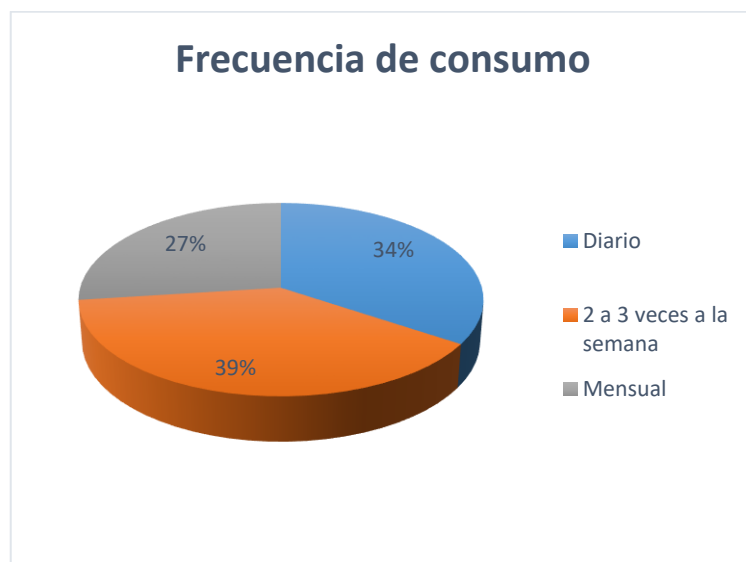
¿Con qué frecuencia usted consume asados?

**Tabla 4-3:** Frecuencia de consumo

Indicadores	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Diario	47	34%
2 a 3 veces a la semana	53	39%
Mensual	37	27%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuestas a la ciudad de Riobamba

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 3-3:** Frecuencia de consumo

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100% de las encuestas realizadas el 39% de las personas encuestadas tienen un consumo mensual, donde acuden después del trabajo para compartir con su familia o amigos en celebraciones especiales, el 34% de los comensales tiene un consumo diario de asados porque se inclina por este tipo platos y manifiesta que es más sano que la comida chatarra, un 27% consume de 2 a 3 veces a la semana, este tipo de comensales asisten a comer fuera de casa con sus hijos, familiares o amigos.



#### Pregunta N° 4

¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría a usted que se implemente dentro del Resto Bar Grill?

**Tabla 5-3:** Preferencia en promociones

Indicadores	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Promociones 2*1	24	18%
Porciones de ensalada	32	23%
Bebidas de cortesía a los homenajeados	36	26%
Todas las anteriores	45	33%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 4-3:** Preferencia en promociones.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** En el 100%, el 33% de las personas encuestadas manifiesta que prefieren todas las promociones listadas en esta pregunta, el 26% prefiere promociones en bebidas de cortesía para un familiar o amigo homenajeados, el 23% le agrada que como promoción se dé porciones de ensalada para acompañar sus asados y lo ideal para algunos comensales son las promociones del dos por uno según las encuestas realizadas que es el 18%.

## Pregunta N° 5

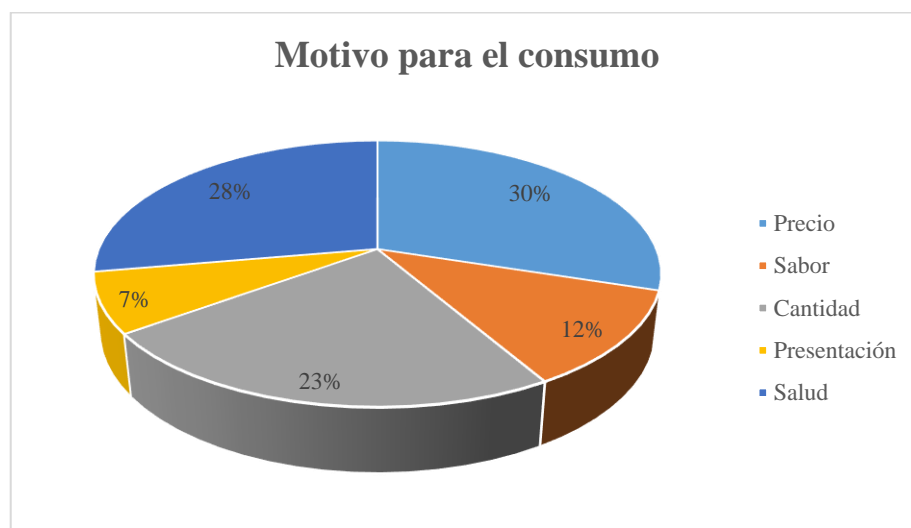
¿Cuál es la característica que le motiva a usted a consumir asados?

**Tabla 6-3:** Motivación para el consumo de asados.

Indicadores	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Precio	41	30%
Sabor	16	12%
Cantidad	32	23%
Presentación	10	7%
Salud	38	28%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 5-3:** Motivación para el cliente.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100% de las encuestas realizadas, el 30% de los comensales la característica importante es el precio al momento de acudir a un establecimiento de asados, el 28% de los comensales se motiva a consumir asados por cuidar su salud, el 23% de las personas encuestadas manifiesta que es por la cantidad de comida que ofrecen en un establecimiento, el 12% de los clientes son más exigentes con su paladar ya que la característica más importante para ellos es el sabor de los diferentes platos que se pueda ofrecer y para el 7% de los consumidores el aspecto importante es la presentación de un plato porque manifiestan que la comida entra por los ojos.

## Pregunta N° 6

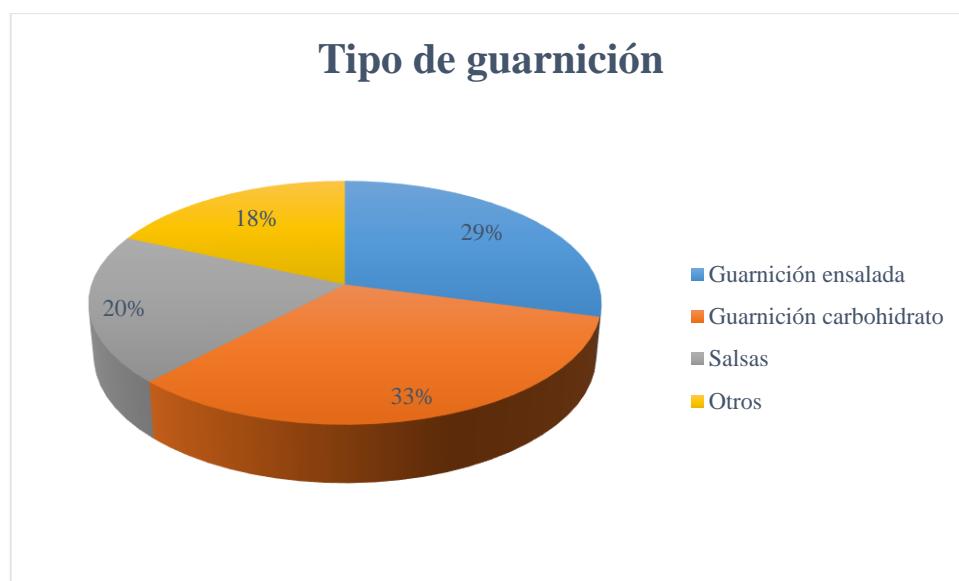
¿Con que tipo de guarniciones prefiere usted acompañar sus asados?

**Tabla 7-3:** Tipo de guarnición.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Guarnición ensalada	40	29%
Guarnición carbohidrato	45	33%
Salsas	27	20%
Otros	25	18%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 6-3:** Tipo de guarnición.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100% de encuestas realizadas, el 33% quieren acompañar sus asados con guarniciones que contienen carbohidratos como la papa o el arroz etc., el 29% de los comensales prefieren acompañar el asado con ensaladas porque es más saludable y sano, el 20% quiere sus asados con una gran variedad de salsa, y el 18% les gustaría consumir con otro tipo de guarniciones en los asados.

## Pregunta N° 7

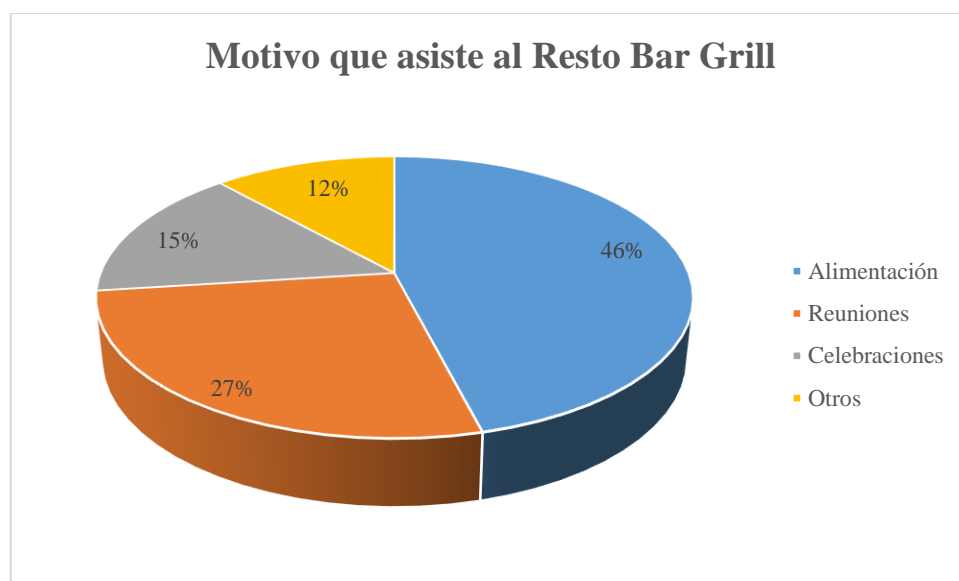
¿Generalmente usted porque motivo asistiría a un Resto Bar Grill?

**Tabla 8-3:** Motivo que asiste al Resto Bar Grill

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Alimentación	63	46%
Reuniones	37	27%
Celebraciones	21	15%
Otros	16	12%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 7-3:** Motivo que asiste al Resto Bar Grill.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100% de las encuestas realizadas, el 46% acude por consumir la variedad que ofrecer el lugar y el ambiente que se genera ahí, el 27% el motivo ideal es en una reunión entre familiares o un grupo de amigos y el 15% asiste a un resto bar grill para celebrar fechas importantes como cumpleaños, meses de novios siendo un lugar perfecto para los comensales porque tienen la posibilidad de consumir una variedad de combinaciones de comidas y bebidas alcohólicas y no alcohólicas en el mismo sitio

### Pregunta N° 8

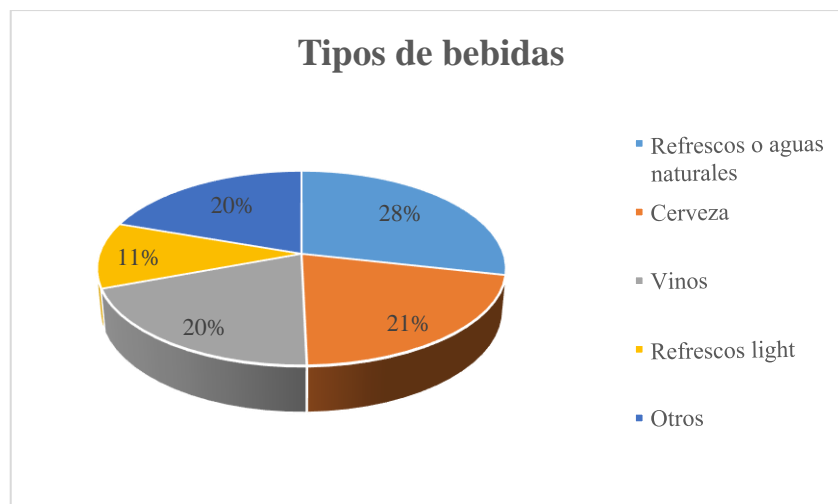
¿Usted cuando consume asados con qué tipo de bebidas le gustaría acompañar su plato?

**Tabla 9-3** Tipos de Bebidas

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Refrescos naturales o agua embotellada	39	28%
Cerveza	29	21%
Vinos	27	20%
Refrescos light	15	11%
Otros	27	20%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudad de Riobamba.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 8-3:** Tipos de bebidas

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100%, el 28% de las encuestas realizadas la bebidas que prefieren para acompañar sus asados son refrescos naturales o agua embotellada, el 21% les agrada más la cerveza al momento de estar consumiendo un asado, el 20% de los comensales prefieren tomar un vino u otro tipo de licor según el género cárnico que vaya a consumir y el 11% prefiere tomar refrescos light porque es más sano y saludable para ellos.

## Pregunta N° 9

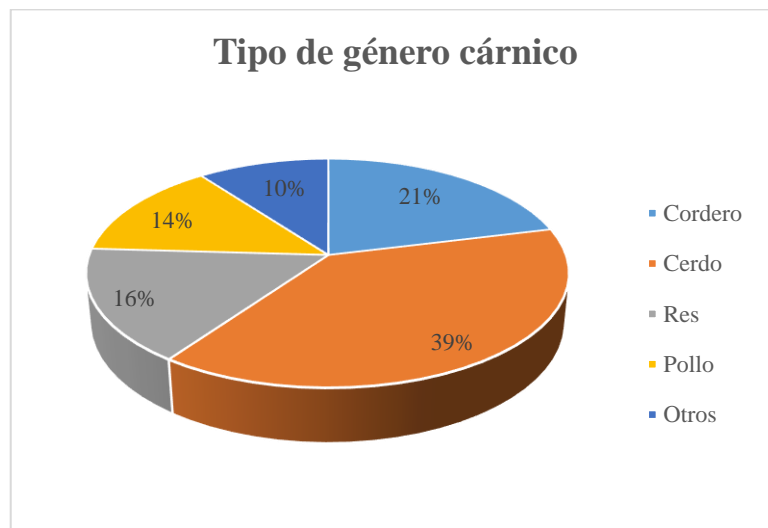
¿Usted qué tipo de género cárnico prefiere?

**Tabla 10-3:** Tipo de género cárnico

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Cordero	29	21%
Cerdo	53	39%
Res	22	16%
Pollo	19	14%
Otros	14	10%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 9-3:** Tipo de género cárnico.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del total de las encuestas realizadas el 39% de la población prefiere consumir cerdo porque su carne tiene un sabor y aroma característico del mismo, el 21% de los comensales el género cárnico que es más apetecible para ellos es el cordero, el 16% prefiere para los asados la carne de res pero solo cortes seleccionados, el 14% de los encuestados prefieren carne blanca como pollo y el 10% prefieren otro tipo de género cárnico como puede ser el conejo, llama etc.

## Pregunta N ° 10

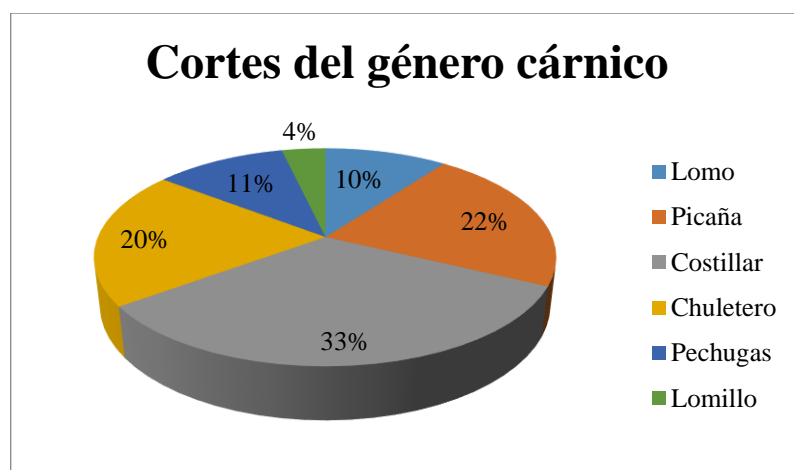
¿Cuál de los siguientes cortes del género cárnico le gusta a usted consumir?

**Tabla 11-3:** Cortes del género cárnico

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Lomo	14	10%
Picaña	30	22%
Costillar	45	33%
Chuletero	28	20%
Pechugas	15	11%
Lomillo	5	4%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 10-3:** Cortes del género cárnico

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100%, el 33% de la población encuestada les gusta consumir el costillar, el 22% le gusta la picaña, el 20% le gusta el chuletero, el 11% le gusta la pechuga de pollo, el 10 % lomo, mientras que un mínimo con un 4% le gusta lomillo

### Pregunta N° 11

¿Los restos bar grill que usted ha visitado a logrado satisfacer sus necesidades?

**Tabla 12-3:** Satisfacción de los Resto Bar Grill existentes

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	20	15%
No	117	85%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de Riobamba.

Realizada por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 11-3:** Satisfacción de los Resto Bar Grill existentes

Realizada por: Mónica Tierra, 2019

**Análisis:** Del 100% de las encuestas realizadas, el 85% presenta una demanda insatisfecha lo que genera nuevas oportunidades para un nuevo establecimiento en el mercado y en cambio el 15% si les agradan los establecimientos existentes ya sea por el servicio o los productos que ofrecen.



## **CAPITULO IV**

### **4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **4.1 Introducción**

Al momento que se desarrolla el proyecto se debe conocer y verificar la viabilidad comercial o financiero cuando se realice la ejecución del proyecto, gracias a los estudios aplicados como son estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio legal, estudio financiero y estudio del medio ambiente, que proyectan los resultados reales y fiables que se tomaran en cuenta para la toma de decisiones correctas y así ver el incremento del proyecto.

El Resto Bar Grill tiende a enfocarse a nuevas tendencias con el servicio y productos en la ciudad de Riobamba que carecen debido a la falta de innovación y no logran la satisfacción necesaria hacia los clientes. Para tener un éxito en el servicio y la materia prima se utilizara recurso y productos de la provincia de Chimborazo.

## 4.2 Identificación de la idea

**Tabla 1-4:** Lluvia de ideas

Proyecto tentativo	Características del proyecto	Problema que resuelve
<p><b>a) Proyecto de implementación de un Resto Bar Grill con cortes y términos del genero cárnico para la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo 2018</b></p>	<p>Un Resto Bar Grill que se especializará en preparaciones originales con el fin de brindar platillos que impresione a los comensales no solo por su sabor, aroma, sino también que tenga un realce en la presentación, por lo cual se utilizará la materia prima de excelente calidad producida en la Provincia de Chimborazo, teniendo en cuenta los ingredientes principales y secundarios, el propósito es brindar una experiencia que sea única e inolvidable para los clientes, Innovar, mejorar el servicio y entrega de los alimentos en el tiempo estimado.</p>	<p>Mejorar e innovar el servicio que ofrece en la ciudad. Ofrece nuevas experiencias culinarias. Genera fuentes de trabajo Aumentará el consumo de alimentos producidos en la provincia de Chimborazo. Dinamiza la economía de la ciudad.</p>
<p><b>b) Proyecto de implementación para la creación de un restaurante de comida costeña de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo 2018</b></p>	<p>Es un Restaurante especializado en la elaboración de platillos en base a productos de la región costa, la carta que se ofrece a los clientes constara de materia prima de la costa y se servirán cocinados, fritos, horneados, al vapor y asados etc.</p>	<p>Incremento de consumo de productos de la región costa. Genera fuentes de trabajo</p>
<p><b>c) Proyecto de implementación de un restaurante ancestral en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo 2018</b></p>	<p>El Restaurante se enfocará únicamente en ofrecer productos autóctonos de la región en la preparación de los platillos a elaborar. El restaurante estará decorado de acuerdo a la cultura para dar a conocer una experiencia dentro del establecimiento.</p>	<p>Da a conocer la cultura a través de la cocina ancestral. Genera fuentes de trabajo.</p>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.2.1.1 Selección y evaluación de la idea

**Tabla 2-4:** Selección de la idea inicial

Idea de proyecto	Autenticidad	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Fondos necesarios	Necesidad local	Total
A	5	5	4	5	4	24
B	4	5	4	5	3	21
C	5	2	3	5	2	17

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

Se evaluó de 1 a 5, donde 1 es el mínimo y 5 es el máximo.

#### 4.2.1.2 Evaluación final de la idea

**Tabla 3-4:** Evaluación final de la idea

Idea de proyecto	Dificultades en el mercado	Obtención de la materia prima	Costo de la materia prima	Total
A	4	4	3	11
B	1	1	2	4
C	2	2	4	8

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

Se evaluó de 1 a 5, donde 1 es el mínimo y 5 es el máximo.

#### 4.2.1.3 Descripción de la idea seleccionada.

Es un Resto Bar Grill que se especializará en preparaciones originales, con el fin de brindar platillos que impresione a los comensales no solo por su sabor, aroma sino también que tenga un realce en la presentación, por lo cual se utilizará la materia prima de excelente calidad que produzca en la Provincia de Chimborazo teniendo en cuenta los ingredientes principales y secundario, el propósito es brindar una experiencia que sea única e inolvidable para los clientes.

Innovar y mejorar el servicio y entrega de los platillos a los clientes en el tiempo estimado de esta manera tener clientes satisfechos y cumplir con todas sus expectativas.

#### **4.2.2 Nombre del emprendimiento**

**Tabla 4-4:** Nombre del emprendimiento

Nombre	Relación con la idea	Única	Representativo	Atractivo al oído	Compresible	Retentivo	Total
Milano	4	3	2	4	4	5	22
Terraza	5	5	5	3	3	3	24
Tоторa	4	4	3	4	4	4	23
Picaña	5	5	4	5	4	5	28
Deli Rico	3	4	2	3	3	2	17

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

El nombre “PICAÑA” se optó después de un análisis del 1 a 5 donde 1 es el mínimo y 5 máximos.

#### **4.2.3 Descripción del emprendimiento**

El establecimiento será de característica industrial, por lo tanto se transformará todos los ingredientes como es la materia prima del sector, se pretende transformar a platillos elaborados con el arte culinario, brindando una alimentación de calidad y sobre todo inocuo para el consumidor.

También se ofrece un servicio al cliente, en alimentación y bebidas, siempre buscando la satisfacción de las necesidades de los clientes que siempre piensen que ellos serán nuestra prioridad y sientan que nuestros productos elaborados son únicos.

El emprendimiento también será de carácter comercial, la cual genera ganancias económicas para el establecimiento, como para el personal que labora de forma directa e indirecta, al momento de comercializar, ofrecer el producto y servicio a cambio de la retribución monetaria.

##### **4.2.3.1 Misión**

PICAÑA es un Resto Bar Grill dedicado a la elaboración de alimentos y capaz de brindar el mejor servicio, del más alto nivel utilizando la materia prima y talento humano del Cantón Riobamba, que con la ayuda de sus empleados y colaboradores será capaz de cumplir con los mejores estándares del arte culinario.

#### 4.2.3.2 Visión

Ser una empresa altamente competitiva, líder en la alimentación, servicio y expandirse a nivel nacional mediante franquicias cumpliendo con las exigencias de los clientes que siempre buscan productos de calidad y un buen trato.

#### 4.2.3.3 Políticas

- Cuidar la imagen del orden, siempre ser cuidadoso con la higiene y tener prioridad con el cuidado del medio ambiente.
- Reflejar la calidad de la materia prima en los platillos elaborados así como también el costo.
- Ser innovadores constantemente en cuanto a sabor, aroma y presentación de los platillos.
- Ofrecer un servicio personalizado a nuestros clientes.

#### 4.2.3.4 Estrategias

**Tabla 5-4:** Políticas y estrategias

Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recepción del personal que cumpla con las capacidades y normas mínimas que tenga una experiencia o formación de acuerdo al puesto que va ocupar dentro del establecimiento.</li><li>• Mantener constantemente en capacitación a todo el personal que labora en las diferentes áreas, para garantizar la motivación dentro del equipo de trabajo, llevando así a otro nivel el servicio y los productos que va ofrecer la empresa hacia el mercado</li><li>• Estar periódicamente actualizado a las nuevas tendencias gastronómicas para aplicar dentro del establecimiento.</li><li>• Tener un sistema de comandas o una comunicación en cada área de trabajo, así promover un ambiente agradable en el ámbito laboral y no tener ningún conflicto en la producción como en el servicio.</li><li>• Ser claros y eficaces al momento de resolver y responder alguna duda o inconveniente que surja durante el servicio.</li></ul>
Imagen de la empresa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizar métodos de mitigación para todo tipo de contaminación que se produzca dentro y fuera de las instalaciones del establecimiento como son residuos orgánicos e inorgánicos.</li><li>• Aplicar métodos y técnicas de reciclaje para la clasificación de residuos y de esta manera generar un menor impacto ambiental.</li></ul>

Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar un plan de marketing donde se dará a conocer la empresa, como son las instalaciones y sobre todo los productos que se van ofrecer en él con la ayuda de distintos medios de comunicación.</li> <li>• Hacer uso de las redes sociales para que conozcan los productos ofertados.</li> </ul>
Productos ofertados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar platillos propios utilizando técnicas culinarias, innovando en las preparaciones con platos únicos en el mercado.</li> <li>• Utilizar ingredientes que permitan que nuestras preparaciones sean únicas y mejores en el mercado.</li> </ul>
Materia prima	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener convenios con los proveedores directos y asegurar que la materia prima este en óptimas condiciones según los requerimientos establecidos.</li> <li>• Saber identificar a los proveedores con experiencia en la entrega de materia prima a los establecimientos gastronómicos.</li> <li>• Tener convenios con proveedores directos que nos garantizan el abastecimiento y poder abaratar los costos de los productos</li> <li>• Tener control de las características organolépticas de la materia prima.</li> </ul>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.2.3.5 Valores y principios del empleado en el establecimiento

- Puntualidad a la entrada del trabajo
- Responsabilidad en sus labores
- Respeto mutuo entre los empleados
- Humildad
- Compañerismo entre empleados
- Honestidad
- Solidaridad entre ellos

#### 4.2.3.6 Distingos y ventajas competitivas

##### a) **Distingos competitivos.**

- Crear un menú original en el mercado.
- Dar a conocer el servicio y productos de calidad brindando así una experiencia única para los comensales.
- Tener un énfasis especial al momento de las preparaciones con un mejor aroma, sabor, textura y lo importante jugar con los sentidos al momento de los montajes y así ser innovador.
- Impulsar al consumo de la materia prima que se cosecha en Chimborazo.

**b) Ventajas competitivas**

- En lo posible la atención al cliente sea personalizada creando un ambiente de armonía entre el mesero y cliente.
- La calidad de la materia prima tiene que ser muy buena, principalmente productos frescos y si es posible cien por ciento naturales.
- Al tener el conocimiento técnico y la experiencia se brindará una alimentación sana y nutritiva, sobre todo a costos accesibles.

### 4.3 Aplicación del FODA

**Tabla 6-4:** Estudio FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Tener excelencia en el producto final.</p> <p>Innovación de preparaciones nuevas.</p> <p>Mantener al personal capacitado en experiencias y preparaciones.</p> <p>Ambiente laboral agradable.</p> <p>El servicio del más alto nivel.</p> <p>Utilizar materia prima producida en la provincia de Chimborazo.</p> <p>Estandarización de procesos.</p> <p>Hacer uso de la tecnología.</p>	<p>Nuevas experiencias y necesidades en el arte culinario.</p> <p>Tener una demanda insatisfecha por lo tanto clientes insatisfechos en el servicio y en el producto que se ofrece por parte de los establecimientos existentes.</p> <p>Ser competitivos en el sector con un nivel medio.</p> <p>Tener un estilo nuevo y único a nivel local.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>No tener la experiencia adecuada en el mercado al ser una empresa nueva.</p> <p>No contar con los ingresos necesarios.</p> <p>Depender de un personal clave en cada área de trabajo.</p>	<p>La creación de establecimientos similares.</p> <p>Descenso de la demanda</p> <p>Tener un alto costo en la materia prima o escases de la misma ya sea por fenómenos naturales plagas, etc.</p>

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019



#### 4.4 Estudio de Mercado

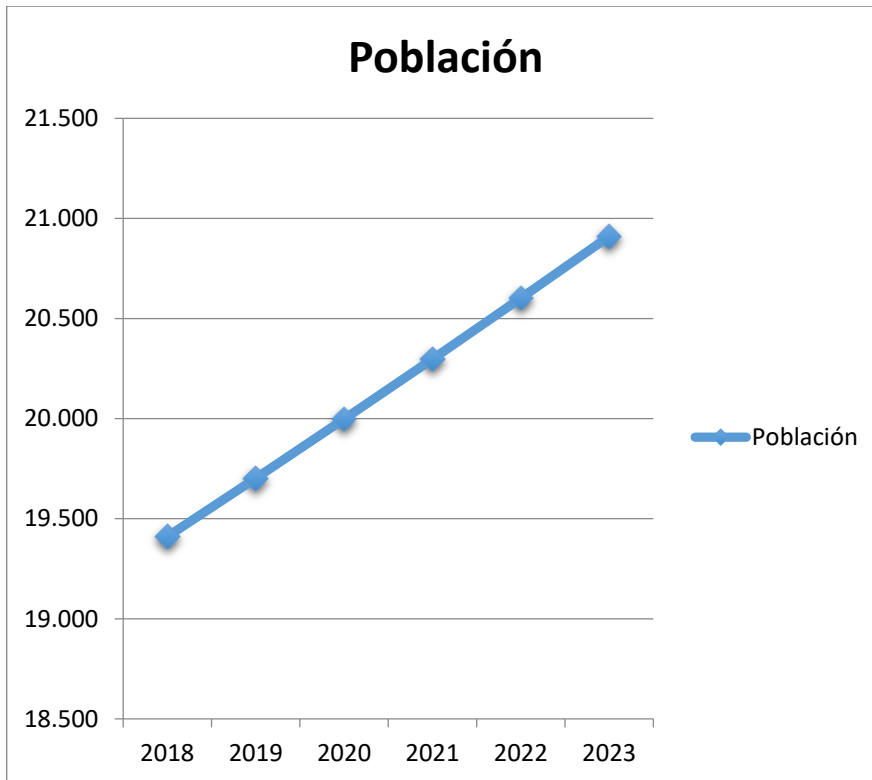
Para obtener los datos en el estudio de mercado se debe utilizar una herramienta que permita conocer y obtener información indispensable para la empresa dando a conocer la oferta y demanda insatisfecha por parte de los posibles comensales.

##### 4.4.1 Crecimiento poblacionario

**Tabla 7-4:** Crecimiento poblacional del cantón Riobamba de la parroquia Veloz

CRECIMIENTO POBLACIONARIO				
Años	Población	Formula		Crecimiento Geométrico
2010 =	17.231	( 1 + 0,015 )	0 =	17.231
2011 =	17231	( 1 + 0,015 )	1 =	17.489
2012 =	17231	( 1 + 0,015 )	2 =	17.752
2013 =	17231	( 1 + 0,015 )	3 =	18.018
2014 =	17231	( 1 + 0,015 )	4 =	18.288
2015 =	17231	( 1 + 0,015 )	5 =	18.563
2016 =	17231	( 1 + 0,015 )	6 =	18.841
2017 =	17231	( 1 + 0,015 )	7 =	19.124
2018 =	17231	( 1 + 0,015 )	8 =	19.411
2019 =	17231	( 1 + 0,015 )	9 =	19.702
2020 =	17231	( 1 + 0,015 )	10 =	19.997
2021 =	17231	( 1 + 0,015 )	11 =	20.297
2022 =	17231	( 1 + 0,015 )	12 =	20.602
2023 =	17231	( 1 + 0,015 )	13 =	20.911

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 1-4:** Crecimiento poblacional del cantón Riobamba de la parroquia veloz.

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

Según el índice de crecimiento poblacional del cantón Riobamba de la parroquia veloz establecido el 1,5% según el último censo por el INEC en el año 2010, se pudo hacer un análisis y obtener resultados de las proyecciones dentro de 5 años.

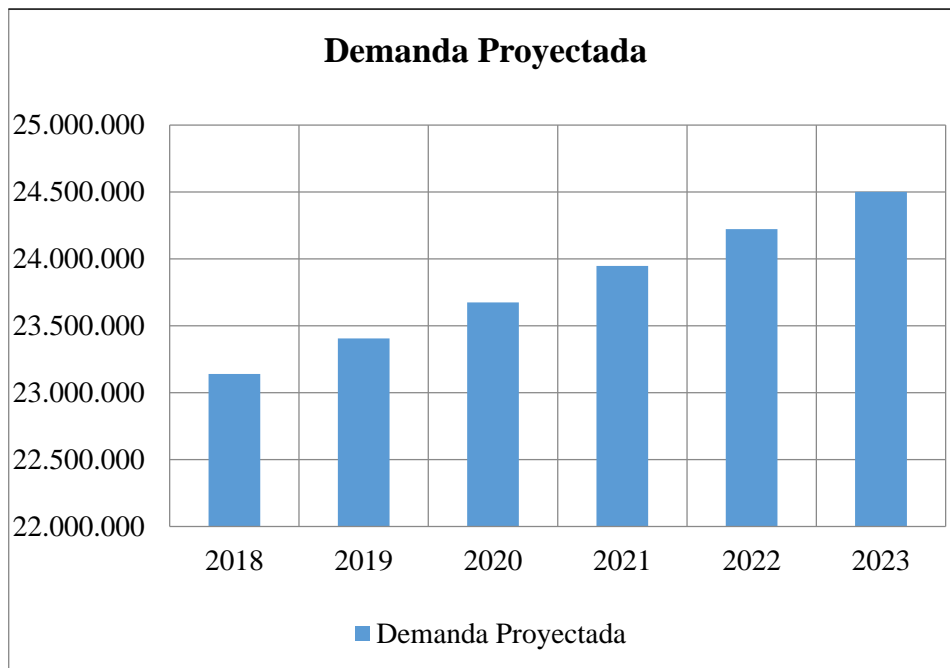
#### **4.4.2 Proyección de la demanda**

La demanda proyectada se obtuvo de la aceptabilidad que tendrá el establecimiento de alimentos y bebidas se pudo identificar que el 99% de la población acudirá a consumir los productos ofertados por el lugar.

**Tabla 8-4:** Proyección de la demanda

<b>DEMANDA PROYECTADA</b>						
<b>RESTO BAR GRILL “PICAÑA”</b>						
<b>N</b>	<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje de aceptabilidad</b>	<b>Población objetivo</b>	<b>Consumo mensual</b>	<b>Consumo anual</b>
0	2018	19.411	99,00%	19216,49	1200	23.059.785
1	2019	19.702	99,00%	19504,74	1200	23.405.682
2	2020	19.997	99,00%	19797,31	1200	23.756.767
3	2021	20.297	99,00%	20094,27	1200	24.113.119
4	2022	20.602	99,00%	20395,68	1200	24.474.816
5	2023	20.911	99,00%	20701,61	1200	24.841.938

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 2-4:** Demanda proyectada

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.4.3 Proyección de la oferta

Para determinar la proyección de la oferta, el dato se obtuvo cuando se aplicó la encuesta y es de un 15% de las personas que si están satisfechos con los establecimientos existentes y sus productos y servicios que ofrece el lugar.

**Tabla 9-4:** Oferta proyectada

<b>OFERTA PROYECTADA RESTO BAR GRILL “PICAÑA”</b>				
<b>N</b>	<b>Años</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Oferta</b>
0	2018	23.059.785	15%	3.458.968
1	2019	23.405.682	15%	3.510.852
2	2020	23.756.767	15%	3.563.515
3	2021	24.113.119	15%	3.616.968
4	2022	24.474.816	15%	3.671.222
5	2023	24.841.938	15%	3.726.291

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 3-4:** Oferta proyectada

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

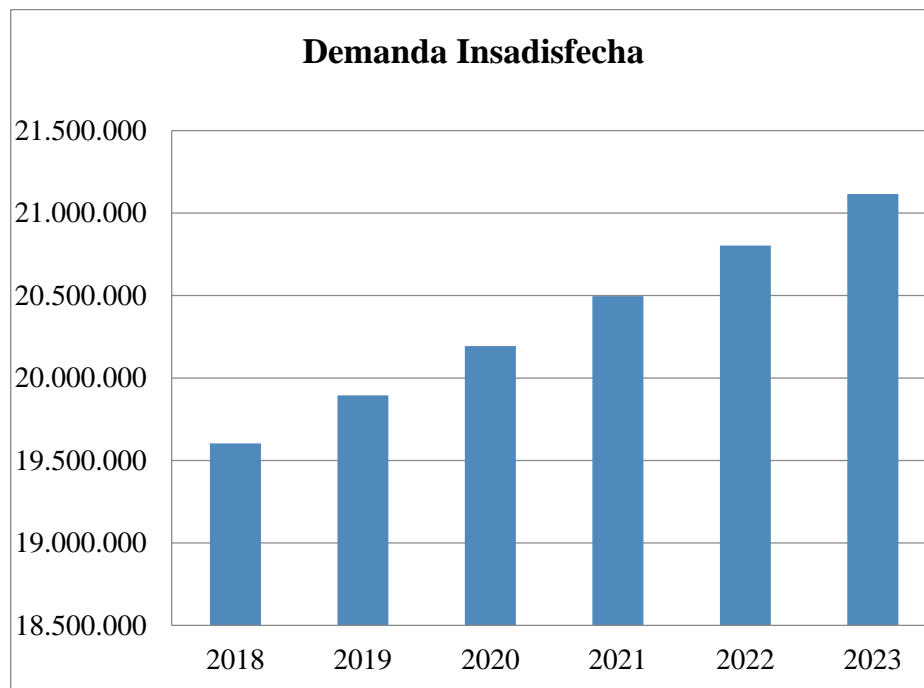
#### 4.4.4 Demanda insatisfecha

Para poder obtener la demanda insatisfecha se realiza las debidas encuestas a 137 personas de la parroquia Veloz del Cantón Riobamba, se pudo tener un resultado del 85% de las personas no están satisfechos con el servicio al cliente y a los productos que ofrecen los establecimiento existentes.

**Tabla 10-4:** Demanda Insatisfecha

<b>DEMANDA INSATISFECHA RESTO BAR GRILL “PICAÑA”</b>			
<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2018	23.059.785	3.458.968	19.600.818
2019	23.405.682	3.510.852	19.894.830
2020	23.756.767	3.563.515	20.193.252
2021	24.113.119	3.616.968	20.496.151
2022	24.474.816	3.671.222	20.803.593
2023	24.841.938	3.726.291	21.115.647

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 4-4:** Demanda insatisfecha

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.4.5 Mix de mercado

##### 4.4.5.1 Logo de la empresa



**Ilustración 5-4:** Logo de la empresa  
Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### Nombre

Resto Bar Grill "PICAÑA"

#### Eslogan

Dale gusto a tu paladar.

#### Tarjeta de Presentación



**Ilustración 6-4:** Tarjeta de Presentación  
Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### ***4.4.6 Socio Económico***

El Resto Bar Grill PICAÑA, ofrece platillos al público con precios accesibles a los clientes, la comercialización de nuestros productos serán alimenticios y su consumo es en cualquier ocasión y para cualquier persona que necesita de los servicios que brinda el establecimiento.

#### ***4.4.7 Competencia Directa***

La competencia directa son establecimientos de alimento y bebidas que ofertan el mismo servicio y productos y los realizan en el mismo sector.

##### *4.4.7.1 La competencia directa:*

- Resto Bar Grill Gitano.- es un establecimiento donde brinda servicios de alimentación y bebidas, los productos que ofrecen son asados a las parrilla o grill algunos géneros cárnicos como son chuletas, costillas a la BBQ, pechugas de pollo etc., es muy frecuentado por los comensales .
- Parrilladas Sofi´s: tiene una gran variedad de platos y como son parrilladas existe una gran variedad de géneros cárnicos como también guarniciones y bebidas que ofrece el lugar y en el servicio falta capacitación.
- Parrilladas Argentinas: como su nombre mismo lo dice existe una variedad de preparaciones que puede ir en un mismo plato acompañado de una ensalada carbohidratos y salsas el ambiente es agradable y diferente.
- Asados al gusto: es un lugar donde la gente acude para consumir su menú en este caso son asados en la parrilla a base de carbón que le da un toque diferente al género cárnico ofrece bebidas y servicio.

##### *4.4.7.2 Competencia Indirecta:*

La competencia indirecta son establecimientos que comercializan productos sustitutos para satisfacer la misma necesidad.

- Fritadas Laurita
- Restaurant Don Paco
- Pollo Ejecutivo
- Hornados Rosita
- Restaurant Anita
- Restaurante El Frijol

- Restaurant deli
- Pollos Brosters
- The house pizza
- Como de casa
- Cangrejo pata gorda

#### ***4.4.8 Producto***

El Resto Bar Grill “PICAÑA”, elaborará platillos con materia prima de la Provincia de Chimborazo el ofrece a sus comensales los productos elaborados como son:

- Chuleta
- Lomo
- Costillar de cerdo
- Pechugas de pollo
- Picaña
- Pincho de lomo y chorizo
- Sándwich de lomo
- Pincho de pollo
- Sándwich de pollo
- Pincho mixto
- Jugo de naranja
- Jugo de mora con fresa
- Jugo de guanábana
- Jugo de piña
- Jugo de tomate

##### ***4.4.8.1 Precio***

Para determinar el precio se tomará el factor referencial que determina según la ubicación estratégica del lugar también, se tomará en cuenta los precios de los competidores y los precios referenciales de las preparaciones y los costos que genera en la producción.



#### **4.4.9 Plaza**

Al referirnos a la plaza se habla de la comercialización de los productos que el “Resto Bar Grill PICAÑA” ofrecerá estará ubicado en un lugar estratégico donde existe aglomeración de personas de diferentes edades, que como se evidencio en la encuesta existe una gran demanda insatisfecha, que se va cubrir por medio de este proyecto tipo emprendimiento, en donde nuestra principal meta será cubrir satisfactoriamente las necesidades en lo que es alimentación y servicio de nuestros clientes.

Es así que nuestra plaza de trabajo se encuentre garantizada siempre y cuando se priorice las necesidades y satisfacer plenamente a nuestros clientes, con la ubicación del Resto Bar Grill en un lugar estratégico con facilidad, seguridad en el parqueo también con una atención hacia los clientes con personal altamente capacitado capaces de entender y resolver algún inconveniente.

#### **4.4.10 Promoción**

Las promociones empezaran por parte del establecimiento, en las presentación con los platillos elaborados y en la carta de menú, también se realizará publicidad para nuestros clientes más fieles, en alguna fecha en especial de los comensales oct.

En la implementación Estratégica de Introducción se puede realizar actividades como:

- Utilizar las redes sociales para dar a conocer las promociones el precio y que días.
- Incentivar a los clientes fieles para que difundan la información sobre lugar.
- Obtener publicidad que llame la atención a los clientes.
- Difundir anuncios por medios tradicionales.
- Repartir volantes publicitarios.

#### **4.4.11 Análisis del sector**

##### **4.4.11.1 Análisis del sector**

El Resto Bar Grill está ubicado en el ciudad de Riobamba, en la parroquia Veloz, la ubicación será accesible para los clientes.

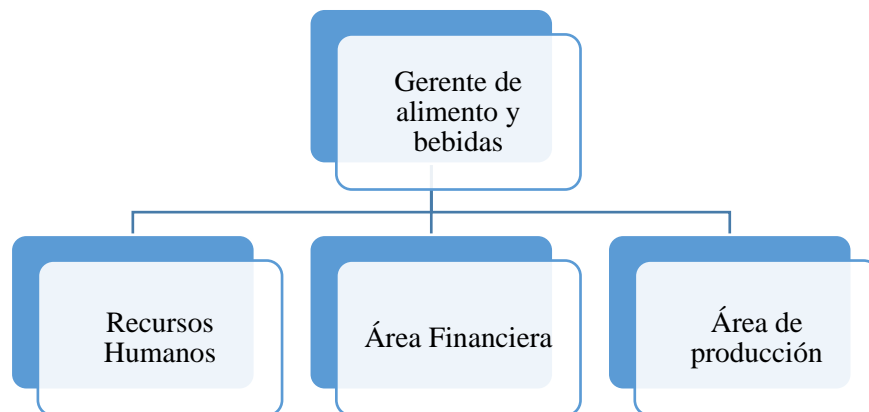
#### 4.4.11.2 Proveedores.

- El establecimiento contará con cuatro proveedores directos para la distribución de la materia prima de la zona
- El proveedor de la materia prima del género cárnico será con productores directos de la zona.
- Los proveedores de los productos perecederos y no perecederos deben ser personas confiables que distribuya todo el año, los pagos deben ser factibles llegando a un mutuo acuerdo.
- Tener siempre proveedores que ofrezcan productos de la zona garantizando las características organolépticas del producto.
- Tener una facilidad de pago y los papeles legamente establecidos para no tener inconvenientes.

## 4.5 Estudio administrativo

### 4.5.1 Organigrama Funcional

La empresa debe contar con los siguientes departamentos de:

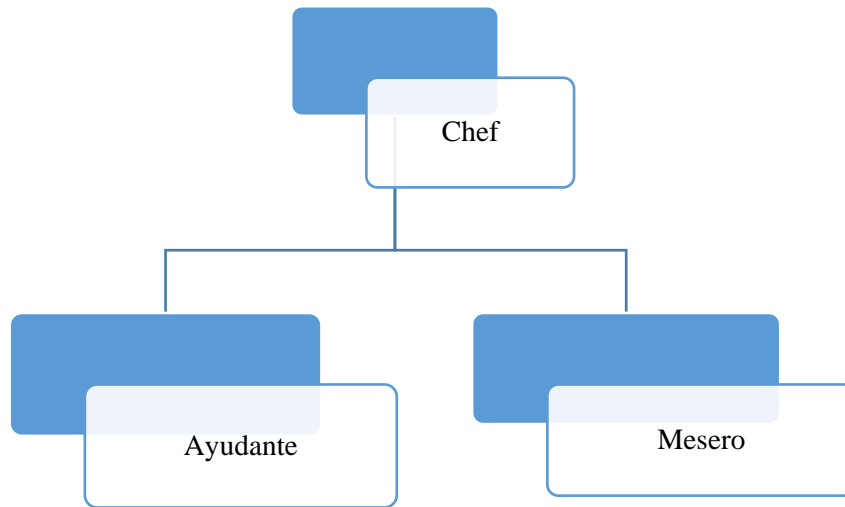


#### **Ilustración 7-4:** Organigrama funcional

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

Al momento de la ejecución del presente proyecto solo se implementará el departamento de la gerencia de alimentos y bebidas, al momento de empezar con las actividades y en el transcurso de los años se implementara los demás departamentos.

#### 4.5.2 Organigrama Estructural



**Ilustración 8-4:** Organigrama estructural  
Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.5.3 Manual de Funciones

**Tabla 11-4:** Cargo de Gerente de alimento y bebidas

<b>EL PERSONAL DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	
<b>CARGO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinar el nivel de servicio.</li><li>• Supervisar la calidad de compras del equipo y materias primas del stock de Alimentos y Bebidas.</li><li>• Planear y organizar las funciones operativas de cada centro de consumo.</li><li>• Encargado del Recursos Humanos: reclutamiento personal ,los estados de cuenta del establecimientos y publicidad del establecimiento</li></ul>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 12-4:** Cargo de Chef Ejecutivo

<b>EL PERSONAL DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	
<b>CARGO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>CHEF EJECUTIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se ocupa de las compras y bodega, estandarización de recetas, de la organización del proceso de trabajo, de la contratación y capacitación del personal.</li><li>• Es el encargado de vigilar el buen funcionamiento y mantenimiento del equipo, de la calidad del servicio y muchas veces da el toque final a cada platillo.</li></ul>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 13-4:** Cargo de ayudante

<b>EL PERSONAL DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	
<b>CARGO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>AYUDANTE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tener listo el misen place y preparar los alimentos.</li><li>• Limpieza del área de trabajo y también limpieza profundas de equipos, utensilios y cada área de trabajo después de la jornada. de cada área de trabajo.</li></ul>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 14-4:** Cargo de mesero

<b>EL PERSONAL DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	
<b>CARGO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>MESERO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Deberá ser cortés y amable con los clientes.</li><li>• Tomar los pedidos y pedir en cocina que le preparen.</li><li>• Ayudar en cocina cuando sea indispensable.</li><li>• Verificar que las instalaciones del establecimiento este limpio.</li></ul>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

## **4.6 Estudio Legal**

El estudio legal tiene varios requerimientos en la creación de una empresa los aspectos legales son:

- Creación del RUC
- Permisos de Funcionamiento
- Permiso del Cuerpo de bomberos

### ***4.6.1 Creación del RUC***

Al momento de la creación de la empresa tiene la obligación de iniciar una actividad económica y debe cumplir con las obligaciones tributarias reconociendo el tipo de establecimiento, en este caso saldrá a nombre de Mónica Tierra.

### ***4.6.2 Permisos de funcionamiento***

Los permisos de funcionamiento y trámites a realizar en el municipio de Riobamba y los requisitos son:

- Solicitud para el permiso de funcionamiento y el formulario de datos del propietario.
- Copia de la cedula.
- Registro Único de Contribuyente (RUC);
- Informe de inspección del establecimiento.
- Patente Municipal
- Permiso de uso de suelo o Informe de compatibilidad de uso de suelo
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Permiso de la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario

### ***4.6.3 Permiso del Cuerpo de Bomberos***

En el cuerpo de bomberos se debe entregar varios requisitos como Ruc, permisos de funcionamiento y demás el cuerpo de bomberos revisa las instalaciones de la empresa y otorga el permiso si cumple con todos lo requerido.

#### **4.7 Estudio ambiental**

Para realizar el estudio ambiental se tomara medidas de mitigación con la finalidad de disminuir el impacto ambiental, en los establecimientos se debe aplicara las tres R (3R) ecológicas que permite cuidar el ambiente, todos los establecimiento deberían seguir estas reglas para cuidar el entorno humano y natural.

- Reducir: la cantidad de agua y la energía que ocupa los aparatos eléctricos, se debe dejar conectados si es necesario.
- Reutilizar: si se puede reutilizar el agua que se lava la vajilla en las plantas, se puede reutilizar los materiales como los frascos de cristal, plástico etc.
- Reciclar: en el caso de los establecimientos de alimento y bebidas el tipo de reciclaje es separar la basura de tipo orgánico e inorgánico en sus respectivos tachos.

#### **4.8 Estudio técnico**

El Resto Bar Grill “PICAÑA” está ubicada en el ciudad de Riobamba, en la parroquia Veloz, la ubicación será accesible para los clientes que requieren el servicio.

#### 4.8.1 Macro y micro localización

**País:** Ecuador

**Provincia:** Chimborazo

**Cantón:** Riobamba

**Tabla 15-4:** Macro Localización

MACRO LOCALIZACIÓN		
ECUADOR	CHIMBORAZO	RIOBAMBA
		

**Fuente:** [https://ecuador10.com/wp-content/uploads/2018/02/mapa\\_politico\\_ecuador\\_provincias.png](https://ecuador10.com/wp-content/uploads/2018/02/mapa_politico_ecuador_provincias.png)

<https://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Chimborazo/Carreteras.html>

<https://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Chimborazo/Riobamba/index.html>

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.2 Micro localización

**Parroquia:** Veloz

**Ubicación:** Av. Juan Félix Proaño

**Tabla 16-4:** Micro localización

MICRO LOCALIZACIÓN	
VELOZ	AV. JUAN FÉLIX PROAÑO
	

**Fuente:** Google Maps

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

#### **4.8.3 Recetas estándar**

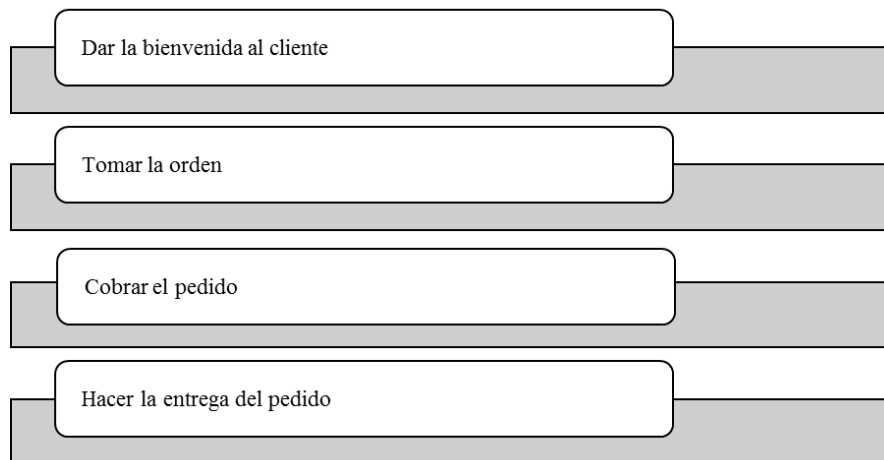
Las recetas estándar es un formato donde contiene los ingredientes, cantidades de cada preparación y sirve para guiar cada vez que se va preparar y tener un conocimiento de todos los productos elaborados. (Ver anexos B)

Las recetas estándar también son parte del estudio financiero que permitió conocer los costos reales, la utilidad del establecimiento y por su puesto el precio de venta.

#### **4.8.4 Diseño de la carta**

Los clientes al momento de ingreso al establecimiento un mesero le proporcionaran una carta el cual es un documento físico con esta plasmado los diferentes platillos que ofrecen el mismo y el cual podrá escoger a su gusto. (Ver anexos C)

#### **4.8.5 Proceso Atención al cliente**

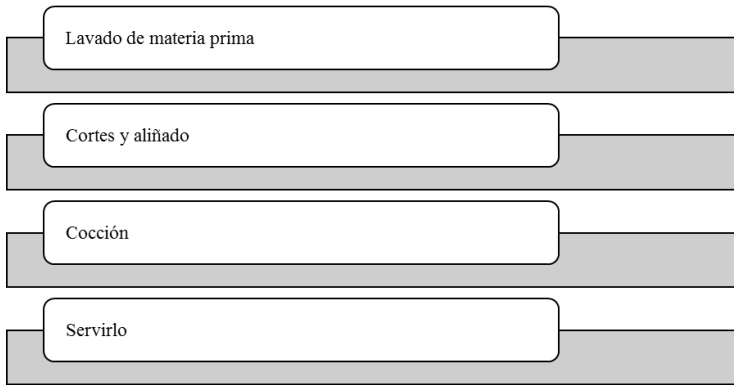


**Ilustración 9-4:** Proceso de atención al cliente

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



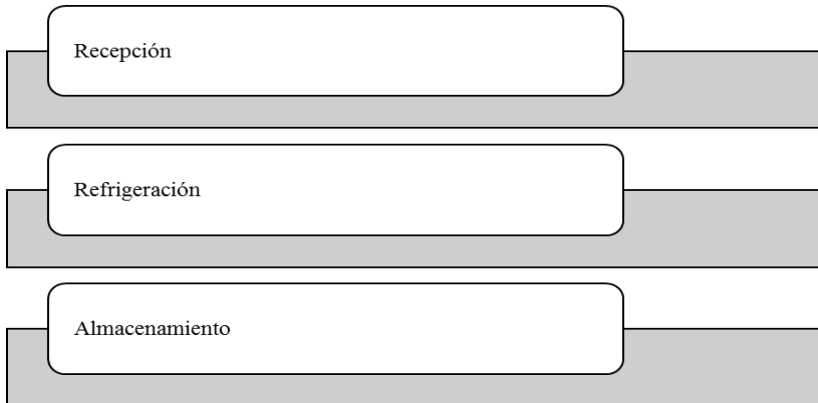
#### 4.8.6 Proceso de cocina



#### **Ilustración 10-4:** Proceso de cocina

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.7 Proceso de tratamiento de Alimentos



#### **Ilustración 11-4:** Proceso de tratamiento de alimentación

**Realizado por:** Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.8 Requerimiento del talento humano

Para el funcionamiento del establecimiento o de las diferentes áreas se requiere de un personal que sea eficaz y eficiente con las funciones a desempeñar según el cargo laboral.

**Tabla 17-4:** Requerimiento del talento humano en producción

<b>N° DE PUESTO</b>	<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>
1	Chef	Conoce las preparaciones que contiene una carta de menú. Realiza los montajes de los platillos. Contratación y capacitación del personal. Elaboración de los platillos.	450
1	Cocinero	Realiza la requisición. Prepara el mise en place. Ayuda al chef en cocina Ayuda a mantener limpio el área de trabajo.	394
1	Mesero	Ser cortés y amable con los clientes. Servicio de los alimentos y bebidas. Ayuda en cocina. Tener limpio su área de trabajo.	394
<b>SUELDO TOTAL AL MES</b>			<b>1,238</b>
<b>SUELDO TOTAL AL AÑO</b>			<b>14,856</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.9 Estructura de costos de producción

#### Consumo de servicios básicos

**Tabla 18-4:** Consumo de servicios básicos

<b>SERVICIOS BASICOS</b>					
<b>TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>TRIMESTRAL</b>	<b>ANUAL</b>
Luz	200	0,11	kw/h	68,34	273,37
Teléfono	150	0,09	mm	40,5	162
Internet	Ilimitado	30,00	Megas	90	360
Agua	16	0,64	m3	30,72	122,88
<b>TOTAL</b>				<b>229,56</b>	<b>918,25</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

## Combustible

**Tabla 19-4:** Combustible

<b>COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES</b>					
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GAS	1	4	3,00	12,00	144,00
GAS INDUSTRIAL	1	2	18,00	36,00	432,00
<b>TOTAL</b>					<b>576,00</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

## Mantenimiento de equipos e instalación

**Tabla 20-4:** Mantenimiento de equipo e instalación

<b>MANTENIMIENTO</b>				
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO ANUAL
PARRILA DE ACERO INOXIDABLE	1	1 AÑO	LINCOM	30,00
REFRIGERADORA MABE	1	1 AÑO	MABE	15,00
CONGELADOR	1	1 AÑO	ELECTROLUX	25,00
LICUADORA OSTER MOTOR REVERSIBLE 6 ASPAS 600WTS	1	1 AÑO	TVENTAS	10,00
TUBERIAS Y PLAGAS	1	1 AÑO		60,00
<b>TOTAL</b>				<b>260,00</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

## Depreciación de activos fijos

**Tabla 21-4:** Depreciación de activos fijos

<b>DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS</b>				
BIEN	VALOR (SIN IVA )	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	4.468,00	10	446,80	402,12
EQUIPO DE COMPUTO	500,00	3	165,00	111,67
MUEBLES Y ENSERES	1.068,00	10	106,80	96,12
<b>TOTAL</b>	<b>6.036,00</b>		<b>718,60</b>	<b>609,91</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.10 Materia prima

**Tabla 22-4:** Materia prima

COSTO DE MATERIA PRIMA								
TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
CHULETA	8	48	192	2.304	2,31	443,77	1.331,30	5.325,20
LOMO DE RES	3	18	72	864	2,11	151,84	455,52	1.822,09
COSTILLAR DE CERDO	10	60	240	2.880	2,16	517,25	1.551,76	6.207,06
PECHUGA DE POLLO	4	24	96	1.152	1,90	182,15	546,46	2.185,86
PICAÑA	5	30	120	1.440	4,17	500,07	1.500,22	6.000,87
PINCHO DE LOMO Y CHORIZO	7	42	168	2.016	1,59	267,37	802,10	3.208,39
SANDWICH DE LOMO	3	18	72	864	1,88	135,50	406,50	1.625,99
PINCHO DE POLLO	5	30	120	1.440	1,48	177,47	532,42	2.129,68
SANDWITCH DE POLLO	3	18	72	864	1,75	125,98	377,95	1.511,80
PINCHO MIXTO	4	24	96	1.152	1,48	141,98	425,94	1.703,74
JUGO DE NARANJA	5	30	120	1.440	0,39	46,20	138,60	554,40
JUGODE MORA CON FRESA	5	30	120	1.440	0,52	62,95	188,84	755,34
JUGO GUANABANA	5	30	120	1.440	0,61	73,50	220,50	882,00
JUGO DE PIÑA	5	30	120	1.440	0,42	50,55	151,64	606,54
JUGO TOMATE	5	30	120	1.440	0,58	69,36	208,08	832,32
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>462</b>	<b>1.848</b>	<b>22.176</b>	<b>23,34</b>	<b>2.945,94</b>	<b>8.837,82</b>	<b>35.351,28</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.11 Mano de obra directa

**Tabla 23-4:** Mano de obra directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
			12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
COCINER	394,00	4.728,00	574,45
CHEF ADMINISTRATIVO	450,00	5.400,00	656,10
MESERO(A)	394,00	4.728,00	574,45
<b>TOTALES:</b>	<b>1.238,00</b>	<b>14.856,00</b>	<b>1.805,00</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.11.1 Costos indirectos de fabricación

**Tabla 24:** Costos indirectos de fabricación

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	576,00	599,67	624,32	649,98	676,69
MANTENIMIENTO	260,00	270,69	281,81	293,39	305,45
SERVICIOS BÁSICOS	459,12	477,99	497,64	518,09	539,38
SUMINISTROS Y MATERIALES	717,42	746,91	777,60	809,56	842,84
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	54,73	56,98	59,32	61,76	64,30
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	402,12	402,12	402,12	402,12	402,12
CONTINGENCIA 1%		108,62	108,62	108,62	108,62
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>44.104,91</b>	<b>46.042,78</b>	<b>47.947,20</b>	<b>49.929,89</b>	<b>51.994,07</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.12 Determinación de activos fijos para producción

**Tabla 25-4:** Activos fijos para producción

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.468,00	4.658,00
EQUIPO DE COMPUTO	500,00	500,00
MUEBLES Y ENSERES	1.068,00	1.678,00
<b>SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>6.836,00</b>

<b>INVENTARIOS</b>		
MATERIALES INDIRECTOS	29,51	195,06
MENAJE Y VAJILLA	108,70	620,45
SUMINISTROS Y MATERIALES	107,54	717,42
<b>SUB-TOTAL INVENTARIOS</b>		<b>1.532,93</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.8.13 Programa pre operativo

**Tabla 26-4:** Gastos de instalación

<b>GASTOS DE INSTALACIÓN</b>			
<b>TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>C.UNIDAD</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
ESPEJO CON MARCO 150 X 80	1	25,3	25,3
EXTINTOR DE NITROGENO LIQUIDO	1	50	50
BOTIQUIN	1	15	15
CUADROS DECORATIVOS 40X40	2	3,6	7,2
MACETAS DECORATIVAS	2	5,2	10,4
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>99,1</b>	<b>107,9</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 27-4:** Gasto de organización

<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
INSCRIPCION DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTES	-
TASA DE HABILITACION DE ESTABLECIMIENTO	30
NOTARIA	30
BOMBEROS	10
ARCSA	84,26
MUNICIPIO (PATENTE)	60
PERMISOS	30
<b>TOTAL</b>	<b>214,26</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 28-4:** Gasto de experimentación

<b>GASTO EXPERIMENTACIÓN</b>	
PRUEBAS	27,37
TOTAL	9,12

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 29-4:** Gasto de publicidad

<b>GASTO PUBLICIDAD</b>		
<b>TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>C.ANUAL</b>
CARTA MENÚ	5	50,00
TARJETA DE PRESENTACIÓN	1000	30,00
TRÍPTICO	2	20,00
RÓTULO	1	90,00
PUBLICIDAD INTERNET	1	50,00

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

## 4.9 Estudio Financiero

### 4.9.1 Análisis de la inversión

**Tabla 30-4:** Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZAD	INVERSI N POR	TOTAL DE INVERSION
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>			
MAQUINARIA Y EQUIPO		4.658,00	4.658,00
EQUIPO DE COMPUTO		500,00	500,00
MUEBLES Y ENSERES		1.678,00	1.678,00
MENAJE Y VAJILLA		620,45	620,45
IMPREVISTOS (1%)		74,56	74,56
<b>2. ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		214,26	214,26
GASTOS DE INSTALACIÓN		107,90	107,90
GASTOS DE PUBLICIDAD		80,00	80,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		27,37	27,37
IMPREVISTOS (1%)		4,30	4,30
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>			
MATERIA PRIMA		2.945,94	2.945,94
MATERIALES INDIRECTOS		585,18	585,18
MANO DE OBRA DIRECTA		1.723,36	1.723,36
MANO DE OBRA INDIRECTA		1.723,36	1.723,36
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		144,00	144,00
SERVICIOS BÁSICOS		229,56	229,56
GASTO ARRIENDO		525,00	525,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(sueldos)		1.968,30	1.968,30
SUMINISTROS Y MATERIALES		717,42	717,42
CAJA - BANCOS	300,00		300,00
CONTINGENCIA (1%)		108,62	108,62
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>300,00</b>	<b>18.635,57</b>	<b>18.935,57</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.1.1 Fuentes y usos

**Tabla 31-4:** Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>				
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.658,00		4.658,00	
EQUIPO DE COMPUTO	500,00		500,00	
MUEBLES Y ENSERES	1.678,00		1.678,00	
MENAJE Y VAJILLA	620,45		620,45	
IMPREVISTOS (1%)	74,56		74,56	
<b>2. ACIVOS DIFERIDOS</b>				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	214,26		214,26	
GASTOS DE INSTALACIÓN	107,90		107,90	
GASTOS DE PUBLICIDAD	80,00		80,00	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	27,37		27,37	
IMPREVISTOS (1%)	4,30		4,30	
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>				
MATERIA PRIMA	2.945,94			2.945,94
MATERIALES INDIRECTOS	585,18		585,18	
MANO DE OBRA DIRECTA	1.723,36	1.723,36		
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.723,36		1.723,36	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	144,00		144,00	
SERVICIOS BASICOS	229,56		229,56	
GASTO ARRIENDO	525,00		525,00	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(sueldos)	1.968,30		1.968,30	
SUMINISTROS Y MATERIALES	717,42		717,42	
CAJA - BANCOS	300,00	300,00		
CONTINGENCIA (1%)	108,62		108,62	
<b>TOTAL</b>	<b>18.935,57</b>	<b>2.023,36</b>	<b>13.966,27</b>	<b>2.945,94</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.2 Presupuesto

##### 4.9.2.1 Presupuesto de costo de producción

**Tabla 32-4:** Costo de producción

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>I.COSTOS DE PRODUCCION</b>					
MATERIA PRIMA	35.351,28	36.804,21	38.316,87	39.891,69	41.531,24
MANO DE OBRA DIRECTA	6.893,42	7.176,74	7.471,71	7.778,80	8.098,50
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	195,06	203,08	211,42	220,11	229,16
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	576,00	599,67	624,32	649,98	676,69
MANTENIMIENTO	260,00	270,69	281,81	293,39	305,45
SERVICIOS BÁSICOS	459,12	477,99	497,64	518,09	539,38
SUMINISTROS Y MATERIALES	717,42	746,91	777,60	809,56	842,84
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	54,73	56,98	59,32	61,76	64,30
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	402,12	402,12	402,12	402,12	402,12
CONTINGENCIA 1%		108,62	108,62	108,62	108,62
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>44.104,91</b>	<b>46.042,78</b>	<b>47.947,20</b>	<b>49.929,89</b>	<b>51.994,07</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



#### 4.9.2.2 Presupuesto de gastos administrativos

**Tabla 33-4:** Gastos de administración

2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	1.575,00	1.639,73	1.707,13	1.777,29	1.850,33
GASTO ORGANIZACIÓN	214,26	223,07	223,07	232,23	241,78
SERVICIOS BÁSICOS	229,56	239,00	248,82	259,05	269,69
SUELDOS	7.873,20	8.196,79	8.533,68	8.884,41	9.249,56
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		48,06	48,06	48,06	48,06
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO		111,67	111,67	111,67	111,67
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	603,68	120,74	120,74	120,74	120,74
IMPREVISTOS 1%	4,30	4,47	4,66	4,85	5,05
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>10.500,00</b>	<b>10.264,07</b>	<b>10.678,35</b>	<b>11.118,84</b>	<b>11.577,42</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.2.3 Presupuesto de gastos de venta

**Tabla 34-4:** Gasto de ventas

3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	240,00	249,86	260,13	270,82	281,96
SUELDOS	6.893,42	7.176,74	7.471,71	7.778,80	8.098,50
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES		48,06	48,06	48,06	48,06
SERVICIOS BÁSICOS	229,56	239,00	248,82	259,05	269,69
IMPREVISTOS 1%	74,56	77,63	80,82	84,14	87,60
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>7.437,55</b>	<b>7.695,17</b>	<b>8.013,42</b>	<b>8.344,75</b>	<b>8.689,69</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.2.4 Presupuesto de gastos financieros

**Tabla 35-4:** Gastos financieros

4. GASTOS FINANCIEROS					
INTERES BANCARIO	1.675,95	1.117,30	558,65		
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.675,95</b>	<b>1.117,30</b>	<b>558,65</b>		
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>63.718,42</b>	<b>65.119,32</b>	<b>67.197,62</b>	<b>69.393,47</b>	<b>72.261,18</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.3 Estado de ganancias y pérdidas

**Tabla 36-4:** Resultados

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	71.340,00	74.272,07	77.324,66	80.502,70	83.811,36
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	44.104,91	46.042,78	47.947,20	49.929,89	51.994,07
(=) UTILIDAD BRUTA	27.235,09	28.229,30	29.377,46	30.572,81	31.817,29
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	10.500,00	10.264,07	10.678,35	11.118,84	11.577,42
(-) GASTO DE VENTAS	7.437,55	7.695,17	8.013,42	8.344,75	8.689,69
(=) UTILIDAD OPERATIVA	9.297,53	10.270,06	10.685,69	11.109,23	11.550,18
(-) GASTO FINANCIERO		1.117,30	558,65	-	
(=) UTILIDAD NETA	9.297,53	9.152,76	10.127,04	11.109,23	11.550,18

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.4 Estado de situación financiero

**Tabla 37-4:** Balance general

TABLA Nº BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	10970,73	17316,01	13806,86	10305,62	11477,21	12666,93
ACTIVO FIJO	7531,01	7531,01	7531,01	7531,01	7531,01	7531,01
DEPRECIACION ACUMULADA		-609,91	-1219,81	-1829,72	-2439,63	-3049,53
DIFERIDOS (Valor amortizacion anual)	603,68	482,95	362,21	241,47	120,74	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19105,43</b>	<b>24720,07</b>	<b>20480,27</b>	<b>16248,39</b>	<b>16689,34</b>	<b>17148,41</b>
<b>PASIVOS</b>						
PASIVO CORRIENTE (Interes Bancario)		1117,30	558,65	0,00		
PASIVO LARGO/PLAZO ( Credito Bancario)	13966,27	9310,85	4655,42			
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>13966,27</b>	<b>10428,15</b>	<b>5214,08</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	5139,16	5139,16	5139,16	5139,16	5139,16	5139,16
Resultado del Ejercicio ( Utilidad Neta)		9152,76	10127,04	11109,23	11550,18	12009,25
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>5139,16</b>	<b>14291,92</b>	<b>15266,20</b>	<b>16248,39</b>	<b>16689,34</b>	<b>17148,41</b>
<b>TOTAL PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>19105,43</b>	<b>24720,07</b>	<b>20480,27</b>	<b>16248,39</b>	<b>16689,34</b>	<b>17148,41</b>
*AÑO 1 ACTIVO CORRIENTE = TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO - AC.FIJO-DEPRECIACIONES -ACTIVOS DIFERIDOS						

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.5 Estado de flujo del efectivo

**Tabla 38-4:** Flujo de caja

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
(+)	Ventas		71.340,00	74.272,07	77.324,66	80.502,70	83.811,36
(-)	Costos Producción		44.104,91	46.042,78	47.947,20	49.929,89	51.994,07
(-)	Gasto Administrativo		10.500,00	10.264,07	10.678,35	11.118,84	11.577,42
(-)	Gasto Ventas		7.437,55	7.695,17	8.013,42	8.344,75	8.689,69
(-)	Gasto Financieros		1.675,95	1.117,30	558,65		
(-)	Amortización act. Diferido		120,74	120,74	120,74	120,74	120,74
(=)	<b>Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.</b>		<b>7.621,58</b>	<b>9.152,76</b>	<b>10.127,04</b>	<b>11.109,23</b>	<b>11.550,18</b>
(=)	<b>Utilidad Neta</b>		<b>7.621,58</b>	<b>9.152,76</b>	<b>10.127,04</b>	<b>11.109,23</b>	<b>11.550,18</b>
(+)	Depreciaciones		609,91	609,91	609,91	609,91	609,91
(+)	Amort.Act.Nominal		120,74	120,74	120,74	120,74	120,74
(-)	Inversion Maq. Y Equip.	4.658,00					
(-)	Inv. Terreno y Obra Física						
(-)	Inversion Otros	2.798,45					
(-)	Inv. Act. Nominal	433,82					
(-)	Inv. Capital de Trabajo	10.970,73					
(-)	Vehiculo						
(-)	Imprevisto	74,56					
(+)	Recup. Capital Trabajo						
(+)	Préstamo						
(-)	Amort. Prestamo		- 4.655,42	- 4.655,42	- 4.655,42		
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>18.935,57</b>	<b>3.696,80</b>	<b>5.227,98</b>	<b>6.202,25</b>	<b>11.839,87</b>	<b>12.280,82</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

#### 4.9.6 Evaluación económica

##### 4.9.6.1 Prueba acida

$$\text{PRUEBA ACIDA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$\text{PRUEBA ACIDA} = \frac{11118,38 - 1299,65}{6735,91}$$

9.818,73

6.735,91

1,46

Se realiza la prueba acida para ver si el proyecto es factible al momento que se ejecute, siendo el resultado positivo con una ganancia de 1,46 de dólar por cada pax vendido.

#### 4.9.7 Evaluación financiera

**Tabla 39-4:** Valor actual neto (VAN)

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
Nº	FNE	$(1 + i)^{^n}$	FNE / $(1 + i)^{^n}$
INVERSION	- 18.935,57		- 18.935,57
1	3.696,80	1,12	3.300,71
2	5.227,98	1,25	4.167,71
3	6.202,25	1,40	4.414,64
4	11.839,87	1,57	7.524,45
5	12.280,82	1,76	6.968,47
<b>TOTAL</b>			<b>7.440,42</b>

<b>VAN</b>	<b>\$</b>	<b>7.440,42</b>
------------	-----------	-----------------

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 40-4:** Tasa interna de retorno (TIR)

TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 20.312,15
8%	\$ 10.953,87
9%	\$ 10.014,91
10%	\$ 9.117,86
11%	\$ 8.260,42
<b>12%</b>	<b>\$ 7.440,42</b>
13%	\$ 6.655,83
14%	\$ 5.904,77
15%	\$ 5.185,45

<b>TIR</b>	<b>24%</b>
------------	------------

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 41-4:** Relación beneficio costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	- 18.935,57		
1		74.272,07	46.042,78
2		77.324,66	47.947,20
3		80.502,70	49.929,89
4		83.811,36	51.994,07
5		87.256,01	54.143,09
		TOTAL INGRESO	238.520,96
		TOTAL COSTO	147.915,11
		(=) COSTO+INVERSION	128.979,54

<b>RB/C</b>	<b>1,61</b>
-------------	-------------

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 42-4:** Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)					
AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSION	PARCIAL DEL AÑO	PRI
0	- 18.935,57				
1	3.696,80	3.696,80	3.696,80		
2	5.227,98	8.924,78	8.924,78	1,71	2,71
3	6.202,25	15.127,03	15.127,03	2,44	3,44
4	11.839,87	26.966,90	26.966,90	2,28	3,28
5	12.280,82	39.247,72	39.247,72	3,20	4,20
<b>TOTAL</b>	<b>20.312,15</b>			<b>9,62</b>	<b>13,62</b>

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 43-4:** Punto de equilibrio

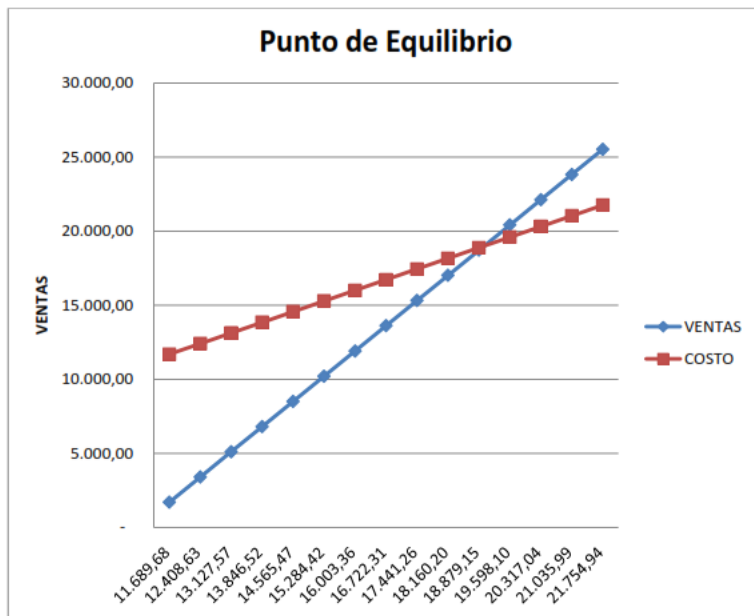
PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	10.970,73
PRECIO	3,68
COSTO VARIABLE	1,56
PUNTO DE EQUILIBRIO	5.157,43
UTILIDAD	0

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

**Tabla 44-4:** Punto de equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTO	UTILIDADES
462	1.701,70	11.689,68	- 9.987,98
924	3.403,40	12.408,63	- 9.005,23
1.386	5.105,10	13.127,57	- 8.022,47
1.848	6.806,80	13.846,52	- 7.039,72
2.310	8.508,50	14.565,47	- 6.056,97
2.772	10.210,20	15.284,42	- 5.074,22
3.234	11.911,90	16.003,36	- 4.091,46
3.696	13.613,60	16.722,31	- 3.108,71
4.158	15.315,30	17.441,26	- 2.125,96
4.620	17.017,00	18.160,20	- 1.143,20
5.082	18.718,70	18.879,15	- 160,45
5.544	20.420,40	19.598,10	822,30
6.006	22.122,10	20.317,04	1.805,06
6.468	23.823,80	21.035,99	2.787,81
6.930	25.525,50	21.754,94	3.770,56

Realizado por: Mónica Tierra, 2019



**Ilustración 12-4:** Punto de Equilibrio

Realizado por: Mónica Tierra, 2019

## **4.10 Conclusiones y recomendaciones**

### ***4.10.1 Conclusiones***

- Se concluye que según los resultados de la encuesta aplicada en la parroquia Veloz existe una demanda insatisfecha de un 85%, este resultado nos deja entender que es posible abarcar un mercado amplio cubriendo las necesidades requeridas por los comensales, cubriendo las deficiencias de los establecimientos existentes
- Según el estudio de mercado y estudio técnico demuestra que si existe una oferta y demanda para la apertura de un nuevo establecimiento, tomando en cuenta la localización y el tamaño del establecimiento, con un promedio de ventas de 77 pax al día, además se contara con personal y materia prima de la zona generando de esta forma progreso en la ciudad.
- La creación del proyecto generará un impacto positivo, esto basándose en los datos obtenidos con el estudio financiero con un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 7.440,42, la Tasa Interés de Retorno (TIR) 24% y la relación del Beneficio- Costo (B-C) de \$ 1,61, con estos resultados el proyecto es rentable económicamente.

#### ***4.10.2 Recomendaciones***

- Cuando existe una demanda insatisfecha, se recomienda hacer un análisis de los problemas o falencia de los establecimientos existentes, esta información nos sirve para no cometer los mismos errores, mejorar e innovar en el establecimiento los servicios y productos ofertados.
- Se recomienda realizar publicidad del establecimiento, de sus productos ofertados como de su infraestructura, esta última debe ser acogedor y agradable para los clientes tomando en consideración que no importa la edad y género.
- Los estudios realizados en el proyecto se debe aplicar en la empresa, sobre todo el estudio financiero, si se planteara un incrementación de la carta de menú se debe volver a realizar un estudio financiero con las respectiva estandarización de la nueva receta, para saber la cantidad de ventas y el precio de venta que puede tener un plato elaborado.



## BIBLIOGRAFÍA

- Barriga Rubio, A.** (24 de 2 de 2006). *Ministerio de Educación y Ciencia*.  
<http://www.mecd.gob.es/dctm/ministerio/educacion/actividad-internacional/consejerias/reino-unido/tecla/2006/a-24-02-06.pdf?documentId=0901e72b80b61a3d>
- Córdoba Padilla, M.** (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: ECOE.
- Del Canto Pérez, M. E.** (2011). *El libro de los Secretos para el Asador*. Argentina: Safe Creative.
- Gallegos, J.** (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes* (Vol. I). España: Paraninfo S.A.
- García Ortiz, F., García Ortiz, P., & Gil Muela, M.** (2011). *Operaciones básicas y servicios en bar y cafetería*. España: Paraninfo S.A.
- Gómez Orea, D., & Gómez Villarino, T.** (2013). *Evaluación de Impacto Ambiental*. España: Mundi-Prensa.
- Ilpes.** (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Siglo XXI.
- INEC.** (2010). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Marin, R., & Salgado, H.** (2004). *Manual del Parrillero Criollo* (Vol. I). Chile: Origo.
- Mirad, R.** (2004). Manual del asador argentino. En M. Raúl, *Manual del asador argentino* (pág. 13). España: Ckub Universitario.
- Miranda Miranda, J. J.** (2005). *Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica social ambiental*. Bogotá: MM.
- Prieto Herrera, J. E.** (2009). *Proyectos enfoques gerencial*. Bogotá: Ecoe.

**Quesada Castro, R.** (2007). *Elementos del Turismo* (Vol. II). Costa Rica: EUNED.

**Vértice, S.** (2009). *Servicio Básico de Alimentos y Bebidas y Tareas de Postservicio en el Restaurante*. España: Vértice.

## ANEXOS

### Anexos A: Encuesta



### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

### FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

### ESCUELA DE GASTRONOMÍA



### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Conocer la opinión de la población encuestada, acerca de la implementación de un establecimiento gastronómico parrillero en el sector de Riobamba.

**INSTRUCCIONES:** Favor necesitamos de su colaboración por lo que su respuesta debe ser la más exacta y responsable posible puede marcar más de una opción.

1. Le gustaría que se implemente un resto bar grill especializado en asados en el Cantón Riobamba.

SI

NO

2. ¿En qué horario usted generalmente acude a un establecimiento donde se prepara asados?

8:30 am – 10:30 am

12:00 pm - 15:00 pm

18:00 pm - 22:00 pm

3. ¿Con qué frecuencia usted consume asados?

Diario

2 a 3 veces a la semana

Mensual

4. ¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría a usted que se implemente dentro del Resto Bar Grill?

- a) Promociones 2X1
- b) Porciones de ensaladas gratis
- c) Bebida cortesía de la casa a los homenajeados
- d) Todas las anteriores

5. ¿Cuál es la característica que le motiva a usted a consumir asados?

Precio

Sabor

Cantidad

Presentación

Salud


6. ¿Con que tipo guarniciones prefiere usted acompañar sus asados ?

Guarnición Ensaladas

Guarnición carbohidratos

Salsas

Otros


7. ¿Generalmente usted porque motivo asistiría a un Resto Bar Grill?

Alimentación

Reuniones

Celebraciones

Otros


8. ¿A usted cuando consume asados con qué tipo de bebidas le gustaría acompañar su plato?

Refresco o agua naturales

Cerveza

Vinos

Refrescos light

otros


9. ¿Usted qué tipo de género cárnico prefiere?

Cordero	<input type="checkbox"/>
Cerdo	<input type="checkbox"/>
Res	<input type="checkbox"/>
Pollo	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál de los siguientes cortes del género cárnico le gusta a usted consumir?



Lomo	<input type="checkbox"/>
Picaña	<input type="checkbox"/>
Costillar	<input type="checkbox"/>
Chuletero	<input type="checkbox"/>
Pechugas	<input type="checkbox"/>
Lomillo	<input type="checkbox"/>

11. ¿Los restos bar grill que usted ha visitado a logrado satisfacer sus necesidades?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>


## Anexo B: Recetas Estándar

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO											
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA											
ESCUELA DE GASTRONOMÍA											
FICHA DE RECETA ESTÁNDAR											
Código	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHULETA							FECHA DE ELABORACIÓN: 18/06/2018		# pax:	1
001	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
	CONSERVACIÓN N°:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros			
N°	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE USO	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO 4 TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL
1	CERDO/ESPINAZO	454	200	g	LAVADO	T-BONE/ CHULETA	COCCIÓN EN SECO	MARINADO, MARCADO	GÉNERO PRINCIPAL	3,00	1,32
2	ORÉGANO	75	10	g	PESADO/ ESCOGIDO	xxxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07
3	PIMIENTA	50	5	g	PESADO MOLIDO	xxxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05
4	ROMERO	50	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,07
6	AJÍ	20	5	g	LAVADO DESPEPTADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SOBORIZANTE	0,20	0,05
7	ACEITE	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13
8	ACHOTE EN GRANO	150	10	g	EXTRACCION PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxxx	xxxxxx	INFUSION	PIGMENTAR	0,50	0,03
9	PAPA	454	150	g	LAVADO PELADO	xxxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNCIÓN - CHO	0,70	0,23
10	LECHUGA	300	50	g	LAVADO DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNCIÓN - ENSALADA	0,50	0,08
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNCIÓN - ENSALADA	0,50	0,03
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNCIÓN - ENSALADA	0,50	0,03
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNCIÓN - ENSALADA	0,50	0,02
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04
15	ARROZ	454	25	g	LAVADO	xxxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	ESCOGIDO, NACADO	GUARNCIÓN - CHO	0,65	0,04
16	SAL	454	40	g	PESADO	xxxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,90	0,08
17											
18											
19											
							<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>			<b>COSTO PAX</b>	2,31
										<b>COSTO VARIABLE</b>	0,69
										<b>COSTO NETO</b>	3,00
										<b>UTILIDAD</b>	2,10
										<b>IVA 12%</b>	0,61
										<b>P.V.P.</b>	5,72
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.- Preparar el mismo plato. 2.- Marinar el género cárnico. 3.- Marcar la chuleta y una temperatura óptimo 60-65 °C . 4.- Empezar con el emplátado 5.- Servir al comensal.											

 <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR													
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: LOMO DE RES							FECHA DE ELABORACIÓN: 18/06/2018			# pax:	1	
002	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE:	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:				
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO o TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL		
1	LOMO/LOMO FINO	2270	200	g	LIMPIAR-LAVADO	ROSBIT	COCCIÓN EN SECO	MARINADO, MARCADO	GÉNERO PRINCIPAL	13,00	1,15		
2	ORÉGANO	75	10	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07		
3	PIMIENTA	50	5	g	PESADO MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05		
4	ROMERO	50	5	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05		
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,07		
6	AJÍ	20	5	g	LAVADO/DESPEPITADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,05		
7	ACEITE	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13		
8	ACHIOTE EN GRANO	150	10	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	PIGMENTAR	0,50	0,03		
9	PAPA	454	150	g	LAVADO/PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,70	0,23		
10	LECHUGA	300	30	g	LAVADO/DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,05		
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO/LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO/DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02		
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04		
15	ARROZ	454	30	g	LAVADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,65	0,04		
16	SAL	454	40	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,90	0,08		
17													
18													
19													
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el mien en place. 2.-Marinar el género cárnicos lomo . 3.-Marcar el lomo en la parrilla y una temperatura optimo 65 °C o al gusto de cliente. 4.-Empezar con el emplatado 5. Servir al comensal.							<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>			<b>COSTO PAX</b>	<b>2,11</b>		
										<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>0,63</b>		
										<b>COSTO NETO</b>	<b>2,74</b>		
										<b>UTILIDAD</b>	<b>1,92</b>		
										<b>IVA 12%</b>	<b>0,56</b>		
										<b>P.V.P</b>	<b>5,22</b>		

ISCUOLA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR													
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: COSTILLAS DE CERDO				FECHA DE ELABORACIÓN: 18/08/2018				Pax:				
003	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:				
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Combinación		Otros					
N°	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO o TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL		
1	COSTILLAR AMERICANO	454	150	g	LAVADO	ASADO DE TIRA	COCCIÓN SECO	MARINADO/MARCADO	GENERO PRINCIPAL	4,00	1,32		
2	ORÉGANO	75	10	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07		
3	PIMIENTA	50	5	g	PESADO/MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05		
4	ROMERO	50	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	fritura	AROMATIZANTE	0,25	0,03		
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	0,50	0,03		
6	AJÍ	20	5	g	LAVADO/DESPEPITADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,10	0,03		
7	ACEITE maíz	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13		
8	ACHOTE EN GRANO	150	10	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	PIGMENTAR	0,15	0,01		
9	PAPA	454	150	g	LAVADO/PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,60	0,20		
10	LECHUGA	300	30	g	LAVADO/DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,05		
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO/LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO/DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,25	0,01		
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04		
15	ARROZ	454	30	g	LAVADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,65	0,04		
16	SAL	454	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,90	0,10		
17													
18													
19													
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el micon placer. 2.-Marinar el género cárnico . 3.-Marcar e costillas americano a una temperatura optimo 60-65 °C. 4.-Empezar con el emplatado 5.-Servir al comensal.										<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>		COSTO PAX	2,16
										COSTO VARIABLE	0,65		
										COSTO NETO	2,80		
										UTILIDAD	1,96		
										IVA 12%	0,57		
<b>T.V.T</b>	<b>5,33</b>												





 <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR												
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: PECHUGAS DE POLLO							FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	1	
004	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:			
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros				
N°	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO o TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL	
1	POLLO/PECHUGA	454	150	g	LAVADO	DESHEUADO	COCCIÓN SECO	MARINADO/MARCADO	GENERO PRINCIPAL	3,00	0,99	
2	ORÉGANO	75	10	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07	
3	PIMIENTA	50	5	g	PESADO/MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05	
4	ROMERO	50	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05	
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,07	
6	AJÍ	20	5	g	LAVADO/DESPEPITADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,05	
7	ACEITE	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13	
8	ACHOTE EN GRANO	150	10	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	PIGMENTAR	0,50	0,03	
9	PAPA	454	100	g	LAVADO/PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,70	0,15	
10	LECHUGA	300	30	g	LAVADO/DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,05	
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO/LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO/DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02	
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04	
15	ARROZ	454	30	g	LAVADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,65	0,04	
16	SAL	454	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,90	0,10	
17												
18												
19												
							<b>DISÑO MONTAJE TRADICIONAL TÍPICO:</b>			<b>COSTO PAX</b>	<b>1,90</b>	
										<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>0,57</b>	
										<b>COSTO NETO</b>	<b>2,47</b>	
										<b>UTILIDAD</b>	<b>1,73</b>	
										<b>IVA 12%</b>	<b>0,50</b>	
										<b>P.V.P</b>	<b>4,70</b>	
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el mien en place. 2.-Marinar el género cárneo. 3.-Marcar el pollo en la parrilla a una temperatura optimo 60-65 °C. 4.-Empezar con el emplatado 5. Servir al comensal.												

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b>            FACULTAD DE SALUD PÚBLICA            ESCUELA DE GASTRONOMÍA            FICHA DE RECETA ESTÁNDAR         </div> </div>												
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: PICAÑA DE RES				FECHA DE ELABORACIÓN:							# pax:
005	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:			
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros				
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISEN PLACE	CORTE	MÉTODO 6 TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL	
1	PICAÑA	454	150	g	LAVADO	FILET MIGNON	COCCIÓN SECO	MARINADO/MARCADO	GENERO PRINCIPAL	10,00	3,30	
2	ORÉGANO	75	10	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07	
3	PIMIENTA	50	5	g	PESADO MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05	
4	ROMERO	50	5	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05	
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,07	
6	AJÍ	20	5	g	LAVADO/DESPEPITADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,05	
7	ACEITE	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13	
8	ACHOTE EN GRANO	150	10	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	PICMENTAR	0,50	0,03	
9	PAPA	454	100	g	LAVADO/PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,70	0,15	
10	LECHUGA	300	30	g	LAVADO/DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,05	
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO/LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO/DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02	
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04	
15	SAL	454	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,90	0,10	
16												
17												
18												
19												
							DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:				COSTO PAX	4,17
											COSTO VARIABLE	1,25
											COSTO NETO	5,42
											UTILIDAD	3,79
											IVA 12%	1,11
											P.N.P	10,31
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.- Preparar el mien en place. 2.- Marinar el género cárneo. 3.- Marcar la picaña en la parrilla a una temperatura óptima 60-65°C. 4.- Empezar con el emplato. 5.- Servir al comensal.												

Código		NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: PINCHO DE LOMO Y CHORIZO							FECHA DE ELABORACIÓN: 18-8/2018		P pax: 1	
006		TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
CONSERVACIÓN N°:		Ambiente		X	Refrigeración		Congelación		Otros			
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO 4 TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL	
1	LOMO/ LOMO FINO	454	100	g	LIMPIAR-LAVADO	ESCALOPE	COCCIÓN SECO	MARINADO - MARCADO	GENERO PRINCIPAL	3,00	0,06	
2	ORÉGANO	44	5	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,06	
3	PIMIENTA	50	2	g	PESADO MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,02	
4	ROMERO	50	3	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,03	
5	AJO	150	8	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,05	
6	AJÍ	20	2	g	LAVADO - DESPEPTADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,02	
7	ACEITE	1000	40	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxxxxxx	2,50	0,10	
8	ACHOTE EN GRANO	150	4	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	PICMENTAR	0,50	0,01	
9	PAPA	454	80	g	LAVADO-PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,70	0,12	
10	LECHUGA	300	25	g	LAVADO-DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,04	
11	TOMATE	300	15	g	LAVADO-DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
12	CEBOLLA	300	10	g	PELADO-LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02	
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO-DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02	
14	VINAGRE	500	15	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,03	
15	SAL	454	35	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx		0,65	0,05	
16	CHORIZO	454	50	g	PESADO	xxxxxx	COCCIÓN SECO	MARCADO	GUARNICIÓN - PROTEINA	3,00	0,33	
17												
18												
19												
							DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL TÍPICO:				COSTO PAX	1,59
											COSTO VARIABLE	0,48
											COSTO NETO	2,07
											UTILIDAD	1,45
											IVA 12%	0,42
											P.V.P	3,94

PROCESO DE PREPARACIÓN:  
1.-Preparar el mien en place.  
2.-Marinar el género clemis y los embutidos.  
3.-Marcar el lomo y el chorizo a una temperatura optimo 60-65 ° al gusto del cliente el lomo.  
4.-Empezar con el emplatao  
5.-Servir al comensal.

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b>            FACULTAD DE SALES PÚBLICAS            ESCUELA DE GASTRONOMÍA            FICHA DE RECETA ESTÁNDAR         </div> </div>													
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: SÁNDWICH DE LOMO					FECHA DE ELABORACIÓN:					# pax:		
007	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:				
	CONSERVACIÓN N°:	Ambiente	X	Refrigeración		Complatación		Otros					
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO & TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL		
1	LOMO/LOMO FINO	454	100	g	LIMPIAR/LAVADO	ESCALOPE	COCCIÓN SECO	MARINADO - MARCADO	GENERO PRINCIPAL	3,00	0,66		
2	ORÉGANO	75	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,03		
3	PIPIENTA	50	2	g	PESADO/MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,02		
4	ROMERO	50	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05		
5	AJO	150	5	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,03		
6	AJÍ	20	3	g	LAVADO/DESPEPITADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,03		
7	ACEITE	1000	35	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,09		
8	ACHOTE EN GRANO	150	3	g	EXTRACCION PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	0,50	0,01		
9	PAN BAGUETTE	250	70	g	PESADO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	GUARNICIÓN - CHO	3,00	0,84		
10	LECHUGA	300	8	g	LAVADO/DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,01		
11	TOMATE	300	15	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
12	CEBOLLA	300	12	g	PELADO/LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02		
13	PEPINILLO	250	5	g	LAVADO/DESINFECTADO	VICKY O RONDELLE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,01		
14	VINAGRE	500	10	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,02		
15	SAL	454	20	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,65	0,03		
16													
17													
18													
19													
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el menú place. 2.-Marinar el género cárnico. 3.-Marcar el lomo a una temperatura óptimo 60-65 °C. 4.-Empezar con el emplátado 5.-Servir al comensal.										<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>		<b>COSTO PAX</b>	<b>1,88</b>
										<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>0,56</b>		
										<b>COSTO NETO</b>	<b>2,45</b>		
										<b>UTILIDAD</b>	<b>1,71</b>		
										<b>IVA 12%</b>	<b>0,50</b>		
<b>P.V.P</b>	<b>4,66</b>												

 <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR													
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: PINCHO DE POLLO							FECHA DE ELABORACIÓN:			# pix:	1	
008	TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:				
	CONSERVACIÓN:	Ambiente		X	Refrigeración	Congelación	Otros						
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO & TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL		
1	POLLO	454	80	g	LAVADO	DESHUESADO	COCCIÓN SECO	MARINADO - MARCADO	GENERO PRINCIPAL	1,15	0,20		
2	OREGANO	75	10	g	PESADO ESOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07		
3	PMIENTA	50	5	g	PESADO MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05		
4	ROMERO	50	5	g	PESADO ESOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05		
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,07		
6	AJI	20	5	g	LAVADO/DESPEPTADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,05		
7	ACEITE	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13		
8	ACHOTE	150	10	g	EXTRACCION PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	0,50	0,03		
9	PAPA	454	100	g	LAVADO PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,70	0,15		
10	LECHUGA	300	30	g	LAVADO DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,05		
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03		
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO DESINFECTADO	VIKY O RONDELE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02		
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04		
15	SAL	454	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,65	0,07		
16	CHORIZO	454	50	g	PESADO	xxxxxx	COCCIÓN SECO	MARCADO	GUARNICIÓN - PROTEINA	4,00	0,44		
17													
18													
19													
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el menú place. 2.-Marinar el género cárnico. 3.-Marcar el pollo en la parrilla a una temperatura optimo 60-65 °C. 4.-Empezar con el emplátado 5.-Servir al comensal.										<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>		<b>COSTO PAX</b>	1,48
										<b>COSTO VARIABLE</b>	0,44		
										<b>COSTO NETO</b>	1,92		
										<b>UTILIDAD</b>	1,35		
										<b>IVA 12%</b>	0,39		
<b>P.V.P</b>	3,66												

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO												
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA												
ESCUELA DE GASTRONOMÍA												
FICHA DE RECETA ESTÁNDAR												
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: SANWICH DE POLLO										# pers:	
009	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	FECHA DE ELABORACIÓN:		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:			
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	OTROS (especificar):					
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD REFERENCIAL DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO 6 TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL	
1	POLLO/PECHUGA	454	80	g	LAVADO	DESHUESADO	CONCENTRACIÓN SECO	MARINADO - MARCADO	GENERO PRINCIPAL	3,00	0,53	
2	ORÉGANO	75	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASA	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,03	
3	PIMIENTA	50	2	g	PESADO/MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,02	
4	ROMERO	50	5	g	PESADO/ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASA	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05	
5	AJO	150	5	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASA	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,03	
6	AJÍ	20	3	g	LAVADO/DESPITTADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,03	
7	ACEITE	1000	35	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,09	
8	ACHOTE EN GRANO	150	3	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	0,50	0,01	
9	PAN BAGUETTE	250	70	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - CHO	3,00	0,84	
10	LECHUGA	300	8	g	LAVADO/DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,01	
11	TOMATE	300	15	g	LAVADO/DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
12	CEBOLLA	300	12	g	PELADO/LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02	
13	PEPINILLO	250	5	g	LAVADO/DESINFECTADO	VIKY O RONDELE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,01	
14	VINAGRE	500	10	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,02	
15	SAL	454	20	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,65	0,03	
16												
17												
18												
19												
							<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>				COSTO PAX	1,75
											COSTO VARIABLE	0,53
											COSTO NETO	2,27
											UTILIDAD	1,59
											IVA 12%	0,44
											P.V.P	4,33

PROCESO DE PREPARACIÓN:  
1.-Preparar el mien place.  
2.-Marinar el género cárnicos.  
3.-Temperatura óptimo 60°C.  
4.-Empezar con el emplatado  
5.-Servir al comensal.

ESUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO												
FACULTAD DE SALES PÚBLICAS												
ESCUELA DE GASTRONOMÍA												
FICHA DE RECETA ESTÁNDAR												
Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: PINCHO MIXTO					FECHA DE ELABORACIÓN:					# pax:	
010	TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:			
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros				
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO & TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL	
1	POLLO	454	80	g	LAVADO	DESHUESADO	COCCIÓN SECO	MARINADO - MARINADO		1,15	0,20	
2	ORÉGANO	75	10	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,07	
3	PIMIENTA	50	5	g	PESADO MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,50	0,05	
4	AJINOMOTO	50	5	g	PESADO ESCOGIDO	xxxxxx	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	AROMATIZANTE	0,50	0,05	
5	AJO	150	10	g	PELADO	BRUNOISE	COCCIÓN EN MEDIO GRASO	FRITURA	SABORIZANTE	1,00	0,07	
6	AJÍ	20	5	g	LAVADO ESPELTADO	BRUNOISE	xxxxxx	xxxxxx	SABORIZANTE	0,20	0,05	
7	ACEITE	1000	50	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	2,50	0,13	
8	ACHOTE EN GRANO	150	10	g	EXTRACCIÓN PIGMENTO EN ACEITE	xxxxxx	xxxxxx	INFUSIÓN	xxxxxx	0,50	0,03	
9	PAPA	454	100	g	LAVADO PELADO	xxxxxx	COCCIÓN HUMEDA	HERVIDO	GUARNICIÓN - CHO	0,70	0,15	
10	LECHUGA	300	30	g	LAVADO DESINFECTADO	PAYSANNE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,05	
11	TOMATE	300	20	g	LAVADO DESINFECTADO	GAJOS	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
12	CEBOLLA	300	15	g	PELADO LAVADO	PLUMA	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,03	
13	PEPINILLO	250	10	g	LAVADO DESINFECTADO	VIKYO RONDELE	xxxxxx	xxxxxx	GUARNICIÓN - ENSALADA	0,50	0,02	
14	VINAGRE	500	20	ml	MEDIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ADEREZO ENSALADA	1,00	0,04	
15	SAL	454	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx		0,65	0,07	
16	CHORIZO	454	50	g	PESADO	xxxxxx	COCCIÓN SECO	MARCADO	GUARNICIÓN - PROTEINA	4,00	0,44	
17	LOMO LOMO FINO	2500	80	g	LIMPIAR LAVADO	ESCALOPE	COCCIÓN SECO	MARINADO - MARINADO	GÉNERO PRINCIPAL	20,00	0,64	
18												
19												
							DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL TÍPICO:					1,48
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.- Preparar el mismo plato. 2.- Marinar el género cárneo. 3.- Temperatura óptimo 60°C. 4.- Empezar con el emplátado 5.- Servir al emensal.										COSTO PAX	1,48	
										COSTO VARIABLE	0,44	
										COSTO NETO	1,92	
										UTILIDAD	1,35	
										IVA 12%	0,39	
			P.V.P	3,66								



ES CUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTÁNDAR



Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: JUGO DE NARANJA						FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:	1		
011	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	Otros				
N°	PRODUCTO	CANTIDAD DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO o TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL
1	NARANJA	400	100	g	LAVADO/PULPA	RODAJAS	CONGELACIÓN	xxxxxx	xxxxxx	1,00	0,25
2	AZÚCAR	100	15	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,90	0,14
3	AGUA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	MEDIDO	xxxxxx	HERVIDO	xxxxxx	xxxxxx		
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el micon place. 2.-Llevar la pulpa e incorporar el azúcar 3.-Tamizar 4.-Servir en un vaso							<b>DISÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>		COSTO PAX	0,39	
									COSTO VARIABLE	0,12	
									COSTO NETO	0,50	
									UTILIDAD	0,35	
									IVA 12%	0,10	
									P.V.P	0,95	





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**  
**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**  
**FICHA DE RECETA ESTÁNDAR**



Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: JUGO DEMORA CON FRESA						FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:	1		
012	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente		X	Refrigeración		Congelación	Otros			
N°-	PRODUCTO	CANTIDAD DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO 6 TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL
1	MORA	454	80	g	LAVADO/PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	1,00	0,18
2	FRESA	75	10	g	LAVADO/PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	1,00	0,13
3	AZUCAR	50	5	g	PESADO/MOLIDO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ENDULCARANTE	0,90	0,09
4	KIWI	200	25	G	PELADO/CORTADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	1,00	0,13
5	AGUA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	HERVIDO	Xxxxxx	Xxxxxx		
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el micon place. 2.-Licuar la pulpa e incorporar el azucar 3.-Tamizar 4.-Servir en un vaso							<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>		<b>COSTO PAX</b>	<b>0,52</b>	
									<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>0,16</b>	
									<b>COSTO NETO</b>	<b>0,68</b>	
									<b>UTILIDAD</b>	<b>0,48</b>	
									<b>IVA 12%</b>	<b>0,14</b>	
									<b>P.V.P</b>	<b>1,30</b>	



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**  
**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**  
**FICHA DE RECETA ESTÁNDAR**



Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: JUGO DE GUANABANA						FECHA DE ELABORACIÓN:			# pax:	1
013	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente		Refrigeración		Congelación		Otros			
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO ó TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL
1	GUANABANA	600	45	g	LAVADO/PULPA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	3,00	0,23
2	SANDIA	400	30	g	PELADO/PULPA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	2,00	0,15
3	FRESA	200	5	g	LAVADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,50	0,01
4	AZÚCAR	200	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	ENDULZANTE	0,90	0,23
5	AGUA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	MEDIDO	xxxxxx	HERVIDO	xxxxxx	xxxxxx		
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el micon place. 2.-Licnar la pulpa e incorporar el azucar 3.-Tamizar 4.-Servir en un vaso							<b>DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:</b>			COSTO PAX	0,61
										COSTO VARIABLE	0,18
										COSTO NETO	0,80
										UTILIDAD	0,56
										IVA 12%	0,16
							P.V.P	1,52			



ES CUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ES CUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTÁNDAR



Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: JUGO DE PIÑA						FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	1	
014	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	BERIDA	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros			
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO 6 TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL
1	PIÑA	454	40	g	LAVADO/PELADO	CUBOS GRANDES	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	2,00	0,18
2	AZUCAR	100	35	g	PESADO		xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,70	0,25
3	AGUA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	MEDIDO		xxxxxx	HERVIDA	xxxxxx		
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el micon place. 2.-Licnar la pulpa e incorporar el azucar 3.-Tamizar 4.-Servir en un vaso							DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:		COSTO PAX	0,42	
									COSTO VARIABLE	0,13	
									COSTO NETO	0,55	
									UTILIDAD	0,38	
									IVA 12%	0,11	
		P.V.P	1,04								



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTÁNDAR



Código	NOMBRE DE LAS PREPARACIONES: JUGO DE TOMATE						FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	1	
015	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA	OTROS (especificar):		CALORÍAS ESTIMADAS POR PAX:		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente		X	Refrigeración	Congelación	Otros				
N°	PRODUCTO	CANTIDAD DE COMPRA	CANTIDAD DE UTILIZACIÓN	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO o TIPO DE COCCIÓN	TÉCNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO REFERENCIAL	COSTO TOTAL
1	TOMATE	500	80	g	LAVADO/PELADO	CUBOS GRANDES	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	0,80	0,13
2	AZUCAR	200	50	g	PESADO	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	1,80	0,45
3	AGUA	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	MEDIDO	xxxxxx	HERVIDO	xxxxxx	xxxxxx		
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN:</b> 1.-Preparar el mien place. 2.-Licuar la pulpa e incorporar el azucar 3.-Tamizar 4.-Servir en un vaso							DISEÑO MONTAJE TRADICIONAL/TÍPICO:		COSTO PAX	0,58	
									COSTO VARIABLE	0,17	
									COSTO NETO	0,75	
									UTILIDAD	0,53	
									IVA 12%	0,15	
							P.V.P	1,43			

ANEXO C: CARTA MENÚ

**Resto Bar Grill Picaña**

*Resto Bar Grill Picaña*

**MENU**

Chuleta, Costillas De Cerdo BBQ, Lomo, Picaña

Pechuga de Pollo, Pincho de pollo, Pincho mixto, Pechuga de Pollo

Sándwich de lomo, Sándwich de pollo, Pinchos de Lomo

Jugo de Naranja

Jugo de Guanábana

Jugo de piña

Jugo de Mora con Fresa

Jugo de Tomate

*Mónica Tierra*  
GERENTE GENERAL

RESTO BAR GRILL PICAÑA

0961871466

monicatierra.07@gmail.com

Anexos D: **Manual**

DATOS DE LA EMPRESA .....	127
MISION .....	63
VISION .....	64
POLITICAS Y ESTRATEGIAS.....	64
ORGANIGRAMA FUNCIONAL .....	77
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	78
NORMAS GENERALES .....	129
GENERALIDADES .....	130
AREA DE BODEGA.....	131
AREA DE COCINA .....	33
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS .....	33
ÁREA DE SERVICIO .....	36
ATENCIÓN AL CLIENTE .....	37

## DATOS DE LA EMPRESA

### MISIÓN

PICANA es un Resto Bar Grill dedicado a la elaboración de alimentos y capaz de brindar el mejor servicio, del más alto nivel utilizando la materia prima y talento humano del Cantón Riobamba, que con la ayuda de sus empleados y colaboradores será capaz de cumplir con los mejores estándares del arte culinario.

### VISIÓN

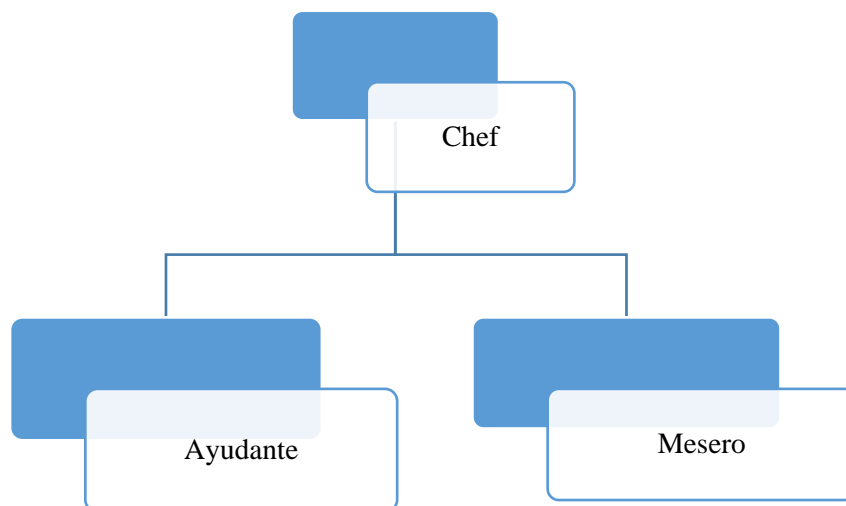
Ser una empresa altamente competitiva, líder en la alimentación, servicio y expandirse a nivel nacional mediante franquicias cumpliendo con las exigencias de los clientes que siempre buscan productos de calidad y un buen trato.

### POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS

Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recepción del personal que cumpla con las capacidades y normas mínimas que tenga una experiencia o formación de acuerdo al puesto que va ocupar dentro del establecimiento.</li><li>• Mantener constantemente en capacitación a todo el personal que labora en las diferentes áreas, para garantizar la motivación dentro del equipo de trabajo, llevando así a otro nivel el servicio y los productos que va ofrecer la empresa hacia el mercado</li><li>• Estar periódicamente actualizado a las nuevas tendencias gastronómicas para aplicar dentro del establecimiento.</li><li>• Tener un sistema de comandas o una comunicación en cada área de trabajo, así promover un ambiente agradable en el ámbito laboral y no tener ningún conflicto en la producción como en el servicio.</li><li>• Ser claros y eficaces al momento de resolver y responder alguna duda o inconveniente que surja durante el servicio.</li></ul>
Imagen de la empresa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizar métodos de mitigación para todo tipo de contaminación que se produzca dentro y fuera de las instalaciones del establecimiento como son residuos orgánicos e inorgánicos.</li><li>• Aplicar métodos y técnicas de reciclaje para la clasificación de residuos y de esta manera generar un menor impacto ambiental.</li></ul>

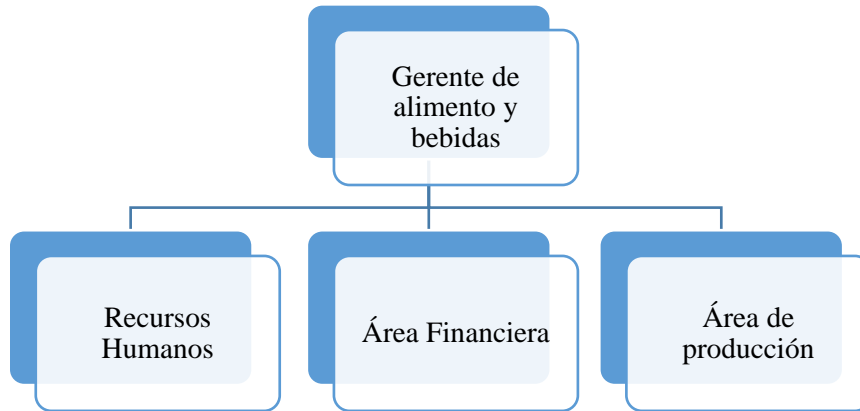
Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar un plan de marketing donde se dará a conocer la empresa, como son las instalaciones y sobre todo los productos que se van ofrecer en él con la ayuda de distintos medios de comunicación.</li> <li>• Hacer uso de las redes sociales para que conozcan los productos ofertados.</li> </ul>
Productos ofertados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar platillos propios utilizando técnicas culinarias, innovando en la preparaciones con platos únicos en el mercado.</li> <li>• Utilizar ingredientes que permitan que nuestras preparaciones sean únicas y mejores en el mercado.</li> </ul>
Materia prima	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener convenios con los proveedores directos y asegurar que la materia prima este en óptimas condiciones según los requerimientos establecidos.</li> <li>• Saber identificar a los proveedores con experiencia en la entrega de materia prima a los establecimientos gastronómicos.</li> <li>• Tener convenios con proveedores directos que nos garantizan el abastecimiento y poder abaratar los costos de los productos</li> <li>• Tener control de las características organolépticas de la materia prima.</li> </ul>

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL





## ORGANIGRAMA FUNCIONAL



## NORMAS GENERALES

Las normas generales que se expondrán los empleados tendrán que cumplir mientras laboren en la empresa.

- Horario de trabajo es de 8 horas al día y si en caso que se trabajara después de la hora establecida se debe remunerar las horas extras.
- Los empleados que laboran en el establecimiento deberán estar 10 minutos de anticipación.
- Los días que funcionara el establecimiento será de lunes a sábado y el los días de feriado se atenderá según los días establecidos.
- Los permisos se debe realizar por medio de un oficio con de 72 de anticipación.
- En caso de faltar al trabajo por alguna situación ya sea por enfermedad presentar un certificado médico.
- La entrada y salida de la empresa se debe hacer sin ninguna vestimenta que pertenezca a la empresa.

## GENERALIDADES

### Lavado de manos

## ¿Cómo lavarse las manos?

¡Lávese las manos solo cuando estén visiblemente sucias! Si no, utilice la solución alcohólica

**Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos**

<b>0</b>  Mójese las manos con agua;	<b>1</b>  Deposite en la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos;	<b>2</b>  Frótese las palmas de las manos entre sí;
<b>3</b>  Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;	<b>4</b>  Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;	<b>5</b>  Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;
<b>6</b>  Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrápiendolo con la palma de la mano derecha y viceversa;	<b>7</b>  Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;	<b>8</b>  Enjuáguese las manos con agua;
<b>9</b>  Séquese con una toalla desechable;	<b>10</b>  Sirvase de la toalla para cerrar el grifo;	<b>11</b>  Sus manos son seguras.

Organización Mundial de la Salud | Seguridad del Paciente | SAVE LIVES Clean Your Hands



Fuente: <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/infografias/lavado-manos>

### Desinfección de manos

## ¿Cómo desinfectarse las manos?

¡Desinfectese las manos por higiene! Lávese las manos solo cuando estén visiblemente sucias

**Duración de todo el procedimiento: 20-30 segundos**

<b>1a</b>  Deposite en la palma de la mano una dosis de producto suficiente para cubrir todas las superficies;	<b>1b</b>  Deposite en la palma de la mano una dosis de producto suficiente para cubrir todas las superficies;	<b>2</b>  Frótese las palmas de las manos entre sí;
<b>3</b>  Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;	<b>4</b>  Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;	<b>5</b>  Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;
<b>6</b>  Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrápiendolo con la palma de la mano derecha y viceversa;	<b>7</b>  Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;	<b>8</b>  Una vez secas, sus manos son seguras.

Organización Mundial de la Salud | Seguridad del Paciente | SAVE LIVES Clean Your Hands



Fuente: <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/infografias/lavado-manos>

## ÁREA DE BODEGA

### Recepción de materia prima

RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	
1	La entrega debe ser en las horas en horas que no exista movimiento.
2	Planificar la recepción de los productos, asegurando un lugar disponible para almacenarlo.
3	Verificar las características organolépticas de cada producto.
4	Verificar las temperatura que debe estar los alimentos como son conservación en congelación, refrigeración o en caliente.
5	los alimentos al momento de almacenar de ser perecederos y no perecederos.
6	Verificar las fechas de caducidad

Fuente: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/IE-E.2.2-EST-42-Evaluacio%CC%81n-Restaurantes-Cafeterias-v1.0.pdf>

### Temperatura de la carne

Para poder conservar mejor las carnes se debe tomar en cuenta la temperatura y las características para poder garantizar la calidad.

TIPO DE CARNE	CARACTERÍSTICAS CARNE FRESCA	TEMPERATURAS		CARACTERÍSTICAS CARNE EN MAL ESTADO
		FRESCO	CONGELADO	
CARNE DE RES	Debe ser rojo vivo a oscuro no tiene olor raro y la carne es firme y elástica	5 °C	-18°C	Presenta descoloramientos amarillos, verdosos o negros, manchas violeta, textura babosa, pegajosa.
CARNE CORDERO	Debe ser de color rojo claro, no tiene olor raro y la carne es firme y elástica	5 °C	-18°C	
CARNE DE CERDO	Debe ser de color rosado claro y la grasa es blanca, no tiene olor raro y la carne es firme y elástica	5 °C	-18°C	
CARNE DE POLLO Y DE AVES DE CORRAL	Debe ser de color claro con piel amarilla o blanca, no tiene olor raro y la carne es firme y elástica	5 °C	-18°C	Presenta pegajosidad debajo de las alas y en las articulaciones, carne blanda, color violáceo o verdoso, decoloración verde alrededor del cuello, puntas de las alas ennegrecidas o cualquier olor sospechoso.

Fuente: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/IE-E.2.2-EST-42-Evaluacio%CC%81n-Restaurantes-Cafeterias-v1.0.pdf>

Al momento de almacenar cualquier alimento se debe primero conocer cuáles son las características del producto para su almacenamiento, teniendo en cuenta las fechas de caducidad.

<b>TABLA DE ALMACENAMIENTO EN REFRIGERADOR Y CONGELADOR</b>					
<p>Estos límites de tiempo breves pero seguros ayudarán a mantener los alimentos refrigerados a 40° F (4° C), para que no se echen a perder ni sean peligrosos. Dado que las fechas de los productos no constituyen una guía para el uso seguro de dichos productos, consulte esta tabla y siga los siguientes consejos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compre el producto antes de la fecha "vender antes del" o la fecha de vencimiento.</li> <li>• Siga las recomendaciones de manipulación incluidas en el producto.</li> <li>• Mantenga la carne de res y el pollo en el envase hasta el momento de usarla.</li> <li>• Si congela carne de res y el pollo en el envase original durante más de 2 meses, cúbralos con un papel aluminio hermético resistente, envoltorio plástico o con papel para congelador; o bien coloque el envase dentro de una bolsa de plástico.</li> </ul> <p>Dado que congelar alimentos a una temperatura de 0° F (-18° C) los mantiene seguros por tiempo indefinido, los siguientes tiempos de almacenamiento recomendados se proporcionan sólo por motivos de calidad.</p>					
<b>Producto</b>	<b>Refrigerador</b>	<b>Congelador</b>	<b>Product</b>	<b>Refrigerator</b>	<b>Freezer</b>
<b>Huevos</b>			<b>Sopas y guisos</b>		
Frescos, con cáscara	3 - 5 semanas	No congelar	Con verduras o carne de res y mezclas de estos alimentos	3 - 4 días	2 - 3 meses
Yemas y claras crudas	2 - 4 días	1 año	<b>Tocino y salchichas</b>		
Duros	1 semana	No se congelan bien	Tocino	7 días	1 mes
Huevos pasteurizados líquidos o sustitutos de huevos			Salchichas, carne cruda de cerdo, res, pollo o pavo	1 - 2 días	1 - 2 meses
abiertos	3 días	No congelar	Salchichas ahumadas para desayuno, hamburguesas	7 días	1 - 2 meses
cerrados	10 días	1 año	<b>Carne de res fresca (Carne de res, ternera, cordero y cerdo)</b>		
<b>Comidas listas para calentar, guisos congelados</b>			Bistecs	3 - 5 días	6 - 12 meses
Mantenerlos congelados hasta el momento de calentarlos		3 - 4 meses	Chuletas	3 - 5 días	4 - 6 meses
<b>Productos de flambtería y envasados al vacío</b>			Carne para asar	3 - 5 días	4 - 12 meses
Ensaladas con huevos, pollo, atún, jamón, macarrones preparadas en la tienda (o en el hogar)	3 - 5 días	No se congelan bien	Interiores (lengua, riñones, hígado, corazón, tripas)	1 - 2 días	3 - 4 meses
Chuletas de cerdo y de cordero prerrellenas, pechugas de pollo rellenas c/aderezo	1 día	No se congelan bien	<b>Sobras de carne de res</b>		
Comidas rápidas preparadas en la tienda	3 - 4 días	No se congelan bien	Carne de res cocida y platos de carne de res	3 - 4 días	2 - 3 meses
Comidas envasadas al vacío de marcas comerciales con sello del USDA, cerradas	2 semanas	No se congelan bien	Salsa y caldo de carne	1 - 2 días	2 - 3 meses
<b>Hamburguesas, carne molida y carne para guiso crudas</b>			<b>Carne de pollo fresca</b>		
Hamburguesas y carne para guiso	1 - 2 días	3 - 4 meses	Pollo o pavo, entero	1 - 2 días	1 año
Pavo, ternera, cerdo y cordero molidos	1 - 2 días	3 - 4 meses	Pollo o pavo, presas	1 - 2 días	9 meses
<b>Jamón, carne de res en conserva</b>			Menudos	1 - 2 días	3 - 4 meses
Carne de res en conserva en bolsa en escabeche	5 - 7 días	Escurrida, 1 mes	<b>Sobras de pollo cocido</b>		
Jamón, en lata, con etiqueta "Mantener refrigerado" (Keep Refrigerated), cerrado	6 - 9 meses	No congelar	Pollo frito	3 - 4 días	4 meses
abierto	3 - 5 días	1 - 2 meses	Platos de pollo cocido	3 - 4 días	4 - 6 meses
Jamón, bien cocido, entero	7 días	1 - 2 meses	En trozos, sin condimentos	3 - 4 días	4 meses
Jamón, bien cocido, mitad	3 - 5 días	1 - 2 meses	Trozos cubiertos con caldo, salsa	3 - 4 días	6 meses
Jamón, bien cocido, rebanadas	3 - 4 días	1 - 2 meses	Trocitos de pollo, hamburguesas de pollo	3 - 4 días	1 - 3 meses
<b>Salchichas y fiambres (en envoltorio para congelador)</b>			<b>Pescados y mariscos</b>		
Salchichas, envase abierto	1 semana	1 - 2 meses	Pescados magros	1 - 2 días	6 - 8 meses
envase cerrado	2 semanas	1 - 2 meses	Pescados grasos	1 - 2 días	2 - 3 meses
Fiambres, envase abierto	3 - 5 días	1 - 2 meses	Pescado cocido	3 - 4 días	4 - 6 meses
envase cerrado	2 semanas	1 - 2 meses	Pescado ahumado	14 días	2 meses
			Camarones, ostiones, langosta y calamares frescos	1 - 2 días	3 - 6 meses
			Pescados enlatados (Productos de despensa, 5 años)	después de abrir	fuera de la lata
				3 - 4 días	2 meses

Fuente: <https://www.fda.gov/downloads/Food/FoodborneIllnessContaminants/UCM148133.pdf>

En el establecimiento se debe tener fichas como: de la distribución de mercado esta ficha utiliza bodega como también en cocina y servicio con las respectivas cantidades a utilizar en el día laborable, registros de entrega de mercancía se utiliza las PEPS (primero en entrar primero en salir) esta ficha utiliza en la área de cocina y registro de control de temperatura es muy







REGISTRO DE CONTROL DE TEMPERATURA						
Cámara:			Mes:	Año:		
Día	T°	Firma		Día	T°	Firma
01				01		
02				02		
03				03		
04				04		
05				05		
06				06		
07				07		
08				08		
09				09		
10				10		
11				11		
12				12		
13				13		
14				14		
15				15		
16				16		
17				17		
18				18		
19				19		
20				20		
21				21		
22				22		
23				23		
24				24		
25				25		
<b>CHEF EJECUTIVO</b>			<b>OBSERVACIONES</b>			



## **ÁREA DE COCINA**

En el área de cocina se debe seguir normas de higiene al momento del ingreso como son:

- El uniforme completo.
- Utilizar el uniforme limpio durante la jornada de trabajo.
- Limpieza del área de trabajo y de los equipos y utensilios que ocupa al momento que está laborando.
- No utilizar aretes
- Tener uñas cortas
- Cabello bien recogido en caso de las mujeres y hombres bien afeitados.
- Tener un aseo personal a diario.
- Limpieza de la parrilla.

En el área de cocina se debe tener normas de seguridad.

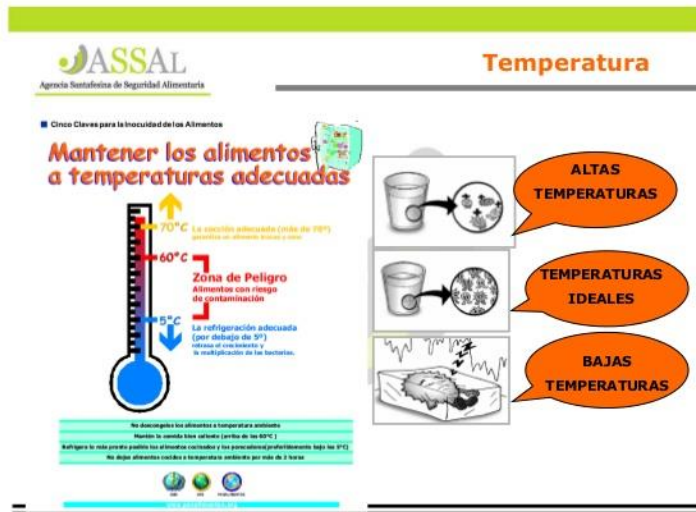
- Siempre después de la jornada de trabajo dejar cerrando los conductos de gas.
- Desconectar todos los equipos que se utiliza en la jornada de trabajo excepto los que sean necesario en caso de los congeladores.
- Tener siempre limpio los pisos y secos.
- Tener una comunicación en todas las áreas de trabajo para evitar accidentes.

## **MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS**

En la manipulación de alimentos se debe tomar en cuenta los parámetros que se debe seguir al momento de su elaboración evitando así una contaminación ya sea química, física y biológica.

También existe tipos de contaminación como: la contaminación primaria se da en la producción por un mal manejo, la contaminación secundaria se puede dar por contacto de una persona ya sea sudor saliva etc, y la contaminación cruzada por alimentos contaminados por un agente patógeno o también por algún utensilio.

## Temperatura de los alimentos



Fuente: <https://es.slideshare.net/luismasin/curso-manipulador-alimentos-48226823>

Métodos de descongelación	
Refrigeración	Retirar del congelador la cantidad del producto que se vaya a utilizar y colocar en la parte inferior del enfriador hasta que este un 5°C sin entrará en la zona de peligro.
Chorro de agua	Se utiliza en piezas pequeñas para evitar el gasto de agua.
Cocción	Este método se utiliza en verduras, carnes entre otros como en productos pequeños al momento de la elaboración de un plato.
Horno microondas	Debido a la rapidez de su descongelamiento, el uso de este método es eficiente siempre y cuando la cocción del producto sea inmediata.

Fuente: <http://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>

Temperatura de alimentos completamente cocinados

# Cocinar completamente los alimentos



**Cocina completamente los alimentos, especialmente las carnes, pollos, huevos y pescados**

Hierve los alimentos como sopas y guisos para asegurarte que alcanzaron 70°C.

Para las carnes rojas y pollos cuida que los jugos sean claros y no rosados.

Es recomendable el uso de termómetros

Recalienta completamente la comida cocinada. Asegúrate que su interior alcance los 70°C.

Fuente: <https://docplayer.es/13467068-Manual-de-buenas-practicas-de-manipulacion-de-alimentos.html>

Cuando se prepara los alimentos se deberá seguir la receta estándar, donde constarán los ingredientes las cantidades y la temperatura de cada producto.



