



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE ASADOS, UTILIZANDO MARINADAS Y ADEREZOS CÍTRICOS, EN EL CANTÓN DE SALCEDO, 2018”

TRABAJO DE TITULACIÓN:

TIPO: EMPRENDIMIENTOS

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTOR: DENNIS FABRICIO CHILUISA ANGULO

TUTOR: ING. GIOVANNY LENIN HARO SOSA

Riobamba – Ecuador

2019

©2018, Dennis Fabricio Chiluisa Angulo

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Titulación: modalidad Emprendimientos, titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE ASADOS, UTILIZANDO MARINADAS Y ADEREZOS CÍTRICOS, EN EL CANTÓN DE SALCEDO, 2018**”, de responsabilidad del señor Dennis Fabricio Chiluisa Angulo, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizado su presentación.

Tribunal:

FIRMA

Ing. Giovanni Lenin Haro Sosa

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Lcda. Andrea Estefanía Fierro Ricaurte

MIEMBRO DE TRIBUNAL

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

ANALISTA DE BIBLIOTECAS 1



Yo Dennis Fabricio Chiluisa Angulo con cédula de identidad 050403920-7 soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este proyecto de titulación perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Dennis Chiluisa

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un agradecimiento profundo a mi madre, por el esfuerzo y apoyo incondicional brindado para lograr así culminar mi carrera de estudios.

Agradezco también a mis tíos: Martha, Agustín, a mi hermano Jordan y a mi abuelita Zoila por estar presentes en cada momento ya que han sido mi soporte, compañía y motivación durante todo el transcurso de vida estudiantil.

Mi agradecimiento también va dedicado a mis maestros de la Escuela de Gastronomía de la ESPOCH, ya que gracias a sus conocimientos brindados hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia dedicación y experiencia; y de igual forma a las autoridades por formar parte de todo este proceso y lograr así culminar con éxito una meta importante en mi vida.

Dennis Chiluisa

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico principalmente a mi madre por ser un ejemplo a seguir en mi vida, por cada consejo brindado a lo largo de mi carrera. A mi hijo Maikel por ser mi fortaleza para seguir adelante y lograr cumplir cada una de mis metas propuestas, de igual manera a todas aquellas personas que de una u otra forma fueron partícipes en la realización de esta tesis, gracias a todos ustedes se alcanzó este logro tan anhelado.

Dennis Chiluisa

RESUMEN

El presente trabajo de titulación presenta el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación del establecimiento de parrilladas Beef & Burger, utilizando marinadas y aderezos cítricos, en el cantón de Salcedo, provincia de Cotopaxi. Los estudios utilizados para desarrollar el proyecto son los siguientes: el estudio de mercado, mediante el cual se realizó la aplicación de las encuestas a los ciudadanos del Cantón Salcedo, conociendo de esta forma la existencia de un 98% de aceptabilidad para implementación del local; en el estudio técnico se determinó el tamaño del local, la capacidad de producción que es de 99 productos diarios, se estableció el formato de receta estándar que se va a utilizar; en el estudio administrativo y legal se estableció las funciones para cada una de las áreas, así como se analizó todos los permisos que se necesitará para implementar el local; por otra parte en el estudio financiero se establecieron los presupuestos y evaluaciones necesarias para desarrollar el emprendimiento, obteniendo de esta forma una inversión total de 22 170,16. Conforme a los indicadores financieros se obtienen los siguientes resultados: un VAN positivo de \$14 229,54, mientras que el TIR tiene un porcentaje de 35%, la relación beneficio costo es de \$1,51 y el periodo de recuperación de la inversión se dará en 2 años, 3 meses y 13 días. Mediante los resultados obtenidos de los diferentes estudios se concluye que el proyecto es totalmente viable para la creación, la importancia del proyecto consiste en brindar al cliente un producto distinto y de calidad, incentivando a la población el consumo del género cárnico en combinación con marinadas cítricas.

Palabras clave: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MEDICAS>, < GASTRONOMÍA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <MARINADAS CÍTRICAS>, <CULTURA GASTRONÓMICA>, <PARRILLADA>, < SALCEDO (CANTÓN)>.



SUMMARY

The present titration work presents the development of a feasibility study for the creation of the Beef & Burger barbeque establishment, using marinated and citrus seasonings, in the canton of Salcedo, province of Cotopaxi. The studies used to develop the project are the following: the study of the market, through which the application of the surveys to the citizens of Canton Salcedo was carried out, knowing this way the existence of 98% of acceptability for the implementation of the premises; in the technical study, the size of the premises was determined, the production capacity is 99 products per day, the standard recipe format was established; in the administrative and legal study, the functions were established for each of the areas, as well as all the permits that will be needed to implement the premises were analyzed; on the other hand, the financial study established the budgets and evaluations necessary to develop the enterprise, obtaining a total investment of 22 170.16. According to the financial indicators, the following results are obtained: a positive VAN of \$ 14 229.54, while the TIR has a percentage of 35%, the cost-benefit ratio of \$ 1.51 and the period of investment recovery will be given in 2 years 3 months and 1 day. Through the results obtained from the different studies, it is concluded that the project is totally viable for the creation, the importance of the project is to provide the client with a different and quality product, encouraging the population the consumption of meat in combination with citrus marinades.

Keywords: <TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCE>, <GASTRONOMY>
<FEASIBILITY STUDY> <CITRUS MARINES>. <GASTRONOMIC CULTURE>,
<SALCEDO (CANTON)>



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	vi
SUMMARY	vii
CAPITULO I	
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. Tema	1
1.2. Introducción	1
1.3. Objetivos.....	2
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	2
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	2
CAPÍTULO II	
2. BASES TEÓRICAS	3
2.1. Marco teórico	3
2.1.1. <i>Asados</i>	3
2.1.1.1. <i>El asado costumbre del hombre</i>	3
2.1.1.2. <i>Historia del asado</i>	3
2.1.1.3. <i>Los primeros asados</i>	4
2.1.1.4. <i>La evolución del asado criollo</i>	4
2.1.1.5. <i>Como encender el fuego</i>	4
2.1.2. Parilla	5
2.1.2.1. <i>Definición</i>	5
2.1.2.2. <i>Las primeras parrillas sólidas</i>	5
2.1.2.3. <i>Diferentes tipos de parrillas y asadores</i>	6
2.1.2.4. <i>El asado vertical</i>	6
2.1.2.5. <i>Parrilla circular</i>	6
2.1.2.6. <i>El asado a gas</i>	7
2.1.2.7. <i>Contenedor de fondo plano</i>	7
2.1.2.8. <i>Parrilla en V</i>	7
2.1.2.9. <i>Parrilla a la estaca o al asador</i>	7
2.1.2.10. <i>Parrillas de fondo ferroso</i>	8
2.1.3. Utensilios	8
2.1.3.1. <i>Cuchillos</i>	8
2.1.3.2. <i>Tablas de cortar</i>	8
2.1.3.3. <i>Trinche o tenedor</i>	8
2.1.3.4. <i>Pincel o cuchara de salsas</i>	9

2.1.3.5.	<i>Pinzas y espátula</i>	9
2.1.3.6.	<i>Chaira</i>	9
2.1.3.7.	<i>Fuentes varias</i>	9
2.1.3.8.	<i>Higiene y seguridad</i>	9
2.1.4.	<i>Carne</i>	10
2.1.4.1.	<i>Historia</i>	10
2.1.4.2.	<i>Definición</i>	10
2.1.4.3.	<i>Características organolépticas</i>	10
2.1.4.4.	<i>Color</i>	11
2.1.4.5.	<i>Terneza</i>	11
2.1.4.6.	<i>Jugosidad</i>	11
2.1.4.7.	<i>Sabor</i>	12
2.1.4.8.	<i>Características de las distintas carnes: vacuno, porcino y aves</i>	12
2.1.4.9.	<i>Clasificación</i>	13
2.1.4.10.	<i>Clasificación de cortes</i>	13
2.1.5.	<i>Marinados y adobos</i>	17
2.1.5.1.	<i>Condimentos</i>	17
2.1.5.2.	<i>Conservación de especias</i>	18
2.1.5.3.	<i>Especias</i>	18
2.1.5.4.	<i>Frutas cítricas</i>	19
2.2.	<i>Marco conceptual</i>	22
CAPÍTULO III		
3.	<i>METODOLOGÍA</i>	24
3.1.	<i>Tipo y diseño de la investigación</i>	24
3.1.1.	<i>Investigación no experimental</i>	24
3.1.2.	<i>Investigación descriptiva</i>	24
3.1.3.	<i>De campo o directa</i>	25
3.2.	<i>Técnicas de recolección de datos</i>	25
3.2.1.	<i>Técnica cuantitativa</i>	25
3.2.2.	<i>Técnica cualitativa</i>	25
3.2.3.	<i>Instrumento</i>	25
3.3.	<i>Fuentes de investigación</i>	25
3.3.1.	<i>Fuentes primarias</i>	25
3.3.2.	<i>Fuentes secundarias</i>	26
3.4.	<i>Segmento de mercado</i>	26
3.5.	<i>Universo</i>	26
3.6.	<i>Muestra</i>	27

3.7.	Tabulación y análisis de resultados	28
CAPÍTULO IV		
4.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	42
4.1.	Identificación de la idea.....	43
4.1.1.	<i>Lluvia de ideas</i>	43
4.1.2.	<i>Justificación</i>	44
4.1.3.	<i>Nombre del emprendimiento.....</i>	45
4.1.4.	<i>Descripción del emprendimiento</i>	45
4.1.4.1.	<i>Misión.....</i>	45
4.1.4.2.	<i>Visión.....</i>	45
4.1.4.3.	<i>Políticas y estrategias.....</i>	46
4.1.4.4.	<i>Valores y principios.....</i>	46
4.1.4.5.	<i>Distingos y ventajas competitivas</i>	47
4.1.5.	<i>Aplicación del FODA.....</i>	47
4.2.	Estudio de mercado	48
4.2.1.	<i>Demanda</i>	49
4.2.4.	<i>Mix de mercado.....</i>	52
4.2.4.1.	<i>Producto</i>	52
4.2.4.2.	<i>Precio</i>	54
4.2.4.3.	<i>Plaza o distribución.....</i>	54
4.2.4.4.	<i>Promoción</i>	54
4.2.5.	<i>Análisis del sector</i>	55
4.2.6.	<i>Cargos y funciones del área comercial.....</i>	55
4.3.	Estudio técnico	58
4.3.1.	<i>Determinación del tamaño.....</i>	58
4.3.2.	<i>Capacidad del emprendimiento</i>	59
4.3.3.	<i>Localización</i>	60
4.3.4.	<i>Proceso de producción</i>	60
4.3.4.1.	<i>Diagrama de flujo.....</i>	62
4.3.4.2.	<i>Receta estándar</i>	65
4.3.5.	<i>Requerimiento humano</i>	66
4.3.6.	<i>Diseño de la planta.....</i>	68
4.3.7.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	69
4.3.7.1.	<i>Materia prima.....</i>	71
4.3.7.2.	<i>Mano d obra directa</i>	72
4.3.7.3.	<i>Costos indirectos de fabricación.....</i>	72
4.3.8.	<i>Determinación de activos fijos para producción</i>	72

4.3.9.	<i>Programa pre-operativo</i>	73
4.4.	Estudio administrativo legal y ambiental	73
4.4.1.	Organización	73
4.4.1.1.	<i>Organigrama estructural</i>	73
4.4.1.2.	<i>Organigrama funcional</i>	74
4.4.1.3.	<i>Proceso de selección y contratación de talento humano</i>	75
4.4.1.4.	<i>Manual de funciones</i>	76
4.4.2.	Marco legal	76
4.4.3.	Permisos requeridos para su funcionamiento	79
4.4.4.	Mitigar el impacto ambiental	79
4.4.4.1.	<i>Acciones remediales</i>	80
4.5.	Estudio financiero	81
4.5.1.	Análisis de la inversión	81
4.5.1.1.	<i>Fuentes y usos</i>	82
4.5.2.	Presupuestos	83
4.5.2.1.	<i>Presupuesto de costos de producción</i>	83
4.5.2.2.	<i>Presupuesto de gastos de administración</i>	83
4.5.2.3.	<i>Presupuestos de gastos de ventas</i>	84
4.5.3.	Estados de ganancias y pérdidas	84
4.5.4.	Estado de situación financiera	85
4.5.5.	Estado de flujo del efectivo	86
4.5.6.	Evaluación financiera	87
4.5.7.	Evaluación social	90
4.5.8.	Evaluación ambiental	90
	CONCLUSIONES	91
	RECOMENDACIONES	92
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Segmento de mercado	26
Tabla 2-3: Análisis de la pregunta 1	28
Tabla 3-3: Análisis de resultados pregunta 2	29
Tabla 4-3: Análisis de resultados pregunta 3	30
Tabla 5-3: Análisis de resultados pregunta 4	31
Tabla 6-3: Análisis de resultados pregunta 5	32
Tabla 7-3: Análisis de resultados pregunta 6	33
Tabla 8-3: Análisis de resultados pregunta 7	34
Tabla 9-3: Análisis de resultados pregunta 8	35
Tabla 10-3: Análisis de resultados pregunta 9	36
Tabla 11-3: Análisis de resultado pregunta 10	37
Tabla 12-3: Análisis de resultados pregunta 11	38
Tabla 13-3: Análisis de resultados pregunta 12	39
Tabla 14-3: Análisis de resultados pregunta 13	40
Tabla 15-3: Análisis de resultados pregunta 14	41
Tabla 1-4: Lluvia de ideas	42
Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea	43
Tabla 3-4: Valores de evaluación de la idea	44
Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento	45
Tabla 5-4: Valores de evaluación del nombre	45
Tabla 6-4: Políticas y estrategias	46
Tabla 7-4: Distingos y ventajas competitivas	47
Tabla 8-4: Analisis FODA	47
Tabla 9-4: Identificación de la población de estudio	48
Tabla 10-4: Crecimiento poblacional	48
Tabla 11-4: Demanda	49
Tabla 12-4: Oferta proyectada	50
Tabla 13-4: Demanda insatisfecha	51
Tabla 14-4: Profesiograma del área comercial	56
Tabla 15-4: Muebles y enseres del área comercial	57
Tabla 16-4: Cosos del área comercial	57
Tabla 17-4: Determinación del tamaño de planta	58
Tabla 18-4: Capacidad de planta	59

Tabla 19-4: Receta estándar	65
Tabla 20-4: Ficha profesiográfica del parrillero	66
Tabla 21-4: Ficha profesiográfica del cocinero	67
Tabla 22-4: Costos de servicios básicos	69
Tabla 23-4: Combustible	69
Tabla 24-4: Costos de mantenimiento	70
Tabla 25-4: Depreciación de activos fijos	70
Tabla 26-4: Materia prima	71
Tabla 27-4: Sueldo administrativo producción.....	72
Tabla 28-4: Sueldo de ventas	72
Tabla 29-4: CIF.....	72
Tabla 30-4: Determinación de activos fijos.....	72
Tabla 31-4: Gastos de experimentación	73
Tabla 32-4: Gastos de constitución	79
Tabla 33-4: Mitigar impactos ambientales	80
Tabla 34-4: Inversión del proyecto	81
Tabla 35-4: Fuentes y usos.....	82
Tabla 36-4: Presupuesto de costos de producción	83
Tabla 37-4: Presupuesto de gastos de administración	83
Tabla 38-4: Presupuesto de gastos de ventas.....	84
Tabla 39-4: Estados de ganancias y pérdidas	84
Tabla 40-4: Estado de situación financiera.....	85
Tabla 41-4: Estado del flujo del efectivo.....	86
Tabla 42-4: Flujo neto del efectivo	87
Tabla 43-4: Valor actual neto.....	87
Tabla 44-4: Tasa interno de retorno	87
Tabla 45-4: Periodo de recuperación.....	88
Tabla 46-4: Punto de equilibrio.....	88
Tabla 47-4: Tabla del punto de equilibrio	89
Tabla 48-4: Relación beneficio costo	90
Tabla 49-4: Evaluación social	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Divisiones del buey o vaca.....	14
Figura 2-2: Cerdo despiezado	15
Figura 1-4: Logo de la empresa	53
Figura 2-4: Identificación corporativa.....	54
Figura 3-4: Localización	60
Figura 4-4: Diseño de planta.....	68

INDICES DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3: Corresponde a la tabla pregunta 1	28
Gráfico 2-3: Corresponde a la tabla 2.....	29
Gráfico 3-3: Corresponde a la tabla pregunta 3	30
Gráfico 4-3: Corresponde a la tabla pregunta 4.....	31
Gráfico 5-3: Corresponde a la tabla pregunta 5.....	32
Gráfico 6-3: Corresponde a la tabla pregunta 6.....	33
Gráfico 7-3: Corresponde a la tabla pregunta 7.....	34
Gráfico 8-3: Corresponde a la tabla pregunta 8.....	35
Gráfico 9-3: Corresponde a la tabla pregunta 9.....	36
Gráfico 10-3: Corresponde a la tabla pregunta 10.....	37
Gráfico 11-3: Corresponde a la tabla pregunta 11	38
Gráfico 12-3: Corresponde a la tabla pregunta 12.....	39
Gráfico 13-3: Corresponde a la tabla pregunta 13.....	40
Gráfico 14-3: Corresponde a la tabla pregunta 14.....	41
Gráfico 1-4: Crecimiento poblacional desde el 2018	49
Gráfico 2-4: Demanda proyecta	50
Gráfico 3-4: Oferta proyectada	51
Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha	52
Gráfico 5-4: Diagrama de flujo de servicio	62
Gráfico 6-4: Diagrama de ventas.....	63
Gráfico 7-4: Diagrama de producción.....	64
Gráfico 8-4: Organigrama estructural	73
Gráfico 9-4: Organigrama funcional	74
Gráfico 10-4: Punto de equilibrio.....	89

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta

Anexo B: Receta estándar de alitas en salsa de naranja

Anexo C: Chuleta en salsa de toronja

Anexo D: Receta de pollo marinado en salsa de mandarina

Anexo E: Receta de camarones en salsa de naranja

Anexo F: Receta de langostinos en salsa de naranja

Anexo G: Receta de mix de costillas con alistas

Anexo H: Receta de Special beef

Anexo I: Receta de parrillada completa

Anexo J: Receta de hamburguesa beef

Anexo K: Receta de hamburguesa de camarón

Anexo L: Receta de hamburguesa de carne especial

Anexo M: Receta de cheese burger

Anexo N: Receta de chicken burger

Anexo O: Receta de sopa beef

Anexo P: Receta de jugo de mora

Anexo Q: Receta de jugo de tomate

Anexo R: Receta de jugo de naranja

Anexo S: Carta

Anexo T: Manual de funciones

CAPITULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Tema

Proyecto de factibilidad para la implementación de un establecimiento de asados, utilizando marinadas y aderezos cítricos, en el cantón de Salcedo, 2018

1.2. Introducción

La alimentación era considerada una de las principales necesidades básicas del ser humano. En la sociedad en la que actualmente se desenvuelve, debido al alto flujo de ocupaciones de todos los miembros de la familia, bien sea trabajo, universidad, colegios etc., las personas acuden en búsqueda de comida fuera de sus hogares, esto ocurre la mayoría de veces por el cansancio con el que se llega al hogar en la noche. Otro punto de vista importante es la economía que significa para los restaurantes, donde se debe considerar que hay negocios que están uno tan cerca del otro y posiblemente son iguales en el sentido que venden lo mismo, pero el aspecto visual no impacta a los clientes que frecuentan estos lugares.

El implementar un establecimiento de asados resulta una excelente opción tanto para el consumidor como para el negocio debido a que es una comida fácil de servir y de consumir, es económica y a la vez muy requerida por la sociedad. Por otro lado, es importante destacar que en este caso las parrilladas por su ligera preparación y su masivo consumo resultan ser un producto que requiere una serie de ingredientes comunes y económicos, al igual que para el consumo los precios a la venta son realmente moderados.

La importancia radica en establecer estratégicamente las áreas del local, en dónde la cocina se ubique de una forma técnica, los colores que se van a utilizar en las paredes sean agradables ante la vista de los clientes y de los empleados; de la misma forma el mobiliario de la zona de

servicios debe ser acorde a la decoración del establecimiento con el fin de proyectar y transmitir comodidad.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Elaborar el proyecto de factibilidad para la implementación de un establecimiento de asados, utilizando marinadas y aderezos cítricos, en el cantón de Salcedo, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la demanda insatisfecha existente en el cantón Salcedo mediante la aplicación del estudio de mercado.
- b) Establecer la viabilidad del proyecto mediante la aplicación de los estudios: técnico, administrativo, legal, ambiental y económica - financiero.
- c) Crear una carta de las distintas preparaciones que ofrecerá el establecimiento a la ciudadanía del Cantón Salcedo.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1. Marco teórico

2.1.1. *Asados*

2.1.1.1. *El asado costumbre del hombre*

El rito del asado en gran parte de América constituye una de las más arraigadas tradiciones gastronómicas. A través de la historia sus habitantes indígenas, criollos, colonos, inmigrantes y los hijos varones de ellos, se reunían asiduamente en torno al asado. Eran esas reuniones culinarias el pretexto ideal para iniciar y fortalecer amistades similares a como hace miles de años lo hacían nuestros antepasados en extensas jornadas de caza. Hace 600000 años se produjo un acontecimiento cumbre en el progreso del hombre arcaico: aprende a mantener el fuego que obtiene en incendios provocados por rayos. El fuego le permitió desarrollar técnicas culinarias elementales para cocer los alimentos a las llamas a las brasas bajo las cenizas calientes o sobre las piedras calentadas. El gran regocijo de los participantes alrededor de la fogata donde se doraba un ciervo o una presa de mamut y los innumerables reconocimientos que recibía el cazador y el asador, comenzaron por hacer de este nuevo oficio una costumbre de hombres (Marín, 2011).

2.1.1.2. *Historia del asado*

Cuando desembarcó Don Pedro de Mendoza, con el título de Primer Adelantado, en el Río de la Plata, al realizar la primera fundación de Buenos Aires, no contaba con que su peor enemigo sería el hambre. Los primeros gauchos, habitantes solitarios de la pampa que tenían una vida nómada, solían matar ganado vacuno sólo para carnearlo y utilizar el cuero con el cual hacían sus famosas botas de potro, monturas, arcos para su caballo y demás prendas y enseres. Con el tiempo y en el afán de que los aborígenes y gauchos no terminaran por exterminar la raza vacuna se llegó a dictar medidas severas para que los faenadores no utilizaran solamente el cuero y el sebo. Quizás por eso o porque la carne era el alimento más abundante de la pampa, los gauchos fueron los primeros en aprovechar la carne vacuna, la cual cocinaban directamente sin cuerear, echando parte de la res con cuero directamente sobre las brasas (Marín, 2011).

Cuando vagaban por la pampa asaban carne vacuna, valiéndose de tortas de bosta seca de vaca y sebo como combustible para encender el fuego. Otras veces se reunían en grupos alrededor de una fogata y sacaban sus armas - cuchillos, que no solo servían como defensa para separar una buena lonja de carne casi cruda, pues solo la cocinaban por fuera. No fue sino bastante más tarde que comenzaron a emplear las rejas de hierro, antepasados de las parrillas, para colocar las piezas de carne (Marín, 2011).

2.1.1.3. Los primeros asados

A diferencia del indio, que se deleitaba comiendo carne cruda al gaucho le repugnaba la idea de alimentarse con animales sin antes cocinarlos. Sin embargo, en la pampa de aquellos tiempos no existían los almacenes necesarios para abastecerse de los elementos necesarios, (Marín, 2011).

El gaucho fue el “inventor” del asado criollo, una de las maneras de cocinarlo fue al aire libre, a falta de parrilla se empleaban ramas o hierros, en este caso a falta de parrilla, se empleaban ramas o hierros para ensartar a los costillares o matambres que eran la parte más delgada de la res, aquellos permitían ensartarlos con mayor facilidad y cocerlos en forma más pareja. Una vez que los gauchos comían dejaban los restos vacunos a los predadores o de los carroñeros de la zona, algunos gauchos precavidos guardaban algún trozo para comerlo frío como vianda en su camino (Marín, 2011).

2.1.1.4. La evolución del asado criollo

La conquista de América no solamente trajo luchas territoriales y fusiones de razas, sino también la incorporación de diferentes ingredientes a las comidas, pues algunos frutos, cereales y verduras, como el tomate y el maíz, típicamente americanos, se combinaron con otros traídos del Viejo Continente, como el trigo (Marín, 2011).

2.1.1.5. Como encender el fuego

Al preparar un asado es importante escoger una buena leña o carbón vegetal. Si elige leña debe ser de madera dura y seca, pues la madera blanda se quema con rapidez y su brasa no dura. Mientras que al elegir el carbón se debe asegurar de que no esté húmedo ni roto. Una vez obtenido el material inflamable base, se procede a armar el fuego que dará lugar a las brasas:

- Colocar a un costado de la parrilla unos bollos de papel de diario.
- Cubrir el papel con ramitas pequeñas, bien secas, de madera, formando una pirámide.
- Ubicar sobre la pirámide y todo alrededor el carbón o la leña.

- Encender el papel, apantallar el fuego hasta prenderse y controlar que el fuego no se apague (Marín, 2011).

Las brasas se tornan rojizas, con una capa fina blanca de ceniza, la brasa tiene que estar uniformemente roja, si no lo está se deberá dar vuelta hacia el fuego y dejar que el resto de carbón se torne brasa. Una vez que las brasas están encendidas se toma un instrumento adecuado y se distribuyen en forma pareja por debajo de la parrilla. Se deja siempre a un costado del fuego original al que se le podrán seguir agregando trozos de leña o de carbón para ir formando nuevas brasas (Marín, 2011).

2.1.2. Parrilla

2.1.2.1. Definición

Aplicamos el término parrilla al utensilio de hierro O acero inoxidable constituido por un marco al que va soldado un conjunto de barras paralelas, unas canaletas en "V" o una rejilla (grilla) de alambre, sobre la que se disponen las carnes para ser asadas. Esta denominación se ha extendido a los elementos que sostienen la parrilla, y aún más, actualmente incluye los complementos arquitectónicos que la protegen: muro, techo, campana, chimenea y mesones laterales, (Marín, 2004).

Hoy en día la variedad de parrillas es impresionante. Las hay de todas formas y tamaños: simples o sofisticadas; fijas en un lugar o rodantes; algunas desarmables, otras desmontables de sus soportes; con patas fijas, plegables o embutidas; de altura variable sobre la base o piso del fogón; protegidas por muros, techo y campana O a la intemperie; de confección artesanal o industrial; tradicionales a carbón o muy sofisticadas a gas licuado con piedras volcánicas o briquetas cerámicas (Marín, 2004).

2.1.2.2. Las primeras parrillas sólidas

Las primeras parrillas construidas con barro y piedras datan de los inicios de la colonia. Aún se emplean en las regiones campesinas de Chile y Argentina. Es una estructura cúbica de 50x50 cm y de 60 cm de altura, formada por piedras unidas con barro y con dos pequeños muros laterales de 20 cm de altura en los que se apoyan 3 barras de hierro, que sirven tanto para colocar ollas o una parrilla (Marín, 2004).

A medida que el modelo primitivo fue evolucionando, se distanció de la cocina. En zonas lluviosas se le debió cubrir con un techo protector para evitar su rápido deterioro, llamándose

quincho. El uso de ladrillos y cemento en su construcción ha permitido hacer estructuras de mayor tamaño, con compartimientos para leña y carbón a los lados y empotrar en las paredes laterales topes gruesos de hierro a 15 y 25 cm del piso del fogón, los que permiten sostener la parrilla a dos niveles a elección (Marín, 2004).

2.1.2.3. Diferentes tipos de parrillas y asadores

El tipo de soporte que elijamos utilizar a la hora de asar será fundamental, ya que definirá, entre otras cosas, el tipo de sabor y aroma del asado que cocinemos. En general son de dos tipos las que más se suelen utilizar; una de fierros redondos y la otra de fierros en V, aunque existen también otras clases de parrillas como a la estaca o asador, la hecha en base a elásticos de camas viejas y la hecha en base a enrejados, utilizada para grandes asados (López, 2013).

La mayoría, independientemente del modelo, posee engranajes y cadenas para regular la bajada y subida de la parrilla, o en su defecto poseen balancines, elemento fundamental para nuestro hacer parrillero la hora de regular la temperatura. De todos modos, también existen parrillas fijas, como las de fierro que poseen cuatro patas, pero en este caso la temperatura la regularemos modulando la cantidad de fuego y cenizas dispuestas (López, 2013).

2.1.2.4. El asado vertical

Los asadores de hierro requieren mayor cuidado y mantenimiento, siendo preferidos a los de acero inoxidable. Posee un larguero de 1,70 metros de alto y dos travesaños en cruz que miden de 50 cm a 1 metro. Tanto el larguero como los dos travesaños poseen agujeros que permiten ajustarlos a las medidas del trozo de carne (Marín, 2004).

2.1.2.5. Parrilla circular

Son muy utilizadas en patios y jardines pequeños o en balcones y terrazas. El trípode formado por las patas tiene gran estabilidad en suelos irregulares y permite movilizar la parrilla fácilmente. Consta de un recipiente metálico en forma de paila donde se encienden las brasas; su diámetro fluctúa entre 35 y 55 cm, con una profundidad de 10 cm. la superficie limitada de la parrilla permite asar moderadas cantidades de carne, en general para no más de 8 personas. Tiene el inconveniente de que no es posible desplazar las brasas para moderar el calor, lo que se compensa con la facilidad para elevar la parrilla. - Manual del asador criollo completo (Marín, 2004).

2.1.2.6. El asado a gas

Son parrillas montadas sobre contenedores que en su fondo tienen instalados quemadores de gas licuado. Sobre ellos se ubica una gruesa rejilla de fierro que soporta carbones artificiales", piedras volcánicas o briquetas de cerámica, las cuales se calientan hasta el rojo vivo simulando brasas. La parrilla está ubicada a 15 cm sobre las brasas' y no es posible modificar su altura, por lo tanto, la variación en la intensidad del calor se controla por medio de la llave que da paso al gas. Una tapa volcable en forma de caja evita la pérdida de calor. Algunos modelos tienen una ventanilla de vidrio templado, lo que facilita la observación sin necesidad de abrirla (Marín, 2004).

2.1.2.7. Contenedor de fondo plano

Son bastante firmes y de tamaños que permiten el emplazamiento de parrillas de hasta 100x60 cm. la parrilla se eleva por medio de cuatro pletinas verticales soldadas a los vértices del contenedor, con muescas cada 5 cm en los que se insertan las esquinas de la grilla (Marín, 2004).

2.1.2.8. Parrilla en V

Tendremos que limpiarla constantemente, esto será clave para llevar a cabo una buena cocción que resulte en un excelente asado a la parrilla, de lo contrario quedarán partículas quemadas que ensuciarían la carne y le otorgarían mal sabor. La limpiaremos de arriba hacia abajo haciendo que las partículas quemadas y la grasa corran por el fierro en V hasta la canaleta y de ahí a la grasera (López, 2013).

Además, será indispensable que cada cuatro meses quememos los fierros de este tipo de parrilla, siempre tomando sumo recaudo y cuidado, para retirar la costra de grasa que ha quedado adherida a los fierros en V, en mayor cantidad del lado inferior de la parrilla, y que se ha ido formando con el tiempo durante su continuo uso. Este proceso de quemado será imprescindible para reducir el tiempo de cocción y calidad de los productos con los que trabajemos en la parrilla (López, 2013).

2.1.2.9. Parrilla a la estaca o al asador

Requieren un espacio bastante amplio para su instalación, razón por la cual no todas las parrillas de Buenos Aires cuentan con este tipo de soporte para asar. Para su instalación clavaremos los fierros como estacas a diferentes distancias formando un círculo. Las diferentes distancias para su enclavado dependerán de la velocidad y del tipo de cocción que deseemos; corta distancia

para acelerar la cocción; media distancia para mantenerla; larga para orear y desacelerar la cocción. (López, 2013).

De todos modos, existen otros asadores que ya vienen listos para su utilización y no requerirán que los enlavemos en cruces. El tiempo requerido para asar a la estaca dependerá exclusivamente del asador, no de la carne. Sin embargo, podremos afirmar que este tipo de parrilla requerirá de un procedimiento de asado mucho más lento que nos demandará mayor persistencia y atención (López, 2013).

2.1.2.10. Parrillas de fondo ferroso

Aquí no tendremos grasa ni partículas quemadas para limpiar, pero es muy importante en este tipo de parrilla que tomemos sumo recaudo con el fuego. Esta necesaria cautela se debe a que este tipo de parrilla provocará gran cantidad de humo, lo que puede derivar, si no somos cuidadosos, en un fuego desmedido con consecuencias peligrosas si no podemos controlarlo (López, 2013).

2.1.3. Utensilios

2.1.3.1. Cuchillos

Elemento indispensable, si bien se recomienda asar las carnes lo más enteras que sea posible a fin de conservar sus jugos, a la hora de verificar el punto de cocción o de retirar para llevar a la mesa es bueno contar con un buen cuchillo de tamaño grande y bien afilado, tanto para separar costillas, cortar porciones o trocear aves. El tamaño ideal es el de una hoja de unos 20 cm también conocidos como cuchillo de cocinero. Luego se puede complementar con un juego de cuchillos de medidas inferiores (Perez, 2011).

2.1.3.2. Tablas de cortar

Tanto sea de madera (hoy en día casi en desuso) como de material sintético, es indispensable contar con una de buen tamaño para colocar las piezas que se desee cortar. Una tabla ideal debería tener unos 20 cm por 40 cm o mejor aún de 30 cm por 60 cm y ser de uso exclusivo para estos menesteres (Perez, 2011).

2.1.3.3. Trinche o tenedor

De dos o tres dientes, a gusto del usuario, es otra de las piezas indispensables en el utillaje del asador. Es importante sobre todo su robustez, ya que puede ser necesario levantar o dar vuelta

piezas de un peso importante, por lo tanto, no busquen la estética sino la fortaleza constructiva. Por supuesto que sí se puede evitar pinchar la carne para que no pierda sus jugos, mejor, por eso recomiendo utilizar más las pinzas y la espátula para voltear las piezas y dejar el trinche para el momento de retirar los alimentos ya asados de la parrilla (Perez, 2011).

2.1.3.4. Pincel o cuchara de salsas

De uso imprescindible para pintar o rociar las carnes, las aves o los pescados, es conveniente incluso tener uno de cada. El pincel será más adecuado para las salsas más cremosas como las mantequillas saborizadas o similares y la cuchara para aquellas salsas más líquidas (Perez, 2011).

2.1.3.5. Pinzas y espátula

Para dar vuelta pequeñas piezas como chorizos o salchichas, son dos elementos que no deben faltar. Si bien no necesitan ser demasiado fuertes, si es recomendable que sean suficientemente largas (Perez, 2011).

2.1.3.6. Chaira

Mantener los cuchillos bien afilados es fundamental y un hábito que se debe cultivar para lograrlo es pasarlos siempre por la chaira antes de cada uso. Ya que el cuchillo principal es de buen tamaño (Perez, 2011).

2.1.3.7. Fuentes varias

De vidrio, cerámica o metálicas y de varias medidas, serán útiles no solo para marinar las carnes sino también para tener los alimentos a mano y organizados e incluso para retirarlos una vez asados. En este caso, sí que lo que abunda no daña (Perez, 2011).

2.1.3.8. Higiene y seguridad

No utilicen las mismas tablas ni fuentes para los alimentos crudos y los cocidos, se debe mantener una adecuada separación de los mismos para evitar la contaminación cruzada. De la misma forma para el resto de los utensilios, como cuchillos, pinchos, etc. Si necesitan utilizar los mismos elementos, antes deben lavarse bien con agua y detergente (Perez, 2011).

- Lavarse las manos con jabón y agua caliente antes y después de manipular alimentos crudos.

- -Mantener las carnes en el refrigerador hasta que sea el momento de colocarlas en la parrilla.
 - -Para minimizar el riesgo de encendido de fuegos indeseados y para no desperdiciar calor, es proteger las brasas del viento.
- El orden también contribuye a la seguridad, es importante estar atentos, ya que los accidentes devienen generalmente de descuidos o exceso de confianza (Perez, 2011).

2.1.4. Carne

2.1.4.1. Historia

La carne es un alimento fundamental en nuestra dieta, ya que nos aporta gran variedad de nutrientes necesarios para el organismo, si bien la cantidad de estos varían en función de la especie animal de la que proceda y a su vez de la alimentación, sexo, edad, genética, etc. del animal (Dorado, 2011, p. 7).

Los consumidores cada vez son más exigentes y demandan productos de mayor calidad fijándose no solo en el aspecto que presente la carne: color, terneza, jugosidad y el valor nutritivo, cantidad de grasas, minerales, proteínas, etc., sino además exigen que el producto se haya obtenido respetando el bienestar del animal a lo largo de su ciclo productivo y el medioambiente (Dorado, 2011, p. 7).

2.1.4.2. Definición

Para un mejor conocimiento de la carne y de las propiedades que presenta, comenzaremos definiendo el concepto de carne y estudiaremos las características que debe de reunir para satisfacer las expectativas del consumidor. Los animales de abasto son los que se utilizan para la alimentación y son de las especies bovina, porcina, ovina, caprina y equina, las aves de corral, los alomorfos y la carne de caza silvestre (Dorado, 2011, p. 7).

2.1.4.3. Características organolépticas

Las características organolépticas de la carne son las siguientes:

Color

Terneza

Jugosidad

Sabor

Las características organolépticas también se denominan características sensoriales, ya que a simple vista el consumidor puede valorar si la carne presenta o no un buen aspecto, observando el color, la textura, la consistencia y si se encuentra en buen estado, dependiendo del olor que desprenda. Seguidamente, vamos a evaluar de qué manera afectan estas características o propiedades de la carne al consumidor en la elección de la misma (Dorado, 2011, p. 8).

2.1.4.4. Color

El color de la carne de las especies de abasto varía desde tonos blanquecinos-rosados a tonos más rojos o marrones. Esta variedad de tonalidades depende de una serie de factores:

Especie animal. La carne de ave es más rosada que la carne de vacuno

Edad del animal. Los animales jóvenes presentan un color más blanquecino que los adultos. Un ejemplo sería comparar la carne de chivo lechal con la de una cabra adulta.

Sexo. Normalmente, la carne de las hembras suele tener un color menos intenso que la de los machos (Dorado, 2011, pp. 8-9).

Alimentación. No solo depende de la cantidad de alimentos que reciban, sino también de la calidad: animales alimentados con compuestos ricos en hierro y vitamina k presentan un color rojo más intenso (Dorado, 2011, p. 9).

Ejercicio. Animales que pastan o se explotan en sistemas semi-extensivos, presentan un color más intenso que aquéllos que se haya totalmente.

Estabulados. Un ejemplo sería la carne de los pollos de granja y la de los pollos camperos.

Altitud. Conforme aumenta, la demanda de oxígeno en el músculo es mayor, dando lugar a carnes más rojas (Dorado, 2011, p. 9).

2.1.4.5. Terneza

La terneza de la carne depende de la textura, la cual, está determinada por la cantidad de tejido conjuntivo que la forme, es decir, cantidad de colágeno y de fibras musculares. De este modo, carnes con gran proporción de tejido conjuntivo van a tener mayor textura y, por tanto, van a ser más duras; Esta característica es importante en restauración, pues determina el tiempo y método de cocción al que tiene que ser sometida, para garantizar la terneza de la misma (Dorado, 2011, p. 10).

2.1.4.6. Jugosidad

La jugosidad determina la consistencia de la carne y, como el caso anterior, está condicionada por el contenido de tejido conjuntivo. Las carnes que presenten menos cantidad de tejido

conjuntivo tendrán menos capacidad para retener agua en el músculo, dando lugar a carnes más exudativas que aquéllas que tengan mayor proporción del mismo (Dorado, 2011, p. 11).

2.1.4.7. Sabor

La carne debe tener un aroma suave y ligeramente salado. El sabor se debe a los compuestos aromáticos volátiles y a los sápidos no volátiles, componentes vehiculados por la grasa, debe tener un extremo cuidado con evitar el cruce de olor con otros géneros cárnicos evitando con esto la pérdida de la calidad de la carne (Dorado, 2011, p. 11).

2.1.4.8. Características de las distintas carnes: vacuno, porcino y aves

a. Carne vacuno

- La carne de vacuno se caracteriza por ser pobre en grasa y rica en minerales y vitaminas.
- Referente a las grasas, el aporte es mínimo, de hecho, a la carne de vacuno se le denomina también carne magra.
- Sobre los minerales, es rica en hierro, de ahí, que se denominen carnes rojas y se recomiende el consumo en pacientes con anemia. Además, es una gran fuente de iodo, zinc y selenio.

En cuanto a las vitaminas, presentan gran proporción de proteínas de alto valor biológico y de vitaminas del grupo B, sobre todo, B2 y B12 que son liposolubles, muy recomendada en pacientes con problemas de desnutrición (Dorado, 2011, pp. 20-21).

b. Carne porcino

- Se caracteriza por ser una carne de alta digestibilidad, rica en minerales y en vitamina C.
- Al igual que la carne de vacuno, ovino y caprino es muy digestible y su consumo se recomienda en pacientes con alteraciones gastrointestinales: vómitos, diarreas, estreñimientos y casos más graves, como úlceras gastrointestinales.

En cuanto a los minerales, es una fuente de zinc, fósforo, sodio y potasio. Pero a diferencia del resto de especies, la vitamina más abundante, es la del grupo C (Dorado, 2011, p. 21)-

c. Carne de aves

La carne de ave es una fuente de vitaminas y minerales. En cuanto a las vitaminas, presenta gran cantidad de vitaminas del grupo B, concretamente la B3, y ácido fólico, muy recomendado en personas con anemia y embarazadas, porque previene de la aparición de trastornos congénitos en el feto: alteraciones de la médula espinal, cerebro, etc. En cuanto a los minerales, es rica en zinc, sodio y hierro, aunque el contenido de hierro es menor que en la carne de vacuno (Dorado, 2011, p. 22).

2.1.4.9. Clasificación

a. Vacuno

- La carne de vacuno puede ser de:
- **Ternera:** macho o hembra que mantengan todos los dientes de leche y proporcione una canal con un peso de 100-180 kg.
- **Vacuno joven:** macho o hembra que tendrá dos incisivos permanentes. Dentro del vacuno joven en España existe el añojo que se caracteriza por sacrificarse al año de edad, con un peso vivo de 450 kg.
- **Novillo:** macho o hembra que tenga como mínimo una pieza de leche y con una edad comprendida entre los 14 meses y 4-5 años.
- **Vacuno mayor:** todos los incisivos permanentes y mayores de 5 años.
- **Reses de lidia:** vacuno de raza de lidia y espectáculo taurino.
- **Vacas de tablas de desvieje:** hembra que se encuentra al final de su ciclo reproductivo (Dorado, 2011, p. 26).

b. Aves

El género 'gallinas' se clasifica en función del sexo y edad de sacrificio:

- **Pollo picantón:** macho entero que se sacrifica con un mes de edad y 500 g de peso.
- **Pollo coquelet:** macho entero que se sacrifica con un peso de 600-700 g.
- **Pularda:** hembra castrada y sacrificada a los 6-8 meses de edad, con un peso de 2,5 a 3 kg.
- **Capón:** macho castrado y sacrificado con un peso de 3 kg.
- **Gallinas:** hembra que se sacrifica a los 3 kg de peso vivo (Dorado, 2011, p. 26).

2.1.4.10. Clasificación de cortes

En el matadero también se clasifican las piezas, unidades de carne y vísceras con el objeto de:

- Unificar criterios entre vendedor y comprador, con el fin de facilitar las transacciones comerciales.
- Establecer una canal tipo válida para todos los países de la Unión Europea (Dorado, 2011, p. 27).

a. La pieza se clasifica de la siguiente forma

Vacuno

- **Extra:** solomillo y lomo.
- **Primera A:** babilla, tapa, contra, cadera, tapilla, redondo.
- **Primera B:** culata de contra, rabillo de la cadera, aguja, espalda, pez.

- **Segunda:** morcillo trasero, llana, brazuelo, aleta o bajada de pecho, morcillo delantero.
- **Tercera:** falda, pecho, costillar, pescuezo, rabo.

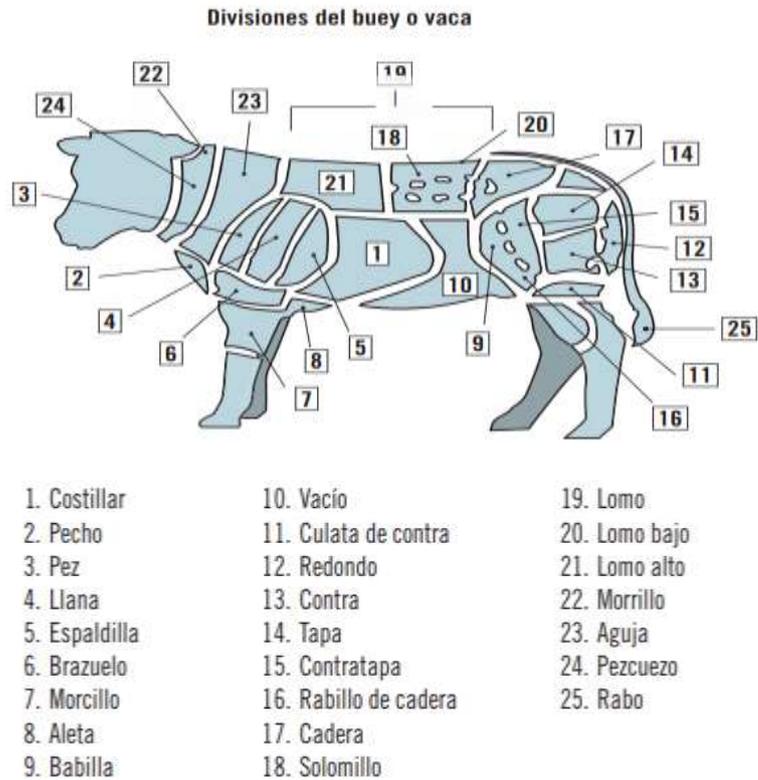
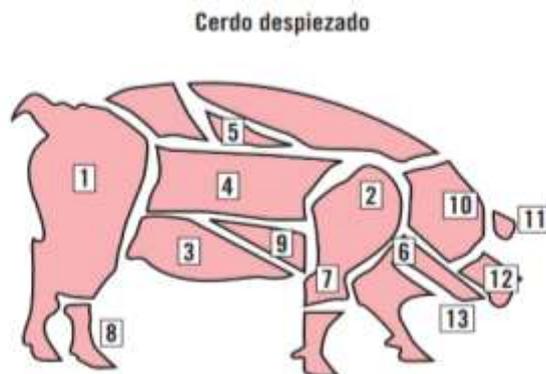


Figura 1-2: Divisiones del buey o vaca
Fuente: (Dorado, 2011)



- | | |
|--------------------|--------------------------|
| 1. Jamón | 8. Manos y patas |
| 2. Paleta | 9. Tocino |
| 3. Panceta | 10. Cabeza |
| 4. Chuletas | 11. La oreja |
| 5. Solomillo | 12. La careta y el morro |
| 6. Magro de cuello | 13. La papada |
| 7. Codillo | |

Figura 2-2: Cerdo despiezado

Fuente: (Dorado, 2011)

b. Calidad de carne

Hay que tener en cuenta 3 características:

1. Que la carne sea firme, es decir, que no se venza por su propio peso, sea el corte que sea. La carne tiene que ser tierna, pero a su vez firme en su contextura.
2. La grasa que posea el corte de carne debe ser blanca, clara y en cantidad suficiente.
3. El color de la carne debe ser rojo claro, no oscuro (López, 2013).

c. La cocción

No podemos hacer referencia a una temperatura ideal exacta para llevar a cabo un buen asado, ya que esto es algo que variará según el tipo de carne, el corte, el tipo de carbón, la leña o si la carne está a temperatura ambiente o extremadamente fría, el punto deseado de cocción (López, 2013).

d. Grados de cocción

- **Cruda al centro:** Dorado claro en la superficie, casi crudo en el centro y con poco jugo. Recomendado para los cortes de carne muy tiernos y magros como el Lomo.
- **Rosada:** Dorado intenso exterior, rosado al interior y jugo menos abundante. Este grado es recomendado para aquellas personas que no les agrada la sensación de jugosidad en la carne.
- **Jugosa:** Dorado superficial exterior, rojizo al centro y jugo abundante. Es el grado más solicitado por los comensales para cualquier corte de vacuno.

Bien cocida: Dorado oscuro en el exterior, el color de la carne cocido en el interior y con muy poco jugo, perdiéndose la ternura de la carne. Este grado está lejos de un punto óptimo y lo solicitan las personas sin mucha afición por la carne (Marín, 2004).

e. Refrigeración

La refrigeración se puede definir como: método de conservación basado en someter al alimento (en este caso carnes, aves, caza o despojos) a un tratamiento físico, sometiendo la carne a la acción del frío (temperatura entre 0° y 4 °C, se denomina frío positivo). Así que para llevar a cabo este sistema se van a necesitar, desde instalaciones para colocar los productos en ellas de

manera ordenada, pasando por controlar las temperaturas y usar envases adecuados (Guerrero, 2011, p. 226).

f. Congelación

Temperatura entre -18 y -40 °C. Hay varios tipos de congeladores: panelables, arcones, armarios..., se han de utilizar una vez que se ha bajado la temperatura del producto hasta llegar a congelarlos en el abatidor.

Características:

- No permite la multiplicación de microorganismos (bacterias y hongos), y retarda el crecimiento de enzimas.
- Es un tipo de conservación que hace intervenir sucesivamente tres fases distintas:
- La congelación propiamente dicha.
- El almacenamiento del producto congelado (Guerrero, 2011, p. 232).

La descongelación.

La congelación, por tanto, se llevará a cabo rápidamente intentando que el centro del alimento alcance -20 °C. También se tendrá en cuenta la descongelación, que debe hacerse de manera lenta y paulatina. Su consumo será inmediato y no se volverá a congelar (Guerrero, 2011, p. 238).

La calidad del alimento congelado suele ser función del tamaño de los cristales de hielo conseguidos, puesto que si son pequeños no alteran la estructura del producto una vez descongelado. El tamaño de los cristales de hielo depende de la velocidad de congelación: gruesos y poco numerosos, cuando es lenta; pequeños y numerosos, cuando es rápida. Los cristales de hielo gruesos presentan el inconveniente de dañar los tejidos del alimento y aumentar el volumen de exudado durante la descongelación (Bello, 1998, pp. 64-65).

g. Correcta descongelación

La descongelación radica en someter los alimentos, que han permanecido congelados, a procedimientos apropiados que permitan que su temperatura sea superior a la de congelación, en todos sus puntos.

- Debe realizarse en cámaras frigoríficas para que en ningún caso sobrepasen la temperatura de 2 °C.
- La utilización de los productos (carnes, despojos) será inmediata.

- Debe ser descongelada muy lentamente y de una manera natural, así el proceso se lleva a cabo uniformemente. Esta norma debe ser aplicada tanto a las carnes crudas como a las cocinadas (Guerrero, 2011, p. 243).

2.1.5. *Marinados y adobos*

En la Argentina y en otros países americanos, se le llama adobo o aliño a los condimentos que se le ponen al ingrediente que será asado a las brasas. Conviene que el adobo para la carne esté a temperatura ambiente para que no baje la temperatura del alimento que se está asando no conviene llevarlo directamente de la heladera a la parrilla (Skilton, 2009).

Los adobos y marinadas son parte importante de los alimentos asados a las brasas. Se llama adobo en Argentina, a todo condimento, generalmente con una base líquida y diversas hierbas o especias, que se pincela sobre el asado a las brasas para darle sabor. La marinada, en cambio, puede realizarse tanto para añadir sabores, como para ablandar la carne y tiernizarla. También, marinadas y adobos son un buen método para la conservación de la carne cuando llevan un ingrediente ácido como el vinagre o el limón en su composición, La carne vacuna y de ave suele marinarse o adobarse para que sus fibras se impregnen del sabor del condimento elegido. El cerdo, el cordero y los animales de caza, en cambio suelen adobarse o marinarse para quitarles su sabor un tanto fuerte. Cuando vamos a preparar una marinada o un adobo, lo primero que debemos decidir es qué condimentos utilizar (Skilton, 2009).

- Las carnes marinadas deben conservarse siempre en la nevera durante todo el proceso y hasta que llegue el momento de colocarlas en la parrilla.
- Bajo ninguna circunstancia debe utilizarse la salsa sobrante de una marinada en crudo para rociar los alimentos cocidos ya que los estaríamos contaminando.
- Preparen las salsas y aliños con anticipación y déjenlas cerca de la barbacoa, tengan también a mano las carnes desgrasadas y adobadas o marinadas si correspondiera, en fuentes cubiertas con un paño, dispongan de todos los utensilios que vayan a utilizar, la sal, el carbón o la leña necesarios (Marín, 2011).

2.1.5.1. *Condimentos*

Se denomina condimento a toda sustancia alimenticia que se utiliza para sazonar, mejorar o realzar el gusto de los alimentos, sin alterar el sabor natural de lo que se cocina. La gama de condimentos es muy grande y se divide en varios subgrupos como, por ejemplo, hierbas y bulbos aromáticos (cebolla, ajo, cebollín, echalote), las especias (ají molido, orégano, tomillo, etc.), los que también cumplen función preservativa (sal, vinagre, jugo de limón, etc.), las salsas

preparadas (tabasco, worcestershire, ketchup, mostaza, etc.), los que aportan picante (diversas variedades de chile y pimentas), los endulzantes (melaza, caramelo líquido, azúcar negra, miel, etc.). Es importante tener en cuenta que los condimentos tradicionales, y el asado no es una excepción. Los condimentos pueden ser naturales (como la sal) o preparados industrialmente o en forma casera, como los adobos y marinadas (Skilton, 2009).

2.1.5.2. Conservación de especias

Para que un condimento mantenga su sabor inalterable y sus propiedades aromáticas, debe conservarse en envases herméticos, protegidos de la luz solar y ubicada en un lugar seco de la despensa. No hay que atiborrarse de especias, pues, con el transcurso del tiempo, pierden sabor, pueden enmohecerse o tornarse rancias. Por eso, para uso casero hay que comprar la cantidad indispensable y ubicarla en pequeños frascos (especieros). La forma de emplear las especias, a la hora de preparar un condimento, si hay que pulverizarlas, es preferible hacerlo en el momento, para que el aroma se desprenda en toda su potencia (Skilton, 2009).

Los adobos y las marinadas no deben conservarse mucho tiempo. Es preferible prepararlos cada vez que se va a pasar algún ingrediente y desechar el resto. Por eso conviene comprar la pimienta en grano y molerla en el correspondiente molinillo. También es muy útil un mortero, que permitirá liberar los aromas en forma pareja (Skilton, 2009).

2.1.5.3. Especias

La sal

Es un condimento conservador, que puede mantener algunas comidas a resguardo de los gérmenes por mucho tiempo. La sal entrefina o “parrillera” es la más empleada para sazonar asados, mientras que la sal fina es de uso más corriente (Skilton, 2009).

Hierbas aromáticas

Las hierbas son empleadas profusamente en gastronomía, tanto para saborizar, como para decorar platos de comida.

Aderezos y salsas

Se entiende por aderezo, algunas salsas especiales que exaltan el sabor de cada plato y combina perfectamente con su gusto y textura. Las salsas son preparaciones gastronómicas de textura fluida, la cual permite aderezar con ellas diferentes comidas. Las salsas que suelen acompañarlos resultan un complemento informal (Skilton, 2009).

Chimichurri

La etimología de la palabra “chimichurri” ha dado origen a varias leyendas folclóricas, tan común en la cocina típica de Uruguay y de Argentina es una especie de salsa líquida.

Origen

Jimmy Curry un ganadero inglés visitó la pampa argentina para adquirir alguna cabeza de ganado, como es de costumbre en el campo, se lo invitó a comer asado. Como agradecimiento y para colaborar en algo, el ganadero pidió ají, tomates, cebolla y otros ingredientes y preparó una salsa sabrosa y picante, que luego se hizo popular entre los campesinos como la salsa de Jimmy Curry. Por deformación la palabra se fue transformando hasta convertirse en “chimichurri”. Nadie sabe cómo llegó a ser esta salsa el complemento infaltable del asado (Skilton, 2009).

2.1.5.4. Frutas cítricas

Los cítricos la naranja, el limón, la mandarina, lima y otras frutas cítricas contienen cantidades de vitamina c que las hacen especiales recomendadas para elevar el sistema inmune. Su contenido en sales minerales y azúcares las convierten alimentos nutritivos, energéticos y digestivos. El limón es el cítrico al que se le atribuye mayor propiedad inmunológica y se han demostrado su cualidad antiescorbútica (Ronald, 2011, p. 66)

La palabra cítrico designa a las especies de grandes arbustos o arbolillos perennes cuyos frutos o frutas poseen un alto contenido en vitamina C y ácido cítrico, el cual les proporciona ese típico sabor ácido tan característico. Los cítricos tienen como característica común estar cubiertos por cáscara dura y una pulpa blanda agrupada en gajos. Los ejemplos más conocidos de cítricos son la naranja, el limón, la mandarina, la tangerina, el pomelo y la lima. Estas frutas han sido fieles compañeras de la salud, tienen una larga lista de propiedades entre las cuales destaca su extraordinario poder depurativo, el cual ayuda a mantener limpios y sanos los intestinos y la sangre, y si estos están limpios, se reducen casi todos los problemas de salud (Ronald, 2011, p. 66).

Propiedades de los cítricos

- Ricos en minerales como el hierro, calcio, fósforo, potasio, magnesio, etc.
- Proporcionan altas cantidades de flavonoides, Vitamina A, B1 y B2.
- Contienen ácido cítrico (vitamina C) en abundancia, el cual es usado muy abundantemente en la industria farmacéutica ya refuerza las defensas del organismo.
- La vitamina C, además, interviene en el mantenimiento de huesos, dientes y vasos sanguíneos, ya que participa positivamente en la formación y mantenimiento del colágeno.

Además, protege de la oxidación a la vitamina A y vitamina E, como así también a algunos compuestos del complejo B (tiamina, riboflavina, ácido fólico y ácido patogénico). Tiene una acción anti infecciosa y antitóxica y ayuda a la absorción del hierro no hémico en el organismo.

- Son ricos en antioxidantes y, al ayudar a formar colágeno, frenan el deterioro de la piel y la aparición prematura de arrugas.
- Poseen propiedades digestivas, sustancia que favorece la digestión.
- Son depurativos por excelencia, contienen altas cantidades de fibra soluble ayudando al cuerpo a eliminar grasas y desechos tóxicos que ocasionan enfermedades y sobrepeso. Son muy energéticos y protegen al corazón de enfermedades cardiovasculares.
- Combaten infecciones y previenen contagios.
- Disminuyen el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas como las cardiovasculares.
- Ayudan a prevenir distintos tipos de cánceres (pulmón, boca, esófago, laringe, páncreas, entre otros.
- Reducen la formación de colesterol nocivo y neutraliza la formación de sustancias cancerosas.
- Son refrescantes.
- Previenen gripas y resfriados.
- Tienen propiedades expectorantes, ayudan a la evacuación de moco o congestión nasal y a la rápida recuperación de enfermedades pulmonares.
- Ayudan a normalizar la presión arterial en personas hipertensas. Mejora el funcionamiento del sistema inmunológico ayudando a combatir enfermedades.
- Facilitan la eliminación de ácido úrico.
- Combaten anemia.
- Mejora la cicatrización y la producción de glóbulos rojos.
- Ayudan a disminuir el riesgo de padecer cataratas o degeneración macular.
- Participan en la formación de colágeno para el crecimiento y reparación de células, tejidos, encías, huesos y vasos sanguíneos.
- Ayudan a sanar a personas que padecen de diabetes y osteoporosis.
- Previenen y combaten la calvicie y el deterioro del cabello y de las uñas. Si deseamos tener unas uñas fuertes, basta frotarlas de vez en cuando con un poco de limón.
- El limón ayuda a combatir afecciones del cuero cabelludo, además de que es excelente para fortalecer encías y dientes. Un buche de agua con gotas de limón es ideal para refrescar la boca, mantener sanas las encías y prevenir caries (Ronald, 2011, pp. 67-69).

2.1.6. Fases del proyecto

2.1.6.1. Estudio de factibilidad

Es un instrumento el cual permite determinar la orientación para la toma de decisiones en la ejecución de un plan de proyectos, se debe tomar en cuenta la disponibilidad de los recursos necesarios para de esta forma poder cumplir con cada una de las metas y objetivos planteados. Este tipo de estudio ayudar a visualizar el éxito o fracaso de una idea de negocio Es importante presentar una idea clara y concisa de todo lo que se pretende aplicar en la implementación de un negocio, además conlleva una serie de procesos tomando en cuenta las posibles ventajas sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto tome funcionamiento (Bernan, 2016).

2.1.6.2. Estudio de mercado

Este tipo de estudio permite investigar cuál es la respuesta del mercado al cual nos hemos dirigido ante el producto o servicio que el proyecto va a ofrecer, consiste en un proceso sistemático de recolección de información acerca del cliente, la competencia y el mercado, para esto se debe tomar en cuenta la aplicación de variables tales como edad, género, nivel de ingresos económicos, ubicación etc. Un estudio de mercado permite conocer los gustos y preferencias del cliente y de esta forma conocer el nivel de factibilidad de la ejecución del proyecto (Espinoza, 2007).

2.1.6.3. Estudio técnico

Permite demostrar la viabilidad técnica del proyecto, la determinación del tamaño que identifica la maquinaria, equipos, materia prima, además de las instalaciones del establecimiento. Para esto se debe conocer el análisis de los costos y a su vez las soluciones dadas a los problemas técnicos y económicos. De esta manera, con el estudio técnico se podrá obtener los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. La disposición en planta además de las dimensiones y necesidades de espacio físico para cada una de las diferentes áreas de trabajo y ubicación del equipamiento necesario para la producción (Grande, 2006).

2.1.6.4. Estudio legal

Este tipo de estudio consiste en el análisis de normas y regulaciones del marco legal para la ejecución del proyecto, influye también el aspecto económico de todos los requisitos necesarios para la implementación de un establecimiento en los cuales intervienen el registro de marca, permisos, licencias de funcionamiento del local, etc. Todo va a depender también del tipo de actividad que la empresa vaya a ejecutar, Los permisos serán otorgados por las distintas municipalidades de los diferentes cantones. En este estudio el propietario del establecimiento debe acogerse a la ley del artesano tomando en cuenta que se considera artesano a todo trabajador manual que esté calificado por la junta nacional de defensa del Artesano y a su vez debe tener un registro del Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos (Lara, 2010).

2.1.6.5. Estudio ambiental

En este estudio se tomará en cuenta el impacto ambiental que puede generar la apertura de un negocio, pero esto no quiere decir que no pueda darse apertura al mismo. El proyecto o actividad debe hacerse cargo de los efectos ambientales que genera, mediante la aplicación de medidas de mitigación, reparación y/o compensación (Avila, 2011).

2.1.6.6. Estudio económico-financiero

En este capítulo comprende todo lo relacionado a la inversión, proyección de ingresos y gastos en la ejecución del proyecto. Permite determinar de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, además de visualizar su rentabilidad y recuperación del mismo en el tiempo previamente establecido. Los resultados del análisis financiero deben estar en concordancia con un estudio económico, y se debe utilizar información obtenida de los estudios: técnico y de mercado (Mogel & Rodriguez, 2005).

2.2. Marco conceptual

Cliente: organización o persona que recibe un producto, es hacia esta persona a quien está dirigida el producto, se establece el precio, las características que debe tener el producto, para una empresa o establecimiento de alimentos y bebidas el consumidor es la parte más importante de la empresa es decir en base a él gira y se mantiene en pie el establecimiento

Grill: donde la utilización del carbón aporta sabores ahumados, y si se añaden hierbas al carbón da deliciosos aromas a los alimentos.

Mercado: Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto, dentro del mercado se suele identificar la demanda y la oferta, y con la diferencia de estos dos elementos se logra determinar la demanda insatisfecha existen en el mercado. Dentro del estudio de mercado se realiza un análisis de las 4 P, que son producto, precio, plaza y promoción.

Parrilla: Utensilio de cocina que sirve para asar carnes, pescados y verduras, generalmente suelen tener un soporte metálico, por las varillas que dispones suele realizar algunas marcaciones en la carne.

Restaurante: Local comercial público donde se sirven y consumen alimentos y bebidas, el establecimiento dispone de una buena infraestructura dependiendo del tipo de condiciones que disponga se encuentra clasificado por tenedores, los alimentos pueden ser consumidos dentro del establecimiento como fuera del mismo.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

Esta etapa hace referencia al plan de trabajo, la secuencia y actividades por realizar a fin de lograr los objetivos propuestos. Consiste en un conjunto de procedimientos para la planificación y gestión de un establecimiento de asados utilizando marinadas y aderezos cítricos en el Cantón Salcedo

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. *Investigación no experimental*

En este tipo de investigación no se crea ningún tipo de cambio en la variable independiente, es casi nula la posibilidad de que sea manipulada, debido a que el objeto de estudio ya existe, únicamente se puede observar cambios que se produce en ella o variaciones de comportamiento, (Sampieri, 2014, pp. 152-154).

Este tipo de investigación tiene como objetivo visualizar si existe viabilidad del proyecto por parte del segmento de mercado al cual está dirigido, para esto se realizó una encuesta tipo exploratoria con un cuestionario corto de preguntas abiertas luego de aplicarla, se procedió a realizar una encuesta definitiva para conocer las demás características que se tiende a utilizar en el proyecto.

3.1.2. *Investigación descriptiva*

Este tipo de investigación permitió conocer las características de la población del Cantón Salcedo en base al poder adquisitivo, además de establecer relaciones entre las preferencias de los posibles clientes, obteniendo como resultado conocer las necesidades de las personas y a la vez identificar las causas directas del problema.

3.1.3. *De campo o directa*

Es de campo debido a que el estudio se realizó en el lugar donde se desea implementar el restaurante conociendo así la información requerida por parte de los posibles clientes, a la vez se pudo determinar cuál puede ser la competencia que encontramos en este lugar.

3.2. Técnicas de recolección de datos

3.2.1. *Técnica cuantitativa*

Debido a que se pudo conseguir datos numéricos los mismos que ayudan a crear tablas y gráficos estadísticos con el objetivo de analizar cada resultado y saber qué expectativas podemos alcanzar.

3.2.2. *Técnica cualitativa*

Permite obtener la información de las necesidades de los posibles clientes sus gustos y preferencias acerca de los productos que se desea poner a la venta, así tenemos conocimiento de qué valoran más las personas como puede ser el precio la calidad el servicio entre otros.

3.2.3. *Instrumento*

Cuestionario: para la adquisición de información se aplicó encuestas a la población urbana del cantón Salcedo con el objetivo de tener datos reales los mismos que pueden ser positivos como negativos y posteriormente analizados así se conocerá la factibilidad del emprendimiento.

3.3. Fuentes de investigación

3.3.1. *Fuentes primarias*

Es considerada fuente primaria toda la información que pudo ser obtenida con la aplicación de las encuestas en el Cantón Salcedo.

3.3.1.1. *Encuesta*

Consiste en un procedimiento donde el investigador recopila y obtiene información real de los gustos y preferencias de los consumidores. Se utiliza un cuestionario de preguntas más

relevantes que va dirigido a un grupo de personas con la finalidad de obtener los datos requeridos para un proyecto de investigación.

3.3.2. Fuentes secundarias

Hace referencia a la información que se obtiene de las instituciones que cuentan con datos reales e importantes para el emprendimiento (INEC) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, libros, tesis, artículos científicos, páginas web con sus respectivas citas bibliográficas

3.4. Segmento de mercado

Nos permite identificar el universo al cual nos dirigimos para realizar el emprendimiento

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Geográfica	
País	Ecuador
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Salcedo
Zona	Urbana (San Miguel de Salcedo)
Clima	templado
Demográfica	
Nacionalidad	Ecuatorianos
Género	Hombres-Mujeres
Número de, habitantes	12488
Psicográficas	
Cultura	Mestizos-indígenas
Estatus Social	Media, media alta, alta
Conductual	
Actitud hacia el producto y servicio	Calidad de producto, excelencia, conformidad
Grado de lealtad	Alta
Beneficios percibidos	Calidad en el servicio, ambiente acogedor

Tabla 1-3: Segmento de mercado

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

3.5. Universo

Se tomó como universo la población del Cantón Salcedo que cuenta con un número de habitantes de 12488 correspondientes a la zona urbana, este dato se obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) según el último censo que se realizó en el año 2010.

3.6. Muestra

La muestra consiste en el total de población que se ha seleccionado para el objeto de estudio, esto dará paso a realizar un estudio viable y creíble siempre delimitado por los objetivos del estudio y considerando las características de cada población.

Población Finita

En este caso se ha tomado en cuenta el cálculo con una fórmula de población finita debido a que se tiene conocimiento del número de habitantes a los cuales se va a aplicar la encuesta tomando en cuenta datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la Población (12488)

z = Nivel de confianza (1.96).

p= probabilidad de éxito (0.9).

q= Probabilidad de fracaso (0.1)

e = Error dispuesto a cometer (0.05).

DESARROLLO:

$$n = \frac{(1.96)^2((0.90)(0.1)(12488))}{12488 (0.05)^2 + (1.96)^2(0.9)(0.1)}$$

$$n = \frac{4317,65}{31,25}$$

$$n= 138$$

3.6.1. Muestreo probabilístico

3.6.1.1. Aleatorio probabilístico uniforme

El muestreo probabilístico consiste en una técnica de elección de la muestra en la que los individuos son elegidos aleatoriamente y todos tienen la probabilidad positiva de formar parte de ella.

3.7. Tabulación y análisis de resultados

Pregunta N° 1

Género

Tabla 2-3: Análisis de la pregunta 1

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	55	40%
Femenino	83	60%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

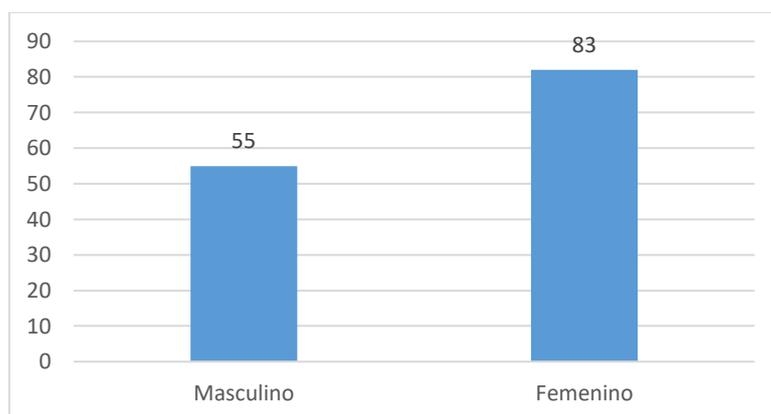


Gráfico 1-3: Corresponde a la tabla pregunta 1

Fuente: Tabla 2-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Gracias a los datos proporcionados por las encuestas el mercado potencial al cual se encuentra enfocado el establecimiento pertenece con mayor porcentaje del 60% al género femenino, permitiendo con esto brindar un servicio rápido, eficiente y a la vez ofertando un producto de calidad, el mismo que pueda disfrutar en un ambiente acogedor y agradable, en sí que permita a la persona ofrecer momentos gratos sola en compañía de amigas o familia.

Pregunta N° 2

¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

Tabla 3-3: Análisis de resultados pregunta 2

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
20-25	28	20%
31-35	56	41%
36-45	32	23%
46-en adelante	22	15%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

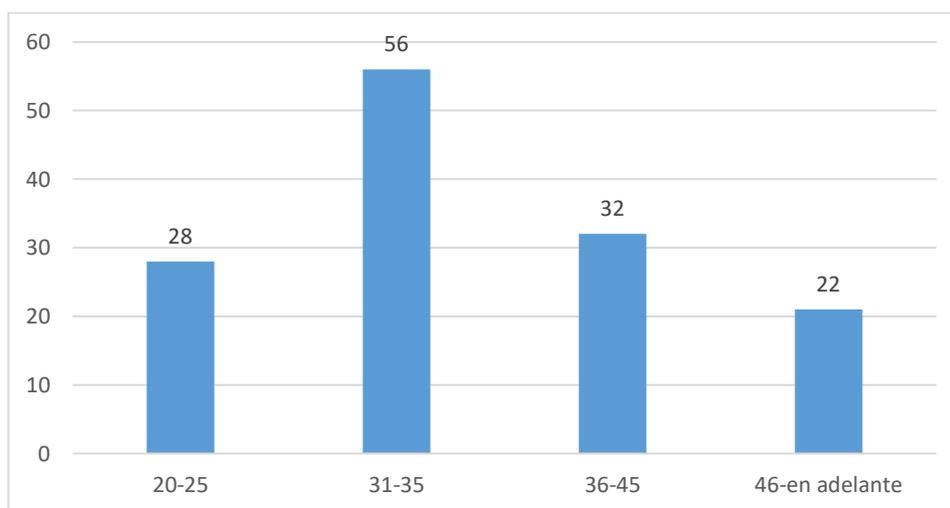


Gráfico 2-3: Corresponde a la tabla 2

Fuente: Tabla 3-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Gracias a los datos proporcionados por las encuestas se determinó que el 41 % de las personas encuestadas se encuentra en un rango de edad entre los 31-35 años, esto resultado es positivo debido a que este grupo de personas ya se dispone de un poder adquisitivo capaz de cubrir con los gastos realizados en el establecimiento, por otra parte se trata de un sector adulto el cual por cuestiones de trabajo o cualquier tipo de circunstancias acudirían al establecimiento para consumir las distintas preparaciones que disponga el local.

Pregunta Nro.3

¿Cuántas veces al mes usted consume parrilladas con su familia o amigos?

Tabla 4-3: Análisis de resultados pregunta 3

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 vez	12	9%
2 veces	14	10%
3 veces	35	26%
4 veces	77	55%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

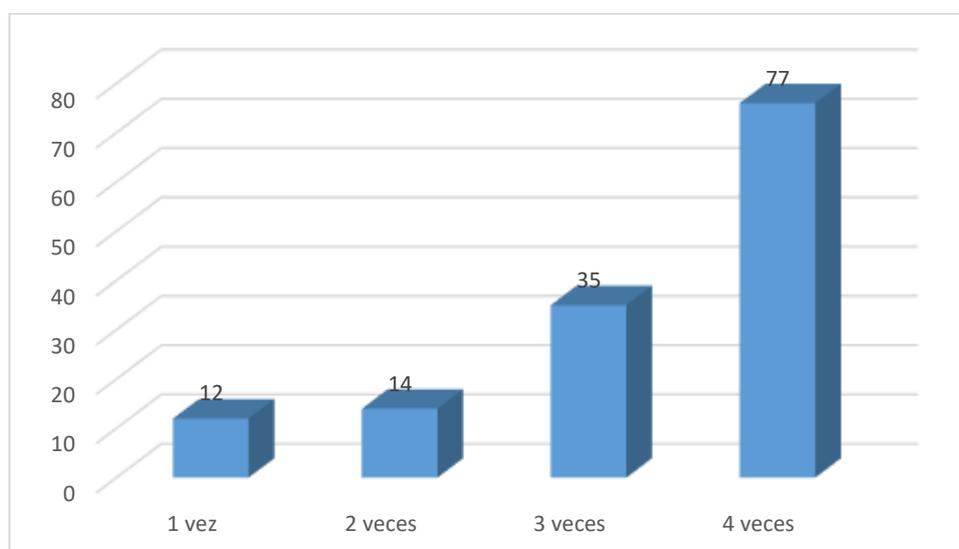


Gráfico 3-3: Corresponde a la tabla pregunta 3

Fuente: Tabla 4-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Según los resultados obtenidos el 55% de personas encuestadas manifiestan que acuden a un establecimiento parrillero 4 veces al mes, estos datos resultan beneficiosos debido a que la mayoría de persona consumen parrilladas un fin de semana ya sea esto al factor económico y a la vez porque disponen de un tiempo para pasar un momento familiar consumiendo en este tipo de establecimientos; ante esto el local deberá establecer estrategias con el fin de incrementar el consumo en el establecimiento.

Pregunta Nro.4

¿Qué tipo de vajilla le gustaría a usted que se utilice para servir parrilladas?

Tabla 5-3: Análisis de resultados pregunta 4

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Porcelana	82	60%
Aluminio	37	27%
Madera	19	13%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

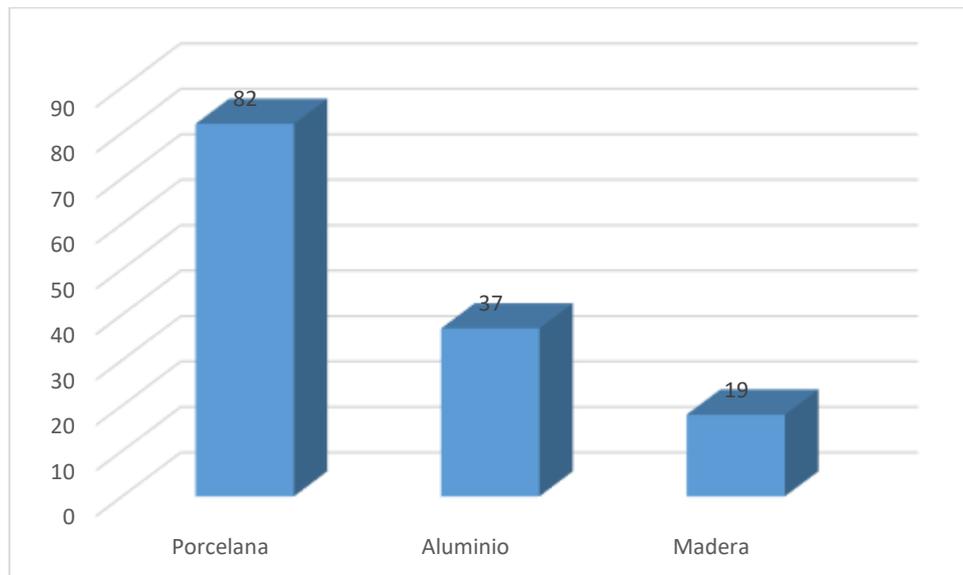


Gráfico 4-3: Corresponde a la tabla pregunta 4

Fuente: Tabla 5-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100% de personas encuestadas un 60 % mencionaron que prefieren consumir las distintas preparaciones en vajilla de porcelana debido a que es de fácil uso y además demuestra higiene en las comidas, una mejor presentación a la hora de servir las elaboraciones haciendo que cliente se sienta cómodo y a la vez importante, y con esto lograr captar la mayor cantidad de clientela para el establecimiento

Pregunta Nro.5

¿Qué tipo de parrilladas le gustaría a usted consumir?

Tabla 6-3: Análisis de resultados pregunta 5

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Parrillada al carbón	85	62%
Parrillada a la cruz	5	3%
Parrillada a gas	29	21%
Parrillada en piedra volcánica	19	14%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

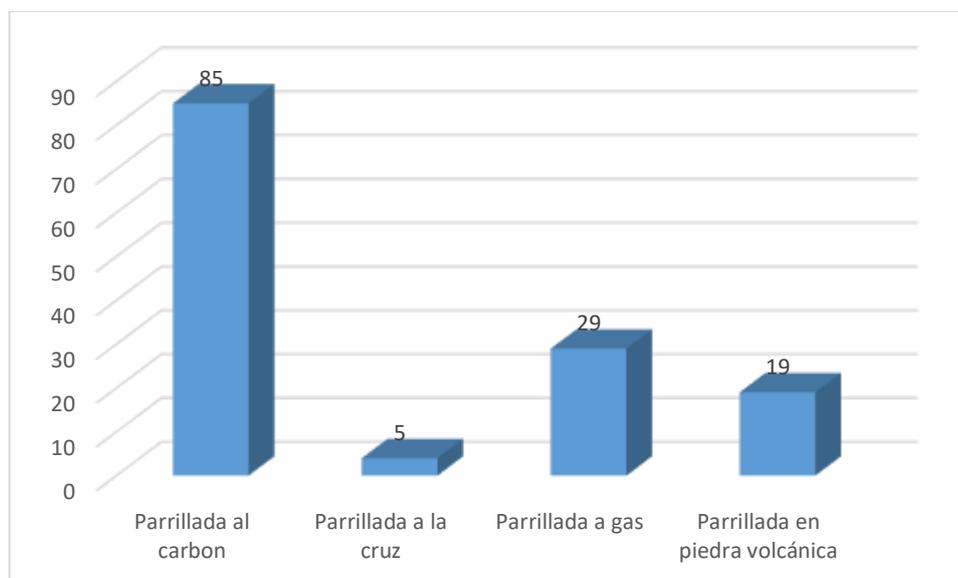


Gráfico 5-3: Corresponde a la tabla pregunta 5

Fuente: Tabla 6-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100 % de personas encuestadas un 62 % determinaron que prefieren consumir parrilladas al carbón, esto resulta ser positivo debido a que el carbón posee un bajo costo y a la vez se pueda comprar en cualquier local ya sea desde ferreterías hasta los mismos centros de abastos localizados en el Cantón, por otra parte, las cualidades organolépticas de las preparaciones son muy producidas, permitiendo de esta manera que los consumidores posean una mayoría afinidad por esta comida.

Pregunta Nro. 6

¿Cuál de los siguientes valores considera usted que forma parte de sus ingresos económicos que recibe mensualmente?

Tabla 7-3: Análisis de resultados pregunta 6

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
<u>150-300\$</u>	<u>13</u>	9%
<u>300-450\$</u>	<u>45</u>	33%
<u>450-600\$</u>	<u>48</u>	35%
<u>600-800\$</u>	<u>17</u>	12%
<u>800-1000\$ en adelante</u>	<u>15</u>	10%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

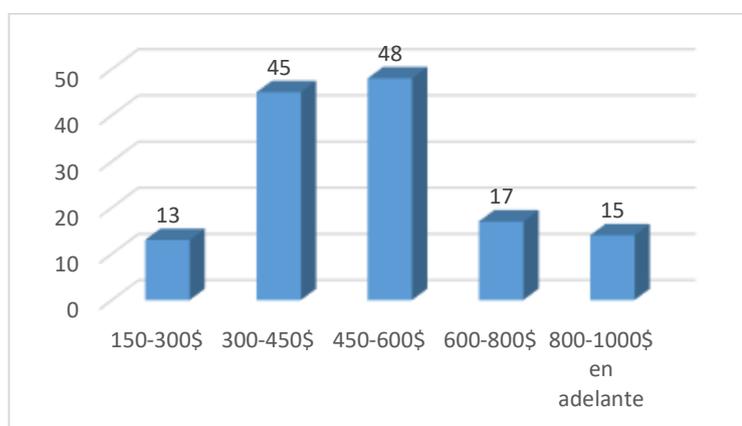


Gráfico 6-3: Corresponde a la tabla pregunta 6

Fuente: Tabla 7-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

De las personas encuestadas el 35% determinan que sus ingresos económicos mensuales son de 450-600, con los resultados obtenidos se determina que la mayoría de personas cuentan con el presupuesto económico apto para consumir de los productos que el establecimiento ofrecer a la colectividad, además que el precio se va establecer conforme al de la competencia y a la vez al sector económico al cual se encuentra enfocado que es la mayoría es a un clase media y media baja.

Pregunta Nro.7

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en un establecimiento de parrilladas?

Tabla 8-3: Análisis de resultados pregunta 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
<u>3, 00-5,00 \$</u>	<u>60</u>	43%
<u>5,00-10,00\$</u>	<u>47</u>	34%
<u>10,00-15,00\$</u>	<u>21</u>	15%
<u>15,00-20,00\$</u>	<u>10</u>	7%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

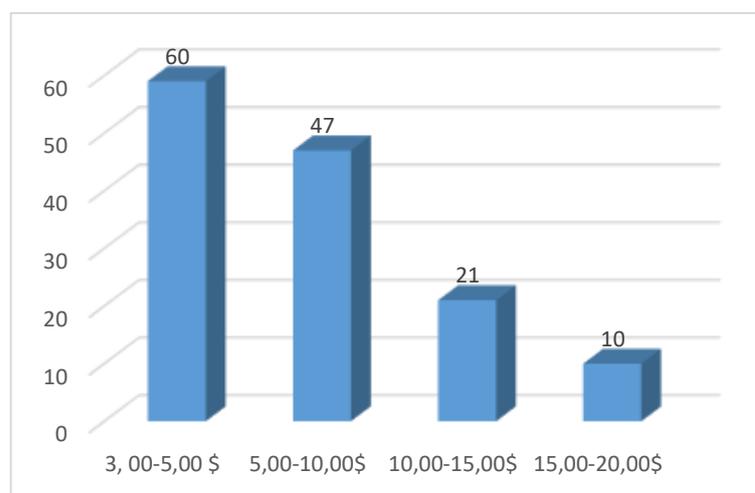


Gráfico 7-3: Corresponde a la tabla pregunta 7

Fuente: Tabla 8-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100 % de personas encuestadas el 43 % indican que están dispuestos a pagar de 3,00- 5,00. Para el establecimiento este resultado es satisfactorio por el hecho de que la mayoría de los precios de la carta de Befe & Burger se encontrarán en este rango, esto debido al tipo de mercado al cual se encuentra dirigido, que en este caso se trata de aquellas personas que posee un poder adquisitivo moderado que sobrepasa en un pequeño porcentaje el salario básico.

Pregunta Nro.8

¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría a usted que se aplique para la implementación del negocio?

Tabla 9-3: Análisis de resultados pregunta 8

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Logotipo 1	49	36%
Logotipo 2	17	12%
Logotipo 3	72	52%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

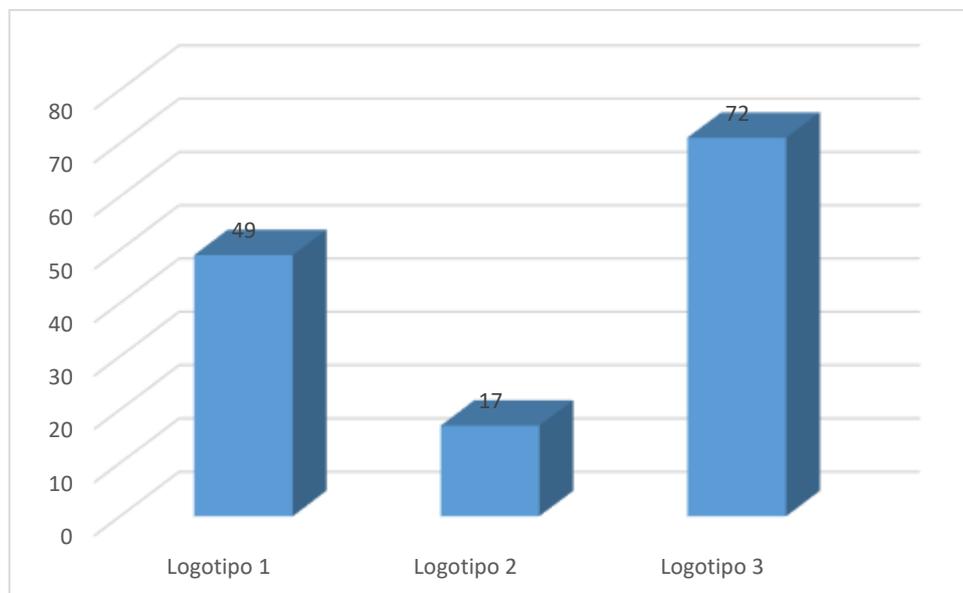


Gráfico 8-3: Corresponde a la tabla pregunta 8

Fuente: Tabla 9-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100% de personas encuestadas el 52 % determinan que el logotipo número 3 es el más acorde a utilizar para el establecimiento, esto gracias a la conjugación de colores, así como la imagen utilizada, esto tiende a ser llamativa para las personas, por otra parte, se utilizará estos tonos de colores para decorar el establecimiento permitiendo que el cliente se sienta cómodo y a la vez identificado con el lugar.

Pregunta Nro.9

¿Existen otros establecimientos que ofrezcan productos semejantes al nuestro?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	21	15%
NO	117	85%
Total	138	100%

Tabla 10-3: Análisis de resultados pregunta 9

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

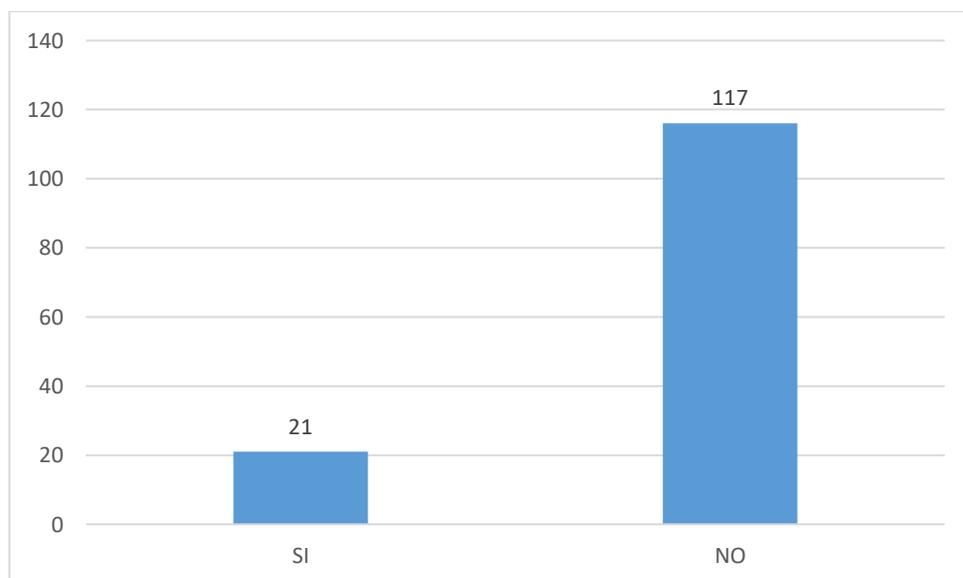


Gráfico 9-3: Corresponde a la tabla pregunta 9

Fuente: Tabla 10-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100% de personas encuestadas el 85% manifiesta que no existen establecimientos que ofrezcan productos similares al que el local brindará a la ciudadanía, es un resultado positivo debido a que garantizará una buena fluctuación de clientela hacia nuestro emprendimiento, de la misma manera se utilizará estrategias para el producto las cuales permitan incrementar en consumo en el negocio.

Pregunta Nro.10

¿Cómo le gustaría a usted el estilo del establecimiento de parrilladas?

Tabla 11-3: Análisis de resultado pregunta 10

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Clásico	38	28%
Rústico	58	42%
Común	25	18%
Moderno	17	12%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

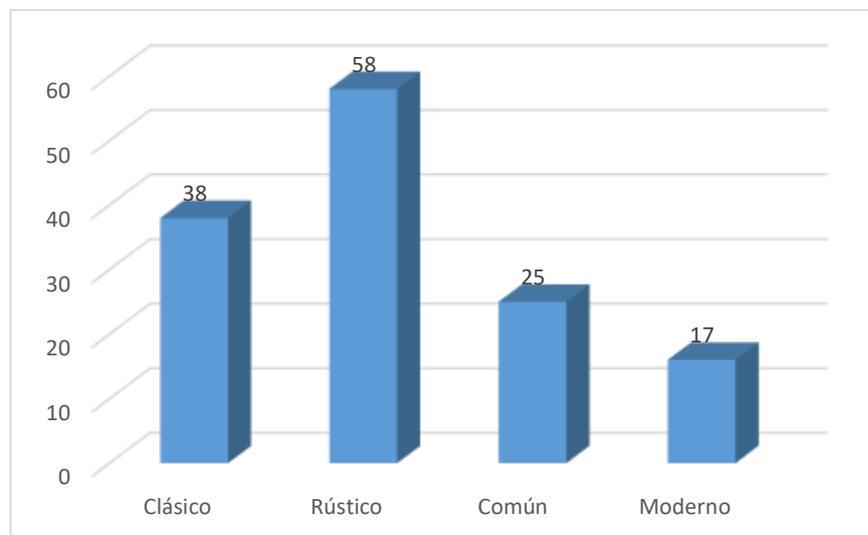


Gráfico 10-3: Corresponde a la tabla pregunta 10

Fuente: Tabla 11-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100% de personas encuestadas el 42% indican que el estilo del establecimiento que prefiere la ciudadanía del cantón es rústico, el resultado obtenido es beneficioso debido a que va acorde con el tipo de producto que se está ofreciendo, de la misma forma los envases utilizados para la preparación son asemejados al estilo ya que se utiliza distintos todos que va desde café, marrón y crema, por otra parte el mobiliario y elementos decorativos del área de servicio proyectan comodidad y distinción a comparación de los demás locales.

Pregunta Nro.11

¿En qué horarios le gustaría a usted que se atienda el establecimiento?

Tabla 12-3: Análisis de resultados pregunta 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
10:00 am- 16:00pm	22	16%
16:00 pm – 22:00 pm	30	22%
11:00 am- 23:30 pm	86	62%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

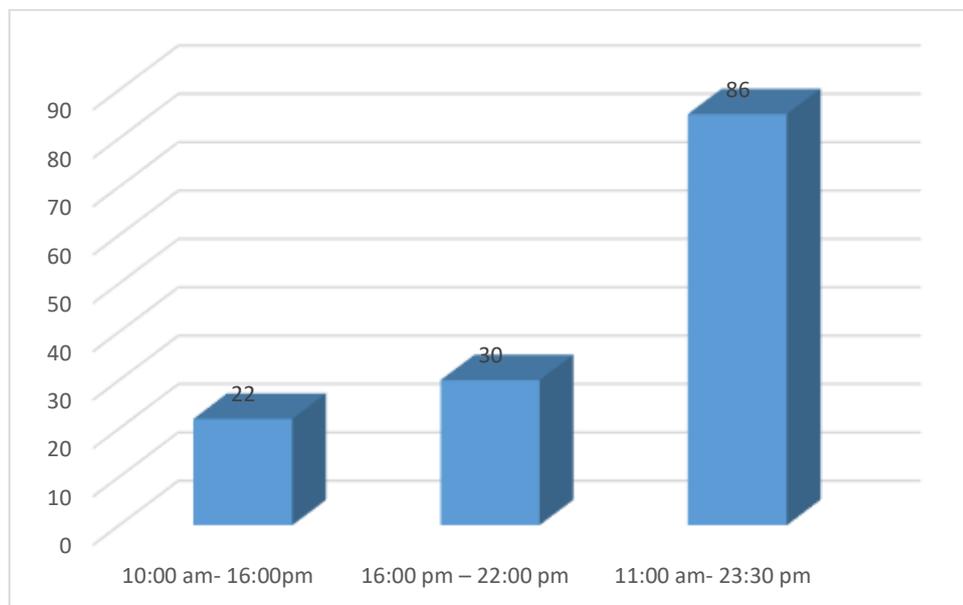


Gráfico 11-3: Corresponde a la tabla pregunta 11

Fuente: Tabla 12-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Del 100% de personas encuestadas un 62% indican que los horarios más indicados para la atención del establecimiento son de 11:00am-23:30 debido a que el cliente por su trabajo u otras ocupaciones que posea durante la mañana, para el horario de la tarde tendría su tiempo disponible para consumir en el local con tranquilidad, ya sea solo o en compañía de sus amigos o familia.

Pregunta Nro.12

¿Le gustaría a usted que el establecimiento se encuentre ubicado en los locales del mercado central de Salcedo?

Tabla 13-3: Análisis de resultados pregunta 12

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	133	97%
NO	5	3%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

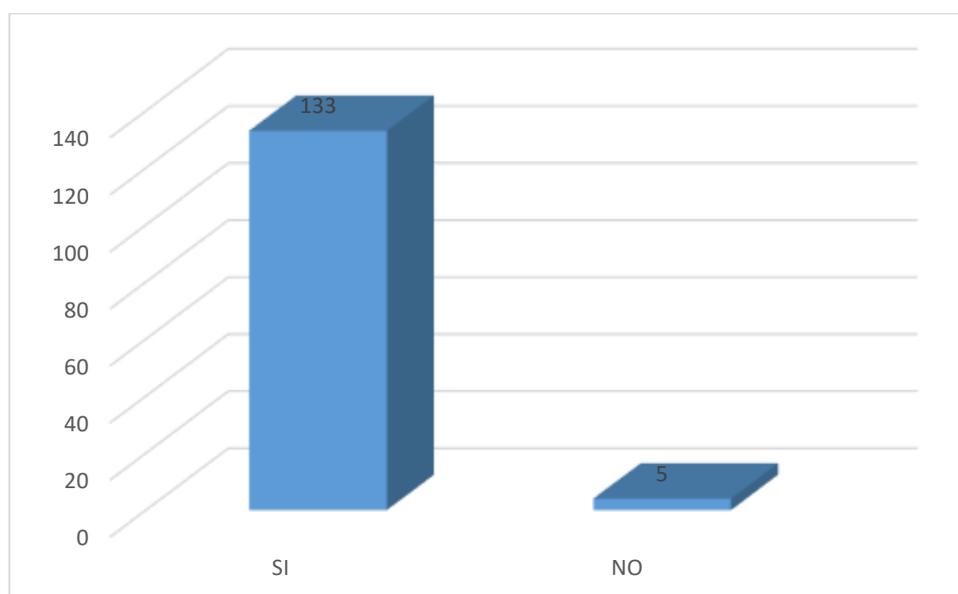


Gráfico 12-3: Corresponde a la tabla pregunta 12

Fuente: Tabla 13-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

El 97% de las personas encuestadas manifiestan su aceptabilidad para que el restaurante de parrilladas se encuentre ubicado en uno de los locales del mercado central del cantón Salcedo debido a que es un sitio estratégico en donde la mayor parte de la ciudadanía conoce y tiene mayor accesibilidad, en especial, porque durante los días de feria las personas necesitan de un lugar en donde puedan consumir sus alimentos y a la vez realizar las compras que necesitan.

Pregunta Nro.13

¿Que valora usted en un restaurante de parrilladas?

Tabla 14-3: Análisis de resultados pregunta 13

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Precio	35	26%
Calidad de servicio	38	28%
Calidad de producto	58	42%
Valor agredo (música, ambiente)	7	4%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

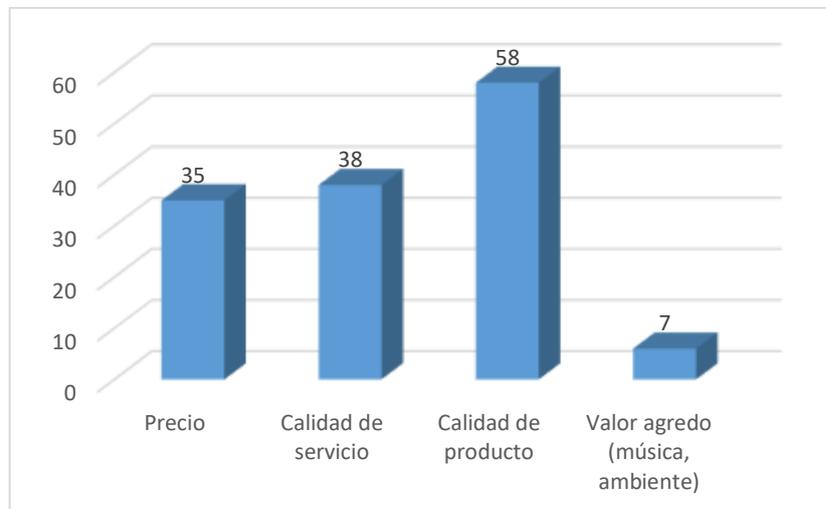


Gráfico 13-3: Corresponde a la tabla pregunta 13

Fuente: Tabla 14-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

El 42% de encuestados indican que el valor que consideran de mayor relevancia en un restaurante de parrilladas es la calidad del producto y es en base a este factor al cual se encuentra enfocado el local, ya que los métodos, técnicas y procesos aplicados durante la producción es lo que marca la diferencia en comparación a los demás establecimientos.

Pregunta Nro.14

¿Le gustaría a usted que se implemente un Restaurante de Parrilladas en el Cantón Salcedo?

Tabla 15-3: Análisis de resultados pregunta 14

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	134	98%
NO	4	2%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

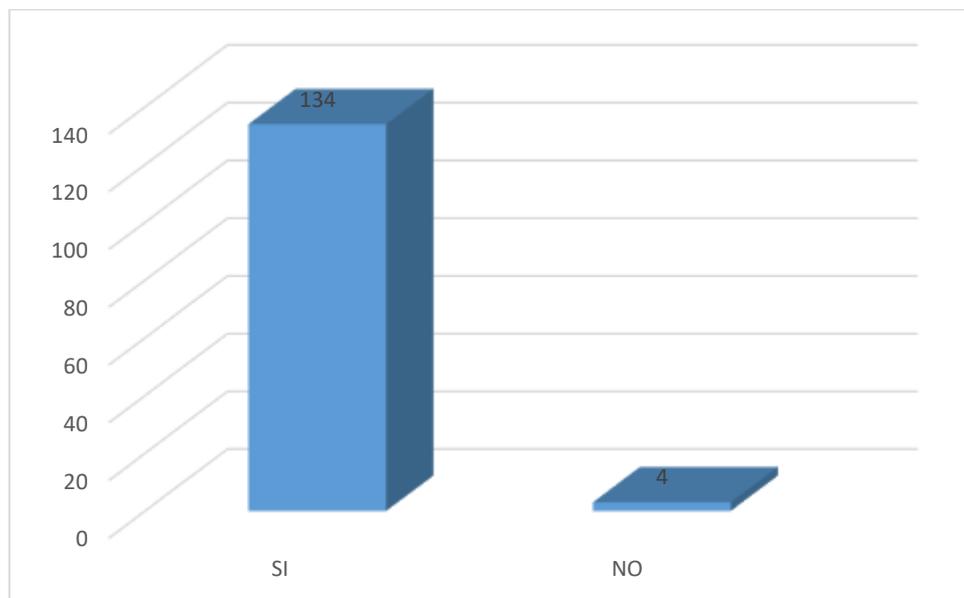


Gráfico 14-3: Corresponde a la tabla pregunta 14

Fuente: Tabla 15-3

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

El 98% de las personas encuestas indica que la ciudadanía del Cantón Salcedo está de acuerdo con la implementación de un restaurante de parrilladas, debido a que brinda una nueva oferta en el mercado con innovación y calidad en cada uno de los productos, ante este porcentaje de aceptabilidad alto se procede a seguir con los demás estudios, los mismos que garantice la factibilidad del emprendimiento.

CAPÍTULO IV

4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La implementación del emprendimiento tiene con fin cubrir las necesidades insatisfechas de las personas, mediante la generación de bienes y servicios de calidad, aunque se posean el riesgos de enfrentar problemas a futuro con la competencias o la misma clientela por las exigencias en cuanto a calidad y precio, es importante poseer iniciativa propia y a la vez encontrarse en constante innovación, incluso si es necesario saber conformar un equipo de trabajo, para que todo lo inicialmente planteado se demuestre en hechos y reflejen por sí mismo buenos resultados. El establecimiento además del producto priorizará el tipo de servicio que ofrecerá, así como la tipa de decoración que se utilizase para el área de consumo, permitiendo con esto que el cliente pueda consumir sus alimentos en un lugar agradable, acogedor y a la vez que lleve guardado en su mente momento gratos en compañía de sus amigas a la familia.

El emprendedor es considerado aquella persona que proponer nuevas ideas de negocio, sin importar las dificultades que se le presente, tiene muy claro hacia dónde va encaminado su negocio y los objetivos que debe cumplir para lograr el éxito. Se encuentra siempre analizando los cambios que se van generando en el mercado, así como las tendencias, las nuevas modas, y las nuevas necesidades, gustos y preferencias de los consumidores; pero también, analizando los productos y servicios de la competencia y viendo a cuáles podría agregarle nuevas características, además de idear nuevos productos y servicios que satisfagan necesidades. Para una proyección a futuro el emprendimiento contará con ciertas capacidades para llegar éxito como: flexibilidad, dinamismo, creatividad, empuje, etc. Se trata de valores necesarios ya que los emprendimientos se enfrentan a todo tipo de dificultades y por ende se debe posee cierta capacidad para adaptarse a una realidad cambiante. Cabe mencionar que el trabajo en equipo suele ser el mejor camino a la hora de impulsar un proyecto, ya que potencia las virtudes de cada integrante.

4.1. Identificación de la idea

4.1.1. Lluvia de ideas

Tabla 1-4: Lluvia de ideas

IDEAS	CARACTERÍSTICAS	NECESIDAD PROBLEMA QUE SE OFRECE
1. Establecimiento de asados utilizando marinadas y aderezos cítricos	Las carnes serán marinadas a base de cítricos tales como mandarina, toronja, maracuyá y piña las cuales aportarán sabor y concentrarán mejor a las carnes junto con especias adicionales.	La idea de un establecimiento de asados surge de la necesidad básica de alimentación y economía, vemos pues que al ofrecer comida de calidad a un precio accesible podemos ser competitivos en el mercado, y además aumentar la economía el cual nos permita subsistir.
2. Establecimiento de asados utilizando marinadas y aderezos dulces	Se utilizará frutas como manzana, uva, fresa, sandia, papaya	Servicio de Alimentación un ambiente acogedor y agradable
3. Establecimiento de asados utilizando marinadas aderezos con frutas silvestres	Mora, mortuño, arándanos, cerezas	Servicio de Alimentación un ambiente acogedor y agradable

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Se dará a conocer un listado de ideas en donde dando a conocer diferentes características y necesidades o problemas que ofrece se determinará la más acertada para la ejecución del proyecto

4.1.1.1. Selección y evaluación de la idea

Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea

Criterio Ideas	Mercado potencial	Nivel de innovación	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Tendencia nacional	Total
Asados utilizando marinadas y aderezos cítricos.	5	4	5	5	3	22
Asados utilizando marinadas y aderezos con frutas dulces.	4	3	4	5	3	19
Asados utilizando marinadas y aderezos con frutas silvestres	3	3	4	5	3	18

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Tabla 3-4: Valores de evaluación de la idea

Nulo	Bajo	Medio	Medio Alto	Alto
1	2	3	4	5

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Para la evaluación de la idea se ha tomado en cuenta 5 variables en donde se evaluará con valores de 1 a 5 donde 5 es el más alto, al sumar se obtendrá un total de 25, considerando de esta forma la idea más acertada para poner en práctica en la implementación del proyecto.

4.1.1.2. Descripción de la idea seleccionada

Una vez que se ha realizado la evaluación, se pudo identificar que la idea con el puntaje más alto es de 22, lo que quiere decir que la idea más acertada es la implementación de un Establecimiento de Asados utilizando marinadas y aderezos cítricos en el Cantón Salcedo.

La característica principal de esta idea es que tiene una propuesta diferente a lo que se conoce actualmente en el mercado de Salcedo como es la aplicación de frutas cítricas en sus marinadas y aderezos, y esto brindará un exquisito aroma y sabor a cada una de las preparaciones

4.1.2. Justificación

En la actualidad existe una gran diversidad de restaurantes en el Ecuador, pero muchos de ellos no causan impacto a la ciudadanía, ya sea por los productos o por el tipo de atención que ofrecen al cliente. Es por esto que surge la idea de implementar un Establecimiento de Asados utilizando marinadas y aderezos cítricos donde el cliente conocerá una propuesta diferente e innovadora y con los productos y servicios ofrecidos hará que el cliente se deleite de un exquisito plato. Adicional a esto la forma de presentar el plato, el comensal sentirá necesidad por consumir aún más de los productos. Hay que tomar en cuenta que el lugar contará con un ambiente acogedor: música agradable, sillas, mesas, que vayan acorde con la decoración del establecimiento, además que podrá estar seguro y tranquilo ya que se utilizará los mejores estándares de higiene e inocuidad en cada proceso de producción aplicado. El cliente tendrá la oportunidad de disfrutar de un momento agradable acompañado de amigos y familia, y además de esto podrán sentirse satisfechos al recibir un producto exquisito con un servicio de calidad.

4.1.3. Nombre del emprendimiento

Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento

Atributo de la idea	Original	Descriptiva	Significativo	Agradable	Fácil de recordar	Claro	Total
Beef & Burger	4	4	3	5	5	5	26
Al carbón	3	4	3	4	4	4	22
La casa de la parrilla	3	3	3	3	4	4	20

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Tabla 516-4: Valores de evaluación del nombre

Nulo	Bajo	Medio	Medio Alto	Alto
1	2	3	4	5

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.1.4. Descripción del emprendimiento

El establecimiento de Asados Beef & Burger es una empresa nueva en el Cantón Salcedo que tiene como objetivo principal ofrecer a la ciudadanía asados a la parrillada en donde su principal característica es la utilización de marinadas y aderezos cítricos con la finalidad de aportar un exquisito sabor y aroma en las carnes, y a su vez podrán acompañar con exquisitas guarniciones, ensaladas en cada una de sus preparaciones. Además, que podrá disfrutar de un ambiente acogedor y una excelente atención con personal altamente calificado.

4.1.4.1. Misión

“Beef & Burger” es una empresa innovadora que se dedica elaborar asados utilizando marinadas y aderezos cítricos, con materia prima de calidad, personal altamente calificado para la producción, servicio orientado a superar las expectativas y satisfacer los más exigentes paladares.

4.1.4.2. Visión

Ser una empresa líder en el expendio de parrilladas con marinadas y aderezos cítricos ofreciendo los más exquisitos productos y de la más alta calidad, donde disfruten de una

experiencia de deleite y bienestar, en un periodo de cinco años en el mercado logrando así cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

4.1.4.3. Políticas y estrategias

Tabla 6-4: Políticas y estrategias

POLÍTICAS	ESTRATEGIAS
Personal altamente calificado	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un proceso de selección de personal • Determinar el personal apto para el proceso de producción • Capacitación de personal en servicio y atención al cliente
Productos de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar proveedores que ofrezcan materia prima de calidad • Aplicar técnicas y métodos aprendidos en todo el proceso de producción • Mantener una excelente presentación en los platos
Ambiente acogedor	<ul style="list-style-type: none"> • Música agradable • Decoración del establecimiento acorde con el tipo de comida que se va a ofrecer • Sitio cómodo para disfrutar de diferentes y exquisitos platos

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.1.4.4. Valores y principios

a. Valores axiológicos

Respeto

Honestidad

Honradez

Lealtad

Paciencia

Constancia

b. Valores de trabajo

Puntualidad

Responsabilidad

Compromiso

Innovación

Profesionalismo

4.1.4.5. Distingos y ventajas competitivas

Tabla 7-4: Distingos y ventajas competitivas

VENTAJAS	DISTINGOS
Lugar estratégico en el centro del Cantón Salcedo	Ambiente Acogedor en el Establecimiento de asados
Conocimientos técnicos aprendidos durante la carrera de estudios	Innovación en cuanto a la utilización de frutas cítricas para marinar las carnes
Carta de menú amplia y variada	Diferente decoración y presentación en los platos de manera que llame la atención al cliente.
	Promociones y ofertas en los productos
	Excelente servicio con personal capacitado

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.1.5. Aplicación del FODA

Tabla 8-4: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal altamente capacitado que cuente con los conocimientos necesarios en la elaboración de cada una de las preparaciones. <ul style="list-style-type: none">• Capacitaciones secuenciales con la finalidad de ir innovando para ofrecer lo mejor al cliente.• Infraestructura moderna y adecuada de manera que el área donde se va a elaborar los asados esté alejada de los clientes para evitar que se exista contaminación• Excelente servicio y atención.	Hay un mercado potencial, en donde nuestro establecimiento tiene gran acogida. <ul style="list-style-type: none">• Crecimiento del negocio en corto tiempo.• Reconocimiento rápido de la marca por medio de ofertas publicitarias utilizando las redes sociales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Ser un establecimiento nuevo en el mercado. <ul style="list-style-type: none">• Recursos económicos faltantes para la adquisición de maquinaria indispensable para todo el proceso de producción.	Existencia de competencia <ul style="list-style-type: none">• Encontrar la ubicación y local adecuado de acuerdo al tipo de infraestructura requerida para el establecimiento.• Temporada baja en ciertas épocas del año.

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso con el cual mediante una recopilación de datos obtenidos se realiza un análisis de los gustos y preferencias de los productos, precios y servicios por parte de los clientes. Una vez que se ha obtenido esta información permite ofrecer al mercado una nueva opción de establecimiento.

Con los datos obtenidos en el estudio se determinó la demanda, oferta y demanda insatisfecha del mismo modo que el mix de mercado.

Tabla 9-4: Identificación de la población de estudio

POBLACIÓN	12488	
$PO(1 + 1)^{años}$		
PO=	12488	%
I=	2,67	0,0267

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Tabla 10-4: Crecimiento poblacional

	AÑO	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL	DIFERENCIA
0	2010	12488	12488	0
1	2011	12488	12821	333
2	2012	12488	13164	342
3	2013	12488	13515	351
4	2014	12488	13876	361
5	2015	12488	14247	370
6	2016	12488	14627	380
7	2017	12488	15018	391
8	2018	12488	15418	401
9	2019	12488	15830	412
10	2020	12488	16253	423
11	2021	12488	16687	434
12	2022	12488	17132	446

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

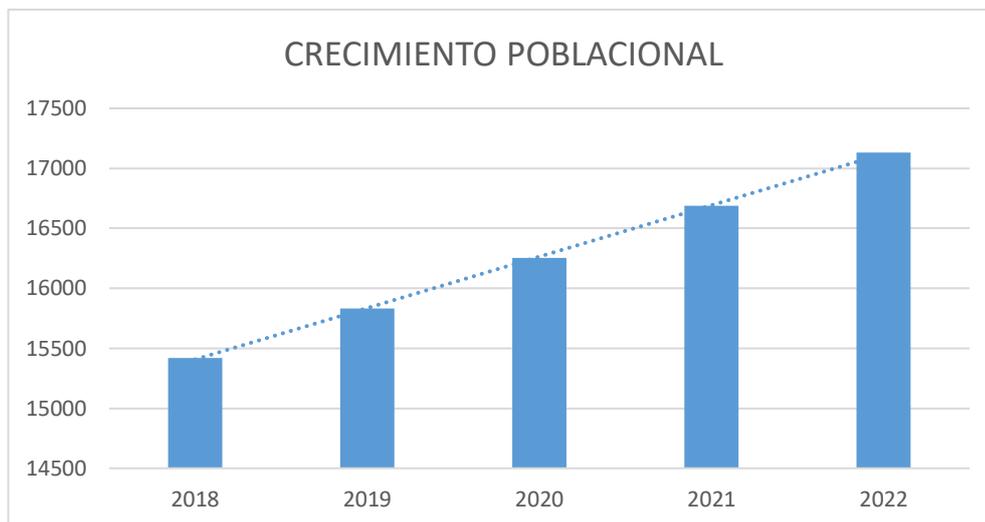


Gráfico 1-4: Crecimiento poblacional desde el 2018

Fuente: INEC 2010

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.1. Demanda

Para la determinación de la demanda se tomó los datos obtenidos de las encuestas aplicadas de la misma forma que los datos obtenidos desde el año 2018 hasta el 2022 de la tabla de crecimiento poblacional.

Tabla 11-4: Demanda

AÑO	POBLACIÓN	CONSUMO	POBLACIÓN OBJETIVO
2018	15418	98%	15109,64
2019	15830	98%	15513,40
2020	16253	98%	15927,94
2021	16687	98%	16353,26
2022	17132	98%	16789,36

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

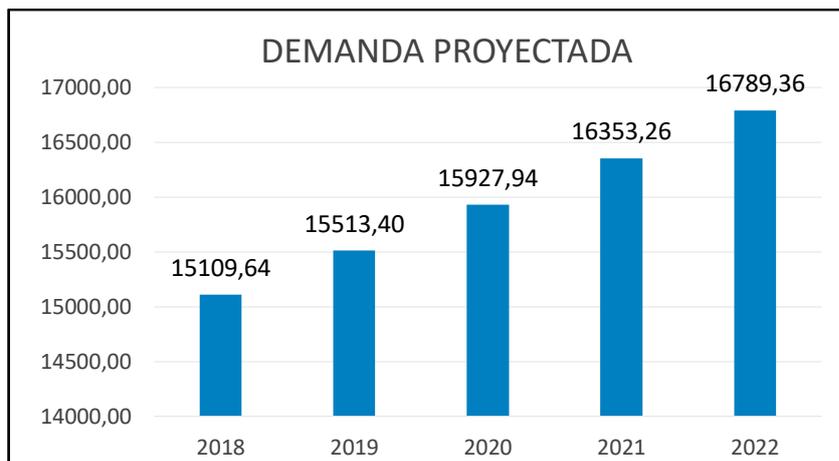


Gráfico 2-4: Demanda proyecta

Fuente: Estudio de mercado
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.2. Oferta

Para determinar la oferta proyectada se estableció los datos obtenidos que arrojó la encuesta basándose en la pregunta donde se identifica si existen otros establecimientos que ofrezcan productos semejantes al establecimiento que se pretende implementar.

Tabla 12-4: Oferta proyectada

AÑO	OFERTA LOCAL	OFERTA PROYECTADA
2018	15%	2266,45
2019	15%	2327,01
2020	15%	2389,19
2021	15%	2452,99
2022	15%	2518,40

Fuente: Estudio de mercado
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

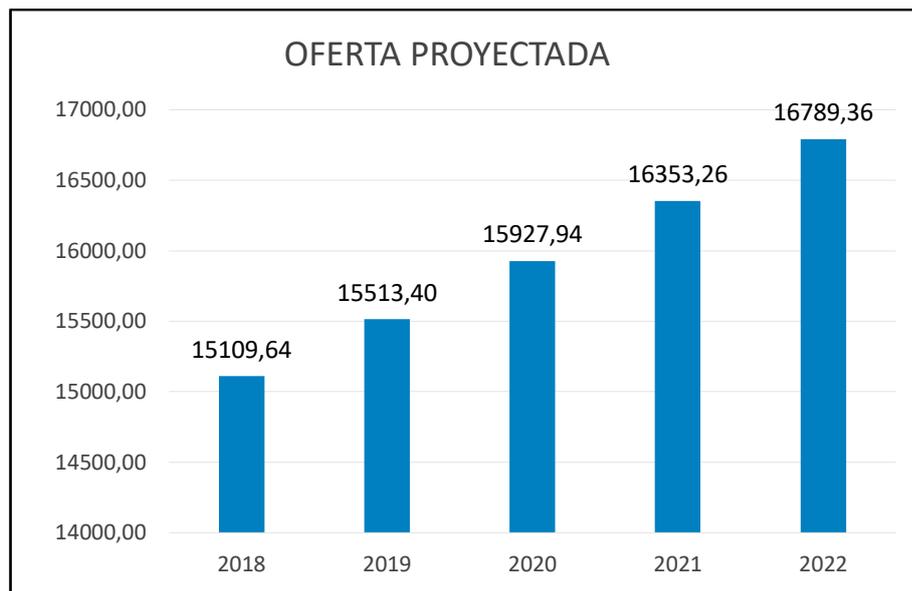


Gráfico 3-4: Oferta proyectada

Fuente: Estudio de mercado
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.3. *Demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha se obtiene realizando una resta de la demanda proyectada con la oferta proyectada, al realizar esta operación se obtiene una demanda insatisfecha, tomando en cuenta que la demanda es superior a la oferta, por tal razón se concluye que el establecimiento es considerado viable, es decir tiene aceptación por parte del mercado, por tal motivo es posible continuar con la ejecución de los demás estudios establecidos.

Tabla 13-4: Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2018	12843
2019	13186
2020	13539
2021	13900
2022	14271

Fuente: Estudio de mercado
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

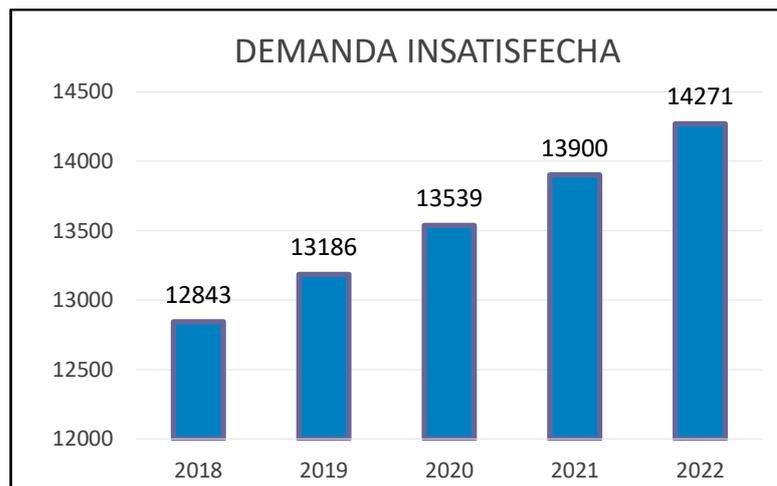


Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.4. *Mix de mercado*

Se debe considerar cuáles son las necesidades del cliente y el mismo debe estar conforme con el producto y servicio brindado.

4.2.4.1. *Producto*

El tipo de producto que se va a ofrecer en el establecimiento es parrilladas con sus distintas variaciones, es un tipo de comida fácil de consumir, económica, de fácil preparación y muy requerida por la ciudadanía del cantón. Además de ser innovador ya que se utilizará frutas cítricas tanto para marinadas y aderezos y esto aportará un sabor diferente a las preparaciones.

a. Marca

BEEF & BURGER

El nombre se escogió elaborando un cuadro en donde se dio a conocer opciones y las características principales del establecimiento siendo así original, fácil de recordar, significativo etc. Elegir el nombre para el establecimiento es muy importante ya que el cliente podrá reconocerlo de forma más fácil al igual que lo identificará de la competencia

b. Slogan

El slogan de la empresa se decidió tomando en cuenta que debe ir acorde con el nombre del establecimiento, al igual que el cliente al visualizarlo no lo olvide y lo identifique de forma clara con el establecimiento.

!Imposible no probarlo!

c. Logo de la empresa

Se elaboró tomando en cuenta las características del local, se ha combinado los colores que harán contraste con el nombre al igual que identifica el tipo de productos que se va a ofrecer.

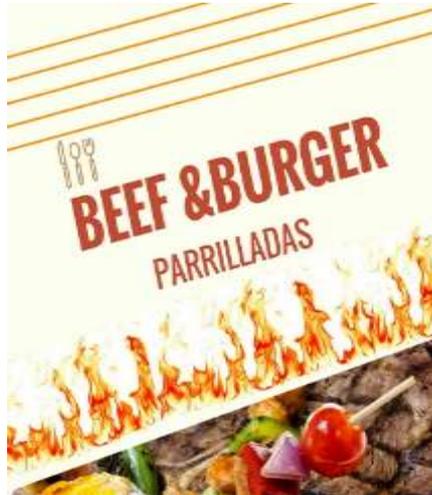


Figura 1-4: Logo de la empresa
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Colores de la empresa

Amarillo Este color ayuda a incrementar el metabolismo, le agrega brillo y luz al lugar, y también brinda energía.

Naranja: Este tono es sinónimo de entusiasmo, emoción, calidez y precaución. Por eso es usado para atraer la atención y provocar alegría.

Colores en la publicidad

Rojo: Permite la estimulación del apetito.

d. Identificación corporativa

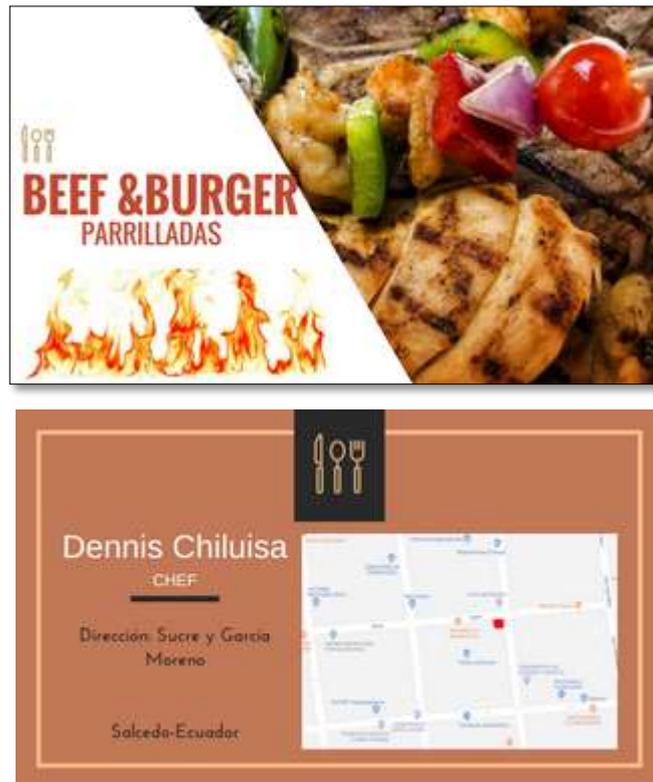


Figura 2-4: Identificación corporativa
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.4.2. Precio

Los precios que se aplicarán en la venta de nuestros productos serán de acuerdo al tipo de servicio que estaremos ofreciendo, es decir: la instancia, música, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

4.2.4.3. Plaza o distribución

Al contar con una ubicación estratégica específicamente se encontrará en Salcedo en el mercado central debido a que es aquí donde se encuentra el segmento de mercado al cual está dirigido el proyecto.

4.2.4.4. Promoción

Se utilizará las redes sociales como medio de publicidad, todos los días martes se ofrecerá con bebidas gratis por cada compra realizada. Los fines de mes se contarán con la presencia de

artistas invitados al igual que en fechas especiales como el día de la Madre, Navidad, el día del niño etc. con la finalidad de llamar la atención y que la ciudadanía tenga mayor conocimiento de la empresa.

4.2.5. Análisis del sector

El Establecimiento de Asados Beef & Burger considerando las encuestas realizadas se considera que debería estar ubicado en un sitio central en este caso se ha tomado en cuenta el mercado central el cual es un sitio con gran afluencia por parte de la ciudadanía, hay que tener en presente también que en sus alrededores existe competencia como es la directa la cual está directamente relacionada con los productos que se está ofreciendo, y la competencia indirecta que ofrecen también productos de alimentación

a. Competencia Directa

Restaurantes que se dedican al expendio de Parrilladas y Comida Rápida

- La Carreta de Don Juan
- Restaurant de Parrilladas Columbos
- Columbos Fast Food
- Tío Sam Burger
- Parrilladas Doña Cecy

b. Competencia indirecta

Otro tipo de Restaurantes:

- Restaurante Mama Chabi: Comida típica y criolla
- Hornado Mercado Central Salcedo
- Los agachaditos Salcedenses
- Asadero el Leñador
- Asadero La Esquina de Alex
- Asadero Don "Lloguito.

4.2.6. Cargos y funciones del área comercial

El área Comercial conocida también como área de servicio implica a todo lo relacionado con el área de servicio, el personal altamente calificado que debe cumplir con cada una de las funciones al igual que el mantenimiento del área en excelentes condiciones.

Tabla 14-4: Profesiograma del área comercial

PUESTO	
Puesto de trabajo	Cajero. Mesero
Código de puesto	3
Formación	Bachiller
Experiencia	Máximo 6 meses
Edad	20 años en adelante
Aptitudes	Limpieza, rapidez, cuidadoso, puntual, trabajo en equipo, lealtad, ser polivalente, adaptabilidad
Actitudes	Entusiasmo, positivo, creativo, empatía, honestidad.
N° act	Actividades
1	Cuidar el manejo de la caja
2	Dar la bienvenida al establecimiento
3	Revisar las promociones diarias para informar al cliente
4	Tomar la orden en las respectivas mesas
5	Explicar la carta si fuera necesario
6	Enviar el pedido a la cocina
7	Entregar el pedido al cliente
8	Estar pendiente de inquietudes
9	Retirar los platos y desperdicios al ver que el cliente se marcha
10	Cerrar caja
11	Limpieza del área de servicio
Tarea y funciones que realiza en el puesto.	Control de la caja
	Limpieza
	Tomar en cuenta sugerencias
	Contacto directo con el personal de cocina
Útiles, herramienta o maquinaria de trabajo a utilizar	Refrigeradora, caja registradora, útiles de aseo para la limpieza de las mesas
Exigencias funcionales	Limpieza, rápido, creativo, puntual, organizado, amable.
Competencia	Enviar el pedido directamente al área de cocina.
	(Especificar el pedido para que el mismo salga tal cual lo pidió el cliente)
Conocimientos	Atención al cliente
	Servicio en salón
Capacitación	Atención al cliente
Horario de trabajo	08:00 – 04:00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.7. Determinación de inversiones

Tabla 15-4: Muebles y enseres del área comercial

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
MUEBLES Y ENSERES PRODUCCIÓN			
MESA DE TRABAJO	1	158,00	158,00
MUEBLES Y ENSERES VENTAS			
MESAS DE MADERA	6	40,00	240,00
SILLAS MADERA TIPO SAFA	24	17,00	408,00
BARRA DE MADERA PARA CAJA	1	200,00	200,00
ESTANTERIA METALICA 4 SEPARADORES	1	110,00	110,00
MACETAS RECTANGULARES 1METRO POR 30 CENTIMETROS	4	20,00	80,00
ROTULO DE 2,50 POR 1,10	1	180,00	180,00
TOTAL		725,00	1.376,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.2.8. Gastos del área comercial

Tabla 16-4: Cosos del área comercial

GASTO PROMOCIÓN		
TIPO	CANTIDAD	C.ANUAL
CARTA MENÚ	7	28,00
TARJETA DE PRESENTACIÓN	1000	45,00
GIGANTOGRAFIAS	5	40,00
FACEBOOK	1	0,00
PÁGINA WEB	1	40,00
TOTAL		153,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3. Estudio técnico

El Estudio Técnico hace referencia a todo lo relacionado con el funcionamiento de la planta, es decir la distribución de cada una de sus instalaciones, y los requerimientos necesarios para el desenvolvimiento de cada una de las áreas.

4.3.1. Determinación del tamaño

Se aplicará la siguiente fórmula

Tabla 17-4: Determinación del tamaño de planta

CI=CAPACIDAD DE INSTALACIÓN	
CR=CAPACIDAD REAL	
CO=CAPACIDAD OCIOSA	FÓRMULA $CR=CI-CO$ $100-25=75$

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis

Con la aplicación de la fórmula se determinó que el establecimiento posee una capacidad instalada de 25 pax diarios, de la misma forma la capacidad real 100 pax y la capacidad ociosa se considera 75 pax, tomando en consideración los datos obtenidos se puede determinar la capacidad del establecimiento.

4.3.2. Capacidad del emprendimiento

Tabla 18-4: Capacidad de planta

TIPO DE RECETA ESTÁNDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
COSTILLA EN SALSA DE NARANJA	2	14	56	672
ALITAS EN SALSA DE NARANJA	3	21	84	1.008
CHULETA EN SALSA DE MARACUYA	3	21	84	1.008
POLLO MARINADO EN SALSA DE PIÑA	4	28	112	1.344
CAMARONES EN SALSA DE NARANJA	3	21	84	1.008
LANGOSTINOS EN SALSA DE NARANJA	1	7	28	336
MIX DE COSTILLAS CON ALITAS	3	21	84	1.008
SPECIAL BEEF	2	14	56	672
PARRILLADA COMPLETA FAMILIAR	3	21	84	1.008
HAMBURGUESA BEEF BURGER	4	28	112	1.344
HAMBURGUESA DE CAMARÓN	3	21	84	1.008
HAMBURGUESA DE CARNE ESPECIAL	3	21	84	1.008
CHEESE BURGER	3	21	84	1.008
CHICKEN BURGER	4	28	112	1.344
SOPA BEEF BURGER	8	56	224	2.688
JUGO DE MORA	20	140	560	6.720
JUGO TOMATE	12	84	336	4.032
JUGO DE NARANJA	18	126	504	6.048
TOTAL	99	693	2.772	33.264

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis

La Capacidad de producción refleja la cantidad de pax que se ofrecerá diariamente, mensualmente, y anualmente. El espacio destinado será de 7m x 4m el cual estará subdividido en área de producción y ventas.

Almacenamiento. - ubicar la materia prima asegurando mantener en perfecto estado cada producto, siendo el caso perecible o no perecible, y en los lugares adecuados de tal forma que se mantenga las temperaturas adecuadas de cada producto.

Mise in place. - proceso de pre-elaboración, teniendo a punto materia prima, utensilios, instrumentos necesarios logrando así minimizar el tiempo de preparación.

Producción. - Consiste en la elaboración, procesos aplicados y transformación de materia prima de cada una de las preparaciones, considerando cada una de las recetas estándar.

Montaje. - Realizar el montaje utilizando cantidades y porciones adecuadas de producto terminado.

Servicio. - Realizar el transporte del plato montado, manteniendo las temperaturas y texturas adecuadas del producto final.

4.3.4.1. Diagrama de flujo

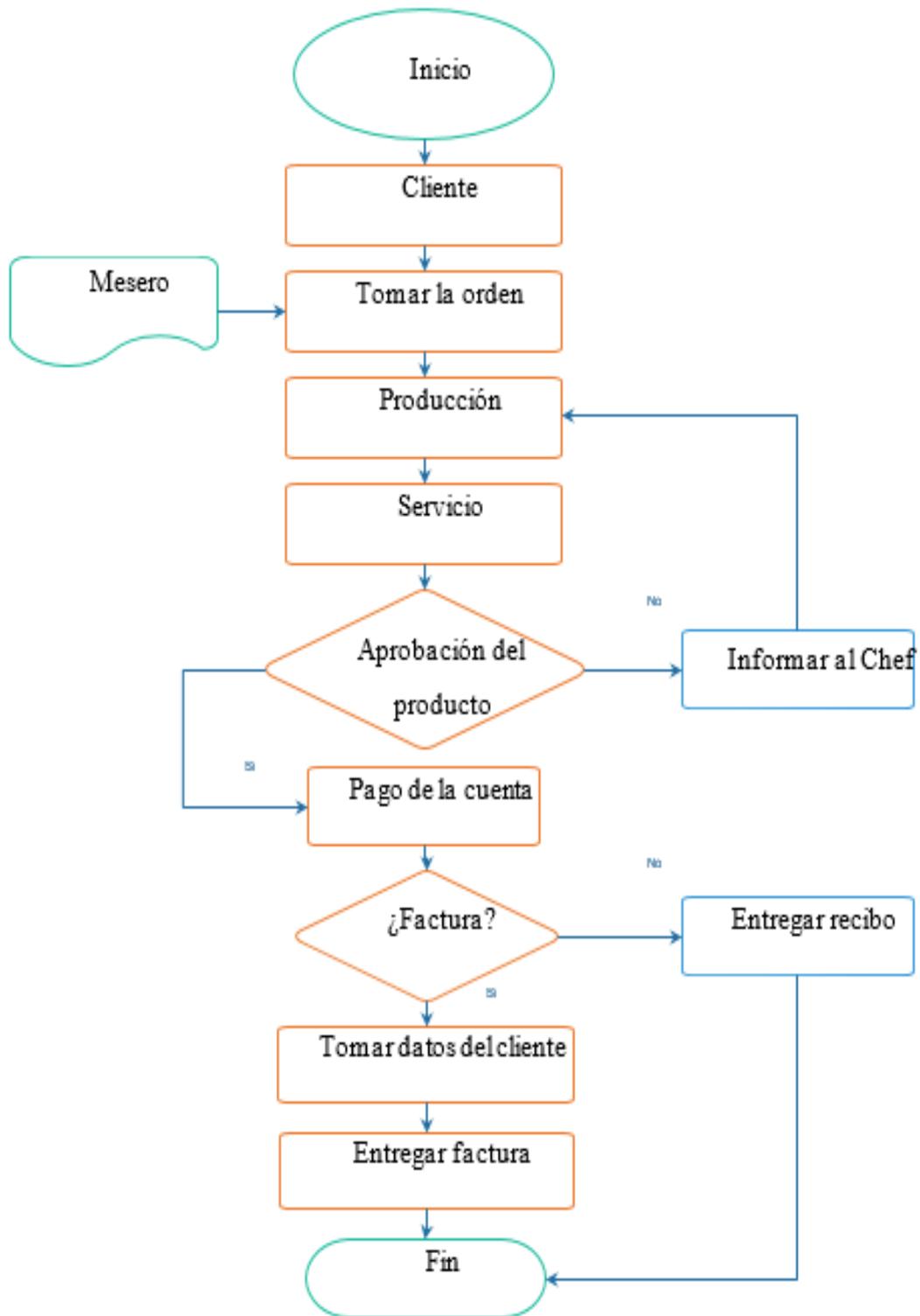


Gráfico 5-4: Diagrama de flujo de servicio

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

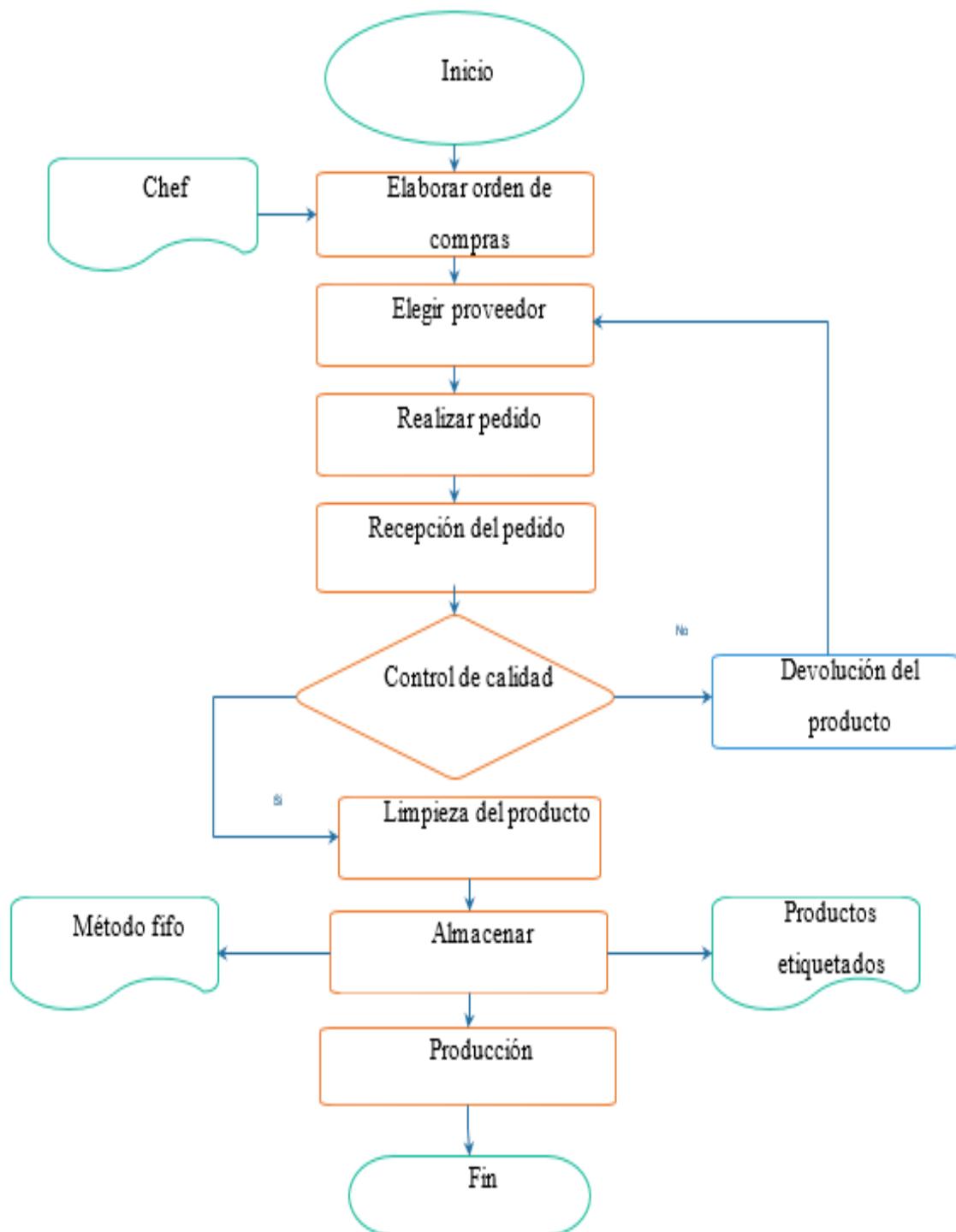


Gráfico 6-4: Diagrama de ventas

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

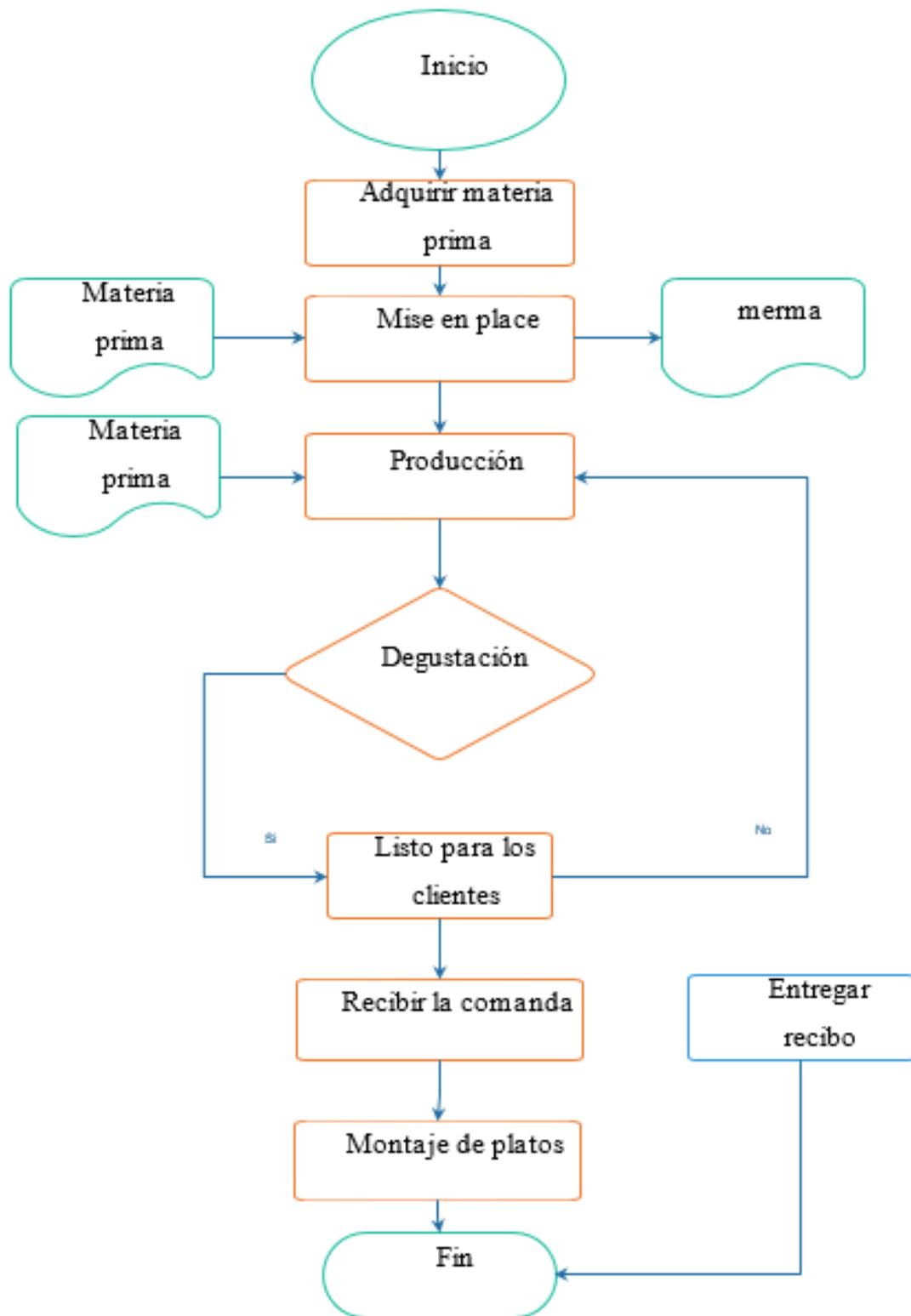


Gráfico 7-4: Diagrama de producción

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.4.2. Receta estándar

Tabla 19-4: Receta estándar

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 											
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: COSTILLA EN SALSA DE NARANJA						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) costillas a la parrilla en salsa de naranja con papas fritas y ensalda fresca					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	METODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	Costilla	190		limpiar		seco directo	1	lb	2,4	2,64	1,10
	marinado	40				seco directo	600	ml		0,87	0,06
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01
	tomate	25		lavar			1	lb		0,2	0,01
	cilantro	0,6			repicado		1	lb		1	0,00
	zanahoria	15		lavar	rallada		1	lb		0,2	0,01
	lechuga	50		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,06
	aguacate	10					1	unidad		0,3	0,05
	salsa de naranja	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS	RESULTADO	ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE		1,54
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,90				7%	% VARIOS	0,11
S/L	L	D		$\sum C.P = CxP +$	2,55					TOTAL	1,65
2000	1800	200		$U1 = PV - \sum CP$	0,45					C. PAX	1,65
100%	90%	10%		$U2 = P.V.S - PV$	0,00					C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		$U \text{ neta} = U1 +$	0,45					P.V.	3,00
										P.V.P	3,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

ANÁLISIS

Para la elaboración de la receta estándar se determinó los ingredientes para un número de 10 pax por receta, este ingrediente incluye cantidades, costos y unidades, que nos dio como resultado el costo real de cada pax, la receta estándar es una guía en el momento de la elaboración de cada platillo nos ayuda a evitar el desperdicio y conservar la calidad del producto, (Anexo B).

4.3.5. Requerimiento humano

Área de producción

Tabla 20-4 Ficha profesiográfica del parrillero

PUESTO	
Puesto de trabajo	Parrillero
Código de puesto	1
Formación	Chef
Experiencia	Máximo 6 meses
Edad	20-30
Aptitudes	Limpieza, rapidez, cuidadoso, puntual, trabajo en equipo,
Actitudes	Entusiasmo, positivo, creativo.
N° act	Actividades
1	Realizar los distintos tipos de salsas
2	Preparar las marinadas y aderezos
3	Recepción de las carnes
4	Limpieza y porción de las carnes
5	Correcto almacenamiento de las carnes en refrigeración
6	Controlar que la materia prima se encuentre en condiciones óptimas
7	Pesar productos cárnicos
8	Control de tiempos adecuados en la aplicación de las marinadas
9	Cocción de las carnes para la carne
10	Verificación de una correcta cocción
11	Control de temperaturas de las carnes
12	Cuidado y limpieza de la parrilla y el área correspondiente
13	Verificar la lista de materia prima e insumos al final de cada jornada
Tarea y funciones que realiza en el puesto.	Mise in place, control de temperatura de las carnes, limpieza de la parrilla, elaboración de salsas, mantener una buena presentación del personal llevando el uniforme completo, aplicar normas de higiene seguridad alimentaria y prevención de riesgos en la cocina.
Útiles, herramienta o maquinaria de trabajo a utilizar	Parrilla, cocina, balanzas, termómetros, refrigerador, congelador, utensilios y herramientas de menor gama.
Exigencias funcionales	Limpieza, rápido, creativo, puntual, organizado, amable.
Competencia	Preparar los alimentos de acuerdo al pedido realizado por el cliente. (Preparar la comanda de acuerdo a las exigencias del cliente con la mayor rapidez posible)
Conocimientos	Manejo del sistema fifo Conocimiento en características organolépticas Organización en la cocina
Capacitación	Chef Conocimientos en costos Técnicas básicas en las parrillas Métodos de cocción de la carne Seguridad alimentaria
Horario de trabajo	08:00 – 04:00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Tabla 21-4: Ficha profesiográfica del cocinero

PUESTO	
Puesto de trabajo	Cocinero
Código de puesto	2
Formación	Chef
Experiencia	Máximo 6 meses
Edad	20 años en adelante
Aptitudes	Limpieza, rapidez, cuidadoso, puntual, trabajo en equipo.
Actitudes	Entusiasmo, positivo, creativo.
N° act	Actividades
1	Verificar y solicitar materia prima
2	Organizar equipos utensilios y herramientas para la preparación de los alimentos
3	Realizar las preparaciones de guarniciones de todos los menús
4	Controlar la limpieza de toda la cocina
5	Comprobar que la materia prima se encuentre en condiciones óptimas
6	Seguir adecuadamente las recetas estándar
7	Mantener las preparaciones a temperaturas adecuadas para el servicio
8	Lavar los platos
9	Montar los platos para el cliente
10	Verificar que el correcto funcionamiento de los equipos
11	Realizar la limpieza al final del turno
Tarea y funciones que realiza en el puesto.	Mise in place, control de temperatura de las guarniciones, limpieza de la cocina, elaboración de salsas, mantener una buena presentación personal llevando el uniforme completo, aplicar normas de higiene seguridad alimentaria y prevención de riesgos en la cocina.
Útiles, herramienta o maquinaria de trabajo a utilizar	plancha, cocina, balanzas, freidora, refrigerador, congelador, utensilios y herramientas de menor gama,
Exigencias funcionales	Limpieza, rápido, creativo, puntual, organizado, amable.
Competencia	Preparar los alimentos de acuerdo al pedido realizado por el cliente. (preparar la comanda de acuerdo a las exigencias del cliente con la mayor rapidez posible)
Conocimientos	Manejo del sistema fifo Conocimiento en características organolépticas Organización en la cocina Control de tiempos en las preparaciones
Capacitación	Cocinero Seguridad alimentaria
Horario de trabajo	08:00 – 04:00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.6. Diseño de la planta

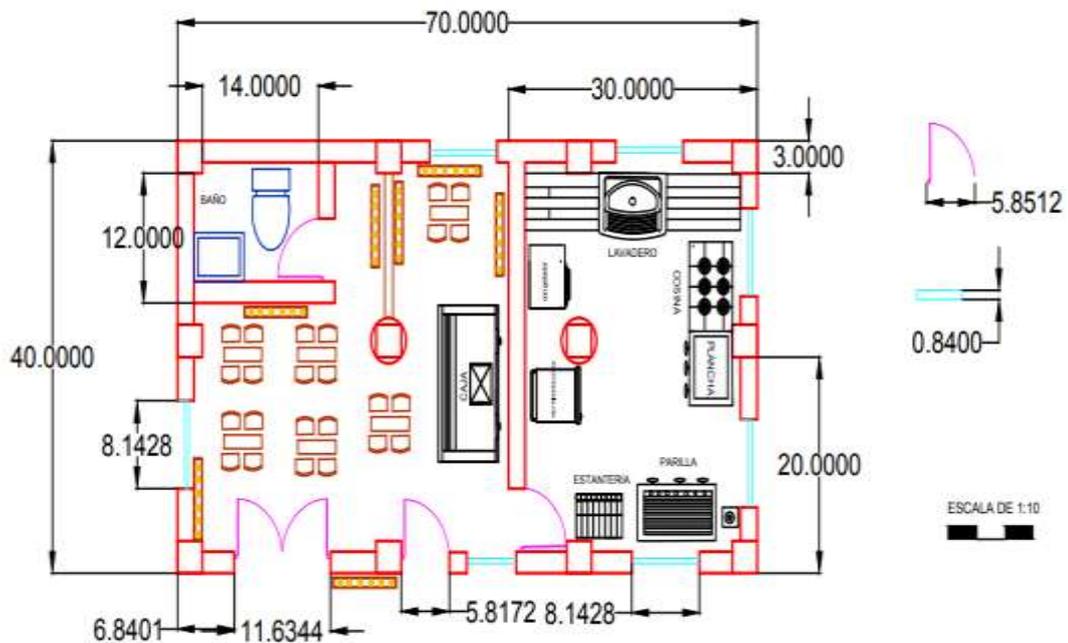


Figura 4-4: Diseño de planta
Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Análisis

El establecimiento Beef Burger se encuentra distribuido en tres áreas: servicio, producción y almacenamiento. El área de servicio cuenta con un baño para damas y caballeros. También se encuentra la caja donde los clientes donde pueden acudir a cancelar la compra de su producto., cuenta con mesas tipo sofá para que los clientes tengan mejor comodidad al igual que pueden disfrutar de una excelente música y acabados modernos en sus instalaciones, el área de producción está unida con el área de almacenamiento la misma cumple un papel muy importante debido a que es aquí donde se reciben los productos y son almacenados directamente en las congeladoras refrigeradoras o estanterías dependiendo del tipo de producto al igual que es el lugar donde se realiza las distintas preparaciones utilizando los procesos de producción al igual que normas y estándares de higiene e inocuidad.

4.3.7. Estructura de costos y gastos

Consumo de servicios básicos

Tabla 22-4: Costos de servicios básicos

TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	180	0,13	kW/h	23,46	70,38	281,52
Teléfono	150	0,09	mm	13,50	40,5	162
Internet	ilimitado	25,00	Megas	25,00	75	300
Agua	31	0,30	m3	9,30	27,90	111,60
TOTAL				71,26	213,78	855,12

100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN 50%	ADMINISTRACIÓN 25%	VENTAS 25%
855,12	427,56	213,78	213,78

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Combustible

Tabla 23-4: Combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES						
COMBUSTIBLE	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	COSTO UNIT.	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COST. ANUAL
GAS DOMÉSTICO	2	8	3,00	24,00	72,00	288,00
GAS INDUSTRIAL				0,00	0,00	0,00
TOTAL					72,00	288,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Costos de mantenimiento

Tabla 24-4: Costos de mantenimiento

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANT.	TIEMPO	PROVEEDOR	COST.	COST. ANUAL
MICROONDAS PANASONIC 0.9 PIES CUBICOS Nnst342 m	2	1 AÑO	FRITEGA	10,00	20,00
COCINA INDUSTRIAL 4 QUEMADORES C/PARED C/HORNO	1	1 AÑO	FRITEGA	10,00	10,00
JUGUERA DE 2 POZOS 12L X TANQUE CON ASPAS A 110V	1	1 AÑO	FRITEGA	10,00	10,00
PLANCHA ELECTRICA LISA DE 220V M 73X46X24	1	1 AÑO	FRITEGA	10,00	10,00
FREIDORA DE ALTO RENDIMIENTO 2 (CANASTILLAS GAS	1	1 AÑO	FRITEGA	10,00	10,00
CONGELADOR HORIZONTAL INDURAMA CI300 DE COLOR BLANCO 12 PIES FROST CI3016	2	1 AÑO	FRITEGA	10,00	20,00
REFRIGERADOR FRITEGA ESPECIFICACIÓN UNA PUERTA PANORAMICO	1	1 AÑO	FRITEGA	10,00	10,00
TOTAL				70,00	140,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Depreciación

Tabla 25-4: Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	VALOR RESIDÚAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3.625,00	10	362,50	326,25
EQUIPO DE CÓMPUTO	-	3	-	-
MUEBLES Y ENSERES	2.471,00	10	247,10	222,39
TOTAL	6.096,00		609,60	548,64

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.7.1. Materia prima

Tabla 26-4: Materia prima

TIPO DE RECETA ESTÁNDAR	CANT. DIARIA	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	COST . POR PAX	COST. TOTAL MENSUAL	COST. TOTAL ANUAL
COSTILLA EN SALSA DE NARANJA	2	14	56	672	1,65	92,50	1.109,98
ALITAS EN SALSA DE NARANJA	3	21	84	1.008	1,32	111,00	1.332,06
CHULETA EN SALSA DE MARACUYA	3	21	84	1.008	1,99	167,53	2.010,38
POLLO MARINADO EN SALSA DE PIÑA	4	28	112	1.344	1,82	203,39	2.440,69
CAMARONES EN SALSA DE NARANJA	3	21	84	1.008	2,59	217,83	2.614,01
LANGOSTINOS EN SALSA DE NARANJA	1	7	28	336	3,65	102,15	1.225,85
MIX DE COSTILLAS CON ALITAS	3	21	84	1.008	2,44	205,27	2.463,23
SPECIAL BEEF	2	14	56	672	1,70	95,20	1.142,34
PARRILLADA COMPLETA FAMILIAR	3	21	84	1.008	5,19	436,36	5.236,34
HAMBURGUESA BEEF BURGER	4	28	112	1.344	1,15	128,77	1.545,22
HAMBURGUESA DE CAMARÓN	3	21	84	1.008	2,02	169,75	2.036,97
HAMBURGUESA DE CARNE ESPECIAL	3	21	84	1.008	1,49	125,08	1.501,02
CHEESE BURGER	3	21	84	1.008	1,46	122,46	1.469,54
CHICKEN BURGER	4	28	112	1.344	1,33	149,25	1.791,04
SOPA BEEF BURGER	8	56	224	2.688	0,57	127,51	1.530,12
JUGO DE MORA	20	140	560	6.720	0,27	148,74	1.784,93
JUGO TOMATE	12	84	336	4.032	0,22	75,50	905,99
JUGO DE NARANJA	18	126	504	6.048	0,25	128,08	1.536,95
TOTAL	99	693	2.772	33.264	31,38	2.806,39	33.676,66

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.7.2. Mano d obra directa

Tabla 27-4: Sueldo administrativo producción

ADMINISTRACIÓN/ PRODUCCIÓN				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES 12,15 (1% LEY DE DISCAPACIDAD)
COCINERO	400,00	1.200,00	4.800,00	583,20
AYUDANTE DE COCINA	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79
TOTALES:	786,00	2.358,00	9.432,00	1.145,99

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Tabla 28-4: Sueldo de ventas

VENTAS				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES 12,15 (1% LEY DE DISCAPACIDAD)
MESERO/ CAJERO	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79
TOTALES		1.158,00	4.632,00	562,79

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.7.3. Costos indirectos de fabricación

Tabla 29-4: CIF

COSTOS	MENSUAL	COSTOS DIARIOS DEL SERVICIO DE LOCAL
SERVICIOS BÁSICOS	71,26	2,55
MANTENIMIENTO	-	-
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE	24,00	0,86
AMORTIZACIÓN COSTOS DE EXPERIMENTACIÓN	8,91	0,32
SUMINISTROS Y MATERIALES	87,50	3,13
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	45,72	1,63
TOTAL	237,39	8,48

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.8. Determinación de activos fijos para producción

Tabla 30-4: Determinación de activos fijos

ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.485,00	3.625,00
MUEBLES Y ENSERES	725,00	2.471,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.3.9. Programa pre-operativo

Tabla 31-4: Gastos de experimentación

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMP.	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF	2:00	12	2,43	14,43
MUESTRAS	CHEF	1:00		2,43	2,43
DEGUSTACION.	CLIENTE	1:00		0,00	0,00
CONTROL DE CALIDAD	PROFESIONAL	1:00		0,00	0,00
TOTAL				4,86	16,86

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.4. Estudio administrativo legal y ambiental

4.4.1. Organización

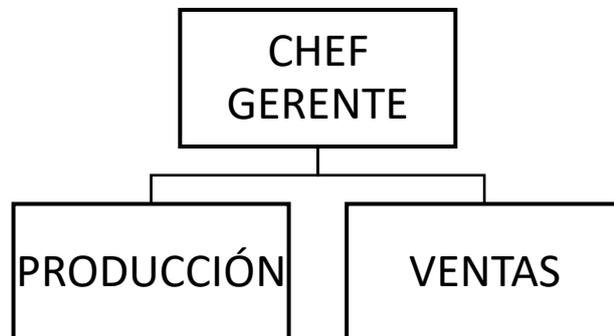
La organización como parte del proceso administrativo; Es la función que permite definir una estructura formal e intencional que hace posible que los miembros de una empresa, deben saber cómo va a realizar sus tareas, cuál es su nivel de autoridad y responsabilidad en la consecución de los objetivos.

4.4.1.1. Organigrama estructural

Se dará a conocer la estructura de una empresa mediante una representación gráfica.

BEEF BURGER

!Imposible no probarlo!



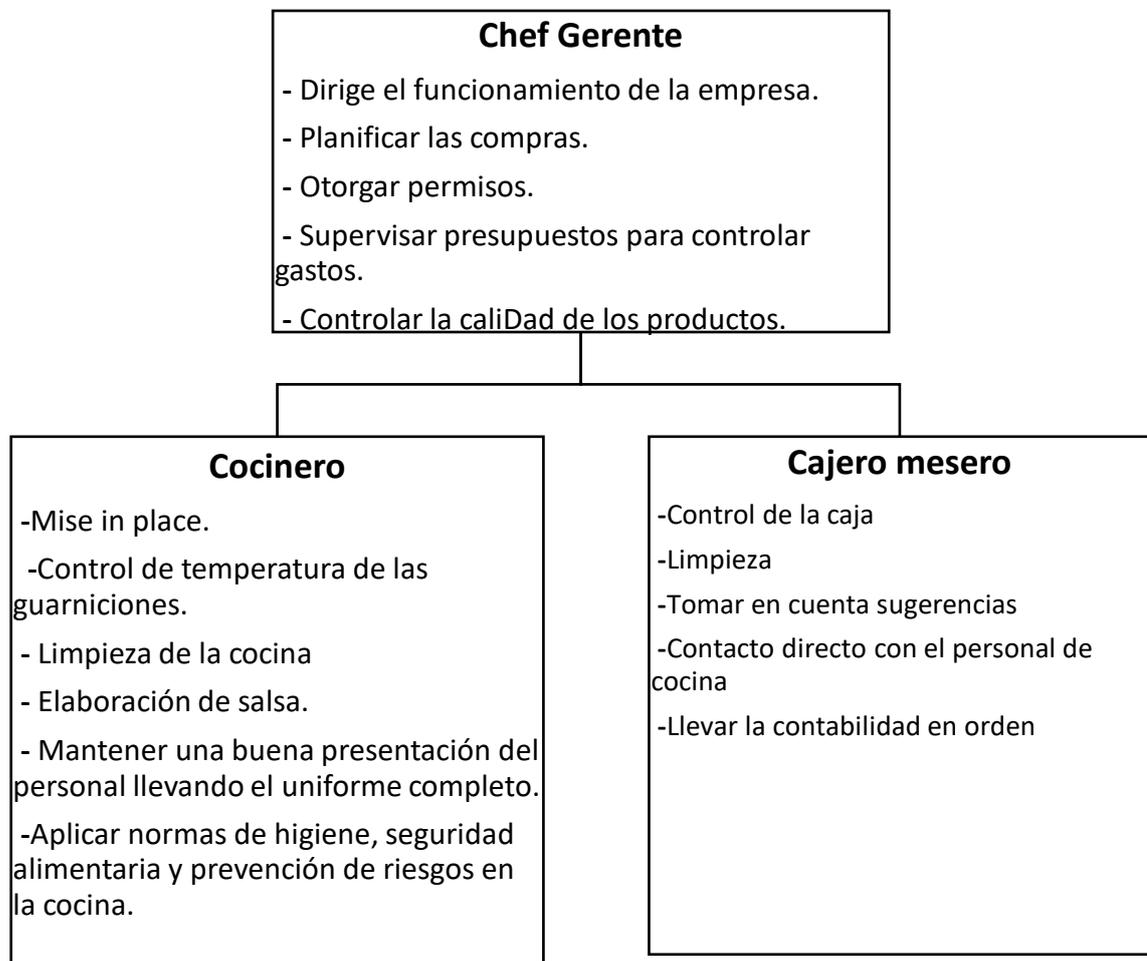
Leyenda
Nivel de dirección
— Nivel operativo
Realizado por: Myriam Guanoluisa
Fecha de elaboración: 28/06/2018

Gráfico 8-4: Organigrama estructural

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.4.1.2. Organigrama funcional

El organigrama funcional permite asignar las principales funciones a cada empleado de la empresa, se designa jerárquicamente actividades con la finalidad de cumplir con las distintas responsabilidades.



LEYENDA
Nivel dirección:
Nivel operación:
Realizado por: Dennis Chiluisa
Fecha: 09/07/2018

Gráfico 9-4: Organigrama funcional

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.4.1.3. Proceso de selección y contratación de talento humano

Reclutamiento

El reclutamiento y selección consiste es un proceso por el cual las empresas contratan al personal adecuado para ocupar un puesto, el programa de reclutamiento y selección de personal debe estar dentro de la planeación estratégica de la empresa para que se encamine a cumplir los objetivos de la empresa.

Preselección de los candidatos

Se debe revisar todas las solicitudes y descartar aquellas que no cumplan los requisitos imprescindibles del perfil. Elegir los requisitos imprescindibles y valorables de cada aspirante, seleccionando a aquellos que más puntuación han obtenido.

Técnicas de preselección y selección

En función del puesto y del perfil buscado, debe ser necesario realizar alguna prueba que ayude a descartar o seleccionar a los candidatos, como test psicotécnicos o de personalidad, ejercicios y pruebas que valoren los conocimientos técnicos de los aspirantes. De entre todas las técnicas, la más importante es la entrevista personal, ya que permite conocer de manera directa a cada persona. La entrevista tiene como fin conocer la idoneidad del candidato para el puesto, por lo que las preguntas deben ir enfocadas a descubrir más sobre su perfil profesional y personal.

Toma de decisiones

Se debe considerar los conocimientos, destrezas, rasgos y otros datos de interés. Tomada la decisión es el momento de avisar a la persona seleccionada, pero también al resto de candidatos que han participado en el proceso de selección, para informarles del fin del proceso y agradecerles su participación. Los candidatos estarán agradecidos y la imagen del negocio se verá reforzada

Contratación

En esta fase se preparan todos los papeles para formalizar el contrato del trabajador. En el contrato deben reflejarse los datos de la empresa y el trabajador, el tipo de contrato, su duración, el cargo que va a realizar o el salario mínimo a percibir, entre otros datos. Además, deberá remitir una copia de este contrato al Servicio de Empleo Público Estatal en un plazo de diez días.

Seguimiento y control

El proceso de contratación no finaliza con la formalización del contrato. Es necesario facilitar la adaptación del nuevo trabajador a la empresa y a su puesto de trabajo y verificar que se ha tomado la decisión acertada.

4.4.1.4. Manual de funciones

Se encuentra disponible en el Anexo

4.4.2. Marco legal

A. Calificación como artesano

La Junta Nacional de Defensa del Artesano a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. Quien esté interesado en calificarse deberá cumplir con varios requisitos legales, personales y generales que se presentarán junto con un formulario en las juntas a nivel nacional para que esta realice una inspección y determine si se cumple o no con los requisitos vigentes, te los mostramos a continuación. Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del Título artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior, (Impuesto listo, 2017).

B. Ventajas y desventajas de un artesano

Ventajas de la producción artesanal.

Productos únicos.

A diferencia de los objetos producidos en masa con máquinas, las artesanías tienen un aspecto que las hace únicas, ya que cada pieza es trabajada por separado, poniendo la cantidad adecuada de tiempo y esfuerzo, de forma que el resultado no es igual a los demás.

Aspecto cultural.

Las artesanías suelen mostrar parte de las costumbres o las tradiciones de los pobladores que las fabrican, por lo que al elaborar distintos trabajos se agrega también su cultura, ya sea en el estilo, en los colores, en las palabras o hasta el sabor, existen muchas formas de plasmar las características de cada persona o lugar.

Amigables con el ambiente.

Los procesos de fabricación no requieren que se utilice maquinaria pesada o muy compleja que contamine, ya que se puede disponer solamente de algunas herramientas, la creatividad y la experiencia, aunque por supuesto, puede haber excepciones.

Fortalece la economía local.

Por estos medios es como algunas personas también encuentran una forma de ingreso constante utilizando su creatividad. En zonas turísticas o simplemente muy concurridas siempre habrá al menos una persona interesada en adquirir uno de estos trabajos, por lo que resulta bastante rentable.

Desventajas de la producción artesanal.

Más tiempo.

Como en la fabricación de este tipo de productos se dejan de lado las máquinas y solo se trabaja con unas cuantas herramientas y la habilidad de cada quien, el proceso para terminar un trabajo lleva más tiempo de lo normal. Si se buscará pedir grandes cantidades de alguna pieza en específico de antemano, habría que considerar el tiempo que se llevaría en completar el pedido. Además, se vuelve una opción menos atractiva cuando se compara con otras alternativas de fabricación en masa, ya que éstas harían miles de piezas sin ningún contratiempo.

Más costoso.

Como los procesos en este caso llevan más tiempo e incluso se necesita una fuerza laboral mayor, los costos de los resultados finales suelen elevarse más que otras alternativas más comerciales. Al final, también se trata de que las personas que fabrican estos productos vean

una ganancia por su trabajo, pero del lado del cliente esto puede hacerlos optar por algo más económico.

Obligaciones generales de los artesanos calificados

- Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.
- No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de Defensa del Artesano.
- Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
- Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Impuesto listo, 2017).

Requisitos para la calificación y recalificación de taller artesanal:

Requisitos personales:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;

Que la dirección y responsabilidad del taller esté a cargo del Maestro de Taller

Requisitos Generales y Legales

- Copia Cédula Identidad
- Copia Certificado de votación (hasta 65 años)
- Foto carné actualizada a color
- Tipo de sangre
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales

Calificaciones primera vez

- Copia de título artesanal

Recalificaciones

- Copia de la última calificación y / o título artesanal

Calificaciones Autónomas

Declaración de datos (7 años de experiencia en la rama).

Procedimiento

El interesado cumplirá con los requisitos para adquirir el formulario en las diferentes Juntas a nivel nacional. Una vez cumplido esto se realizará la inspección al taller, quienes determinarán si cumplen o no con lo que determina la Ley y se extenderá la calificación de taller artesanal.

Certificación de artesano calificado

Requisitos y procedimientos

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación y copia de la última calificación (según el caso).

El interesado deberá adquirir la solicitud de Artesano Calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano.

NOTA

En caso de que la persona desee acogerse a los beneficios de la ley del artesano y posee aun título de tercer nivel cualquiera que este fuera, podrá calificarse sin ningún tipo de inconveniente, la obligación de la persona será el de realizar el curso y con la duración pertinente de acuerdo con la entidad que se encuentre realizando.

Por otra parte, se podrá acogerse de manera independiente a la actividad que este requiere, puede ir desde un maestro de pastelería, panadería, restaurante, este en caso de las actividades relacionadas con la alimentación.

4.4.3. Permisos requeridos para su funcionamiento

Tabla 32-4: Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
TIPO	GASTO ANUAL
INSCRIPCION DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO (CURSO Y CARNET)	25
PERMISO EN EL MINISTERIO DEL AMBIENTE	10
INSCRIPCION AL SRI	
BOMBEROS	5
ARCSA	40,58
PATENTE MUNICIPAL	60
REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO	45
TOTAL	185,58

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.4.4. Mitigar el impacto ambiental

Mediante este estudio, se determinará si la acción a realizar, se hace cargo de los efectos que llegaran a generarse, por medio de actividades que permitan la disminución de los impactos negativos que pudieran existir, es decir, mediante una compensación.

Tabla 33-4: Mitigar impactos ambientales

DAÑOS OCASIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y POR LAS ACTITUDES PREOPERATIVAS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COST.
EL AGUA	Mantener los grifos de agua cerrados en caso de no utilizarlos.	Verificar que las llaves de grifos de agua funcionen correctamente.	\$ 20,00
	Contaminación por desechos de producción	Instalación de señalética para evitar la contaminación.	
EL SUELO	Clasificación de los desechos y limpieza de los contenedores.	Contenedores orgánicos e inorgánicos.	\$ 45,00
	Limpieza y desinfección de cada área del restaurante.	Escobas, trapeador, recogedor de basura.	
EL AIRE	Normas para evitar la contaminación del aire.	Reglas para no contaminar el aire	\$0
	Campana de extracción de olores en el área de producción	Campanas de extractor	
	TOTAL		\$65,00

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.4.4.1. Acciones remediales

Una de nuestras responsabilidades es disminuir el deterioro ambiental, ya sea mediante pequeños cambios en nuestros hábitos de consumo o en las industrias, la cual pretende ser sustentable con el ambiente, es por ello la propuesta de la regla de las tres 3R, es decir; Reducir, Reciclar, Reutilizar.

Reducir

Disminuir el consumo de agua y de energía, apagar las luces que no necesariamente tengan que estar encendidas, así como los aparatos electrónicos que no estemos utilizando.

Reutilizar

Tratar de utilizar al máximo las cosas con las que ya contamos, para evitar producir basura; es decir; prolongar la vida útil de un producto. Por otra parte, en caso de utilizar materiales desechables, estos serán reutilizados.

Reciclar

Mediante creatividad se convertirá los materiales que no sirven, para crear un nuevo producto sin ejercer gasto económico, y que podrá ser utilizado como decoración, o se le dará otros usos, principalmente en la empresa se fomentará el reciclaje.

4.5. Estudio financiero

4.5.1. Análisis de la inversión

Tabla 34-4: Inversión del proyecto

RUBROS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSIÓN
1. INVERSIONES FIJAS		7.049,35	7.049,35
MAQUINARIA Y EQUIPO		3.625,00	3.625,00
EQUIPO DE CÓMPUTO		0,00	0,00
MUEBLES Y ENSERES		2.471,00	2.471,00
MENAJE Y VAJILLA		883,55	883,55
IMPREVISTOS (1%)		69,80	69,80
2. ACTIVOS DIFERIDOS		534,66	534,66
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		185,58	185,58
GASTOS DE INSTALACIÓN		270,00	270,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		51,00	51,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		22,79	22,79
IMPREVISTOS (1%)		5,29	5,29
3. CAPITAL DE TRABAJO	200,00	14.386,16	14.586,16
MATERIA PRIMA		8.419,16	8.419,16
MATERIALES INDIRECTOS		191,10	191,10
MANO DE OBRA DIRECTA		2.644,50	2.644,50
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		72,00	72,00
SERVICIOS BÁSICOS		213,78	213,78
GASTO ARRIENDO		1.140,00	1.140,00
SUELDOS VENTAS		1.298,70	1.298,70
SUMINISTROS Y MATERIALES		262,50	262,50
CAJA - BANCOS	200,00	0	200,00
CONTINGENCIA (1%)		144,42	144,42

TOTAL DE INVERSIÓN	200,00	21.970,16	22.170,16
---------------------------	---------------	------------------	------------------

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.1.1. Fuentes y usos

Tabla 35-4: Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPI O	BANCO	PROVEEDOR ES
1. INVERSIONES FIJAS		7.049,35		
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.625,00	3.625,00	-	
EQUIPO DE COMPUTO	-	-	-	
MUEBLES Y ENSERES	2.471,00	2.471,00	-	
MENAJE Y VAJILLA	883,55	883,55	-	
IMPREVISTOS (1%)	69,80	69,80	-	
2. ACIVOS DIFERIDOS		534,66	-	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185,58	185,58	-	
GASTOS DE INSTALACIÓN	270,00	270,00	-	
GASTOS DE PUBLICIDAD	51,00	51,00	-	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	22,79	22,79	-	
IMPREVISTOS (1%)	5,29	5,29	-	
3. CAPITAL DE TRABAJO		9.166,99	-	
MATERIA PRIMA	8.419,16	3.000,00		5.419,16
MATERIALES INDIRECTOS	191,10	191,10	-	
MANO DE OBRA DIRECTA	2.644,50	2.644,50	-	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	72,00	72,00	-	
SERVICIOS BASICOS	213,78	213,78	-	
GASTO ARRIENDO	1.140,00	1.140,00	-	
SUELDOS DE VENTAS	1.298,70	1.298,70	-	
SUMINISTROS Y MATERIALES	262,50	262,50	-	
CAJA - BANCOS	200,00	200,00		
CONTINGENCIA (1%)	144,42	144,42	-	
TOTAL	22.170,16	16.751,00	-	5.419,16

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.2. Presupuestos

4.5.2.1. Presupuesto de costos de producción

Tabla 36-4: Presupuesto de costos de producción

COSTOS PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	33.676,66	35.060,77	36.501,76	38.001,99	39.563,87
MANO DE OBRA DIRECT.	10.577,99	11.012,74	11.465,37	11.936,59	12.427,19
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	764,40	795,82	828,52	862,58	898,03
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	288,00	299,84	312,16	324,99	338,35
MANTENIMIENTO	140,00	145,75	151,74	157,98	164,47
SERVICIOS BÁSICOS	427,56	445,13	463,43	482,47	502,30
SUMINISTROS Y MATERIALES	630,00	655,89	682,85	710,92	740,13
AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	4,56	4,56	4,56	4,56	4,56
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	326,25	296,89	270,17	245,85	223,73
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	24,13	21,96	19,98	18,18	16,55
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	46.207,04	48.145,57	50.160,21	52.254,41	54.431,72

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.2.2. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 37-4: Presupuesto de gastos de administración

GASTOS ADMINISTRACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO ARRIENDO	4.560,00	4.747,42	4.942,53	5.145,67	5.357,16
SERVICIOS BÁSICOS	213,78	222,57	231,71	241,24	251,15
SUMINISTROS Y MATERIALES	105,00	109,32	113,81	118,49	123,36
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN DE GASTOS ORGANIZACIÓN	37,12	37,12	37,12	37,12	37,12
AMORTIZACIÓN DE GASTOS INSTALACIÓN	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	4.969,90	5.170,41	5.379,17	5.596,51	5.822,78

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.2.3. Presupuestos de gastos de ventas

Tabla 38-4: Presupuesto de gastos de ventas

3. GASTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AMORTIZACIÓN GASTO PUBLICIDAD	10,20	10,20	10,20	10,20	10,20
SUELDOS	5.194,79	5.408,29	5.630,57	5.861,99	6.102,92
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	198,26	180,42	164,18	149,40	135,96
SERVICIOS BÁSICOS	213,78	222,57	231,71	241,24	251,15
SUMINISTROS Y MATERIALES	315,00	327,95	341,43	355,46	370,07
TOTAL GASTO DE VENTAS	5.932,03	5.770,75	6.049,73	6.319,48	6.598,38

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.3. Estados de ganancias y pérdidas

Tabla 49-4: Estados de ganancias y pérdidas

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	65.672,79	68.371,94	71.182,03	74.107,61	77.153,43
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	46.207,04	48.145,57	50.160,21	52.254,41	54.431,72
(=) UTILIDAD BRUTA	19.465,75	20.226,37	21.021,82	21.853,20	22.721,71
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	4.969,90	5.170,41	5.379,17	5.596,51	5.822,78
(-) GASTO DE VENTAS	5.932,03	5.770,75	6.049,73	6.319,48	6.598,38
(=) UTILIDAD OPERATIVA	8.563,83	9.285,21	9.592,91	9.937,21	10.300,55
(-) GASTO FINANCIERO	-	-	-	-	
(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	8.563,83	9.285,21	9.592,91	9.937,21	10.300,55
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	8.563,83	9.285,21	9.592,91	9.937,21	10.300,55

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.4. Estado de situación financiera

Tabla 40-4: Estado de situación financiera

BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	14323,66	24689,10	26066,06	27029,33	28029,20	29048,11
ACTIVO FÍJO	6165,80	6165,80	6165,80	6165,80	6165,80	6165,80
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-548,64	-1097,28	-1645,92	-2194,56	-2743,20
DIFERIDOS (Valor amortización anual)	534,66	427,73	320,80	213,86	106,93	0,00
TOTAL ACTIVOS	22170,16	30733,99	31455,37	31763,07	32107,37	32470,71
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario)		0,00	0,00	0,00		
PASIVO LARGO/PLAZO (Crédito Bancario)	0,00	0,00	0,00	0,00		
TOTAL PASIVO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PATRIMONIO						
Capital	22170,16	22170,16	22170,16	22170,16	22170,16	22170,16
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)		8563,83	9285,21	9592,91	9937,21	10300,55
TOTAL PATRIMONIO	22170,16	30733,99	31455,37	31763,07	32107,37	32470,71
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	22170,16	30733,99	31455,37	31763,07	32107,37	32470,71

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.5. Estado de flujo del efectivo

Tabla 41-4: Estado del flujo del efectivo

RUBROS	0	1	2	3	4	5
Ventas		65.672,7 9	68.371,9 4	71.182,03	74.107,61	77.153,43
Costos Producción		46.207,0 4	48.145,5 7	50.160,21	52.254,41	54.431,72
Gasto Administrativo		4.969,90	5.170,41	5.379,17	5.596,51	5.822,78
Gasto Ventas		5.932,03	5.770,75	6.049,73	6.319,48	6.598,38
Gasto Financieros		-	-	-		
Amortización act. Diferido		106,93	106,93	106,93	106,93	106,93
Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		8.563,83	9.285,21	9.592,91	9.937,21	10.300,55
Utilidad Neta		8.563,83	9.285,21	9.592,91	9.937,21	10.300,55
Depreciaciones		548,64	548,64	548,64	548,64	548,64
Amort.Act.Nominal		106,93	106,93	106,93	106,93	106,93
Inversión Maq. Y Equip.	3.625,00					
Inv. Terreno y Obra Física						
Inversión Otros	3.354,55					
Inv. Act. Nominal	534,66					
Inv. Capital de Trabajo	14.586,16					
Vehículo						
Imprevisto	69,80					
Recup. Capital Trabajo						
Préstamo						
Amort. Préstamo		-	-	-		
FLUJO DE CAJA	22.170,16	9.219,40	9.940,78	10.248,48	10.592,78	10.956,12

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.6. Evaluación financiera

A- Flujo neto del efectivo (FNE)

Tabla 4217-4: Flujo neto del efectivo

Nº AÑOS	FNE
INVERSION	- 22.170,16
1	9.219,40
2	9.940,78
3	10.248,48
4	10.592,78
5	10.956,12

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

B. Valor actual neto (VAN)

Tabla 43-4: Valor actual neto

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)				
Nº AÑOS	FNE	$(1+i)^n$	FNE	$(1+i)^n$
INVERSION	- 22.170,16		-	22.170,16
1	9.219,40	1,12		8.231,60
2	9.940,78	1,25		7.924,73
3	10.248,48	1,40		7.294,67
4	10.592,78	1,57		6.731,90
5	10.956,12	1,76		6.216,80
TOTAL				14.229,54
VAN	\$ 14.229,54			

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

C. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 44-4: Tasa interno de retorno

FORMULACIÓN DEL TIR	
INVERSIÓN INICIAL	- 22.170,16
AÑO	FLUJO DE CAJA
1	9.219,40
2	9.940,78
3	10.248,48
4	10.592,78
5	10.956,12
TIR	35%

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

D. Periodo de recuperación

Tabla 45-4: Periodo de recuperación

AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN
0	- 22.170,16		
1	9.219,40	9.219,40	- 12.950,77
2	9.940,78	19.160,18	- 3.009,98
3	10.248,48	29.408,67	7.238,50
4	10.592,78	40.001,45	17.831,28
5	10.956,12	50.957,56	28.787,40
TOTAL		28.787,40	

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Fórmula

$$\text{PRR} = \text{Año de recuperación} + \frac{\text{Costo por recuperar}}{\text{Último flujo}}$$

$$\text{PRR} = 2 + \frac{3.009,98}{10.248,48}$$

$$\text{PRR} = 2 + 0,29$$

$$\text{PRR} = 2,29$$

Periodo de recuperación		
2,29	AÑOS	2
3,48	MESES	3
13,44	DIAS	13

Fuente: Estudio financiero

E. Punto de equilibrio

Tabla 46-4: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	15.772,78
PRECIO	2,81
COSTO VARIABLE	1,49
PUNTO DE EQUILIBRIO	11.944
UTILIDAD	0

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

Tabla 47-4: Tabla del punto de equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	RESULTADOS
1.008	2.832,11	15.772,78	1.501,02	17.273,79	- 14.441,69
2.016	5.664,21	15.772,78	3.002,03	18.774,81	- 13.110,60
3.024	8.496,32	15.772,78	4.503,05	20.275,82	- 11.779,51
4.032	11.328,42	15.772,78	6.004,06	21.776,84	- 10.448,42
5.040	14.160,53	15.772,78	7.505,08	23.277,86	- 9.117,33
6.048	16.992,63	15.772,78	9.006,10	24.778,87	- 7.786,24
7.056	19.824,74	15.772,78	10.507,11	26.279,89	- 6.455,15
8.064	22.656,84	15.772,78	12.008,13	27.780,90	- 5.124,06
9.072	25.488,95	15.772,78	13.509,14	29.281,92	- 3.792,97
10.080	28.321,06	15.772,78	15.010,16	30.782,94	- 2.461,88
11.088	31.153,16	15.772,78	16.511,18	32.283,95	- 1.130,79
12.096	33.985,27	15.772,78	18.012,19	33.784,97	200,30
13.104	36.817,37	15.772,78	19.513,21	35.285,98	1.531,39
14.112	39.649,48	15.772,78	21.014,22	36.787,00	2.862,48
15.120	42.481,58	15.772,78	22.515,24	38.288,02	4.193,57
16.128	45.313,69	15.772,78	24.016,26	39.789,03	5.524,66
17.136	48.145,80	15.772,78	25.517,27	41.290,05	6.855,75
18.144	50.977,90	15.772,78	27.018,29	42.791,06	8.186,84
19.152	53.810,01	15.772,78	28.519,30	44.292,08	9.517,93
20.160	56.642,11	15.772,78	30.020,32	45.793,10	10.849,02

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

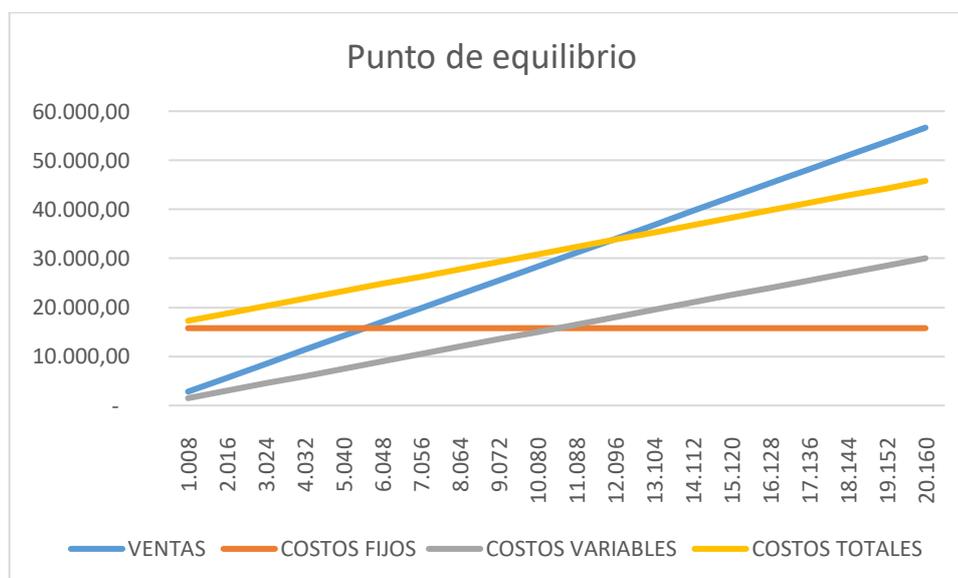


Gráfico 10-4: Punto de equilibrio

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

F. Relación beneficio costo

Tabla 48-4: Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
	- 22.170,16		
1		71.994,21	46.232,11
2		73.249,11	48.456,11
3		74.434,55	50.160,21
4		76.988,56	51.981,01
5		78.905,98	52.454,43
		TOTAL INGRESO	\$ 269.356,32
		TOTAL COSTO	\$ 178.409,55
		(=) COSTO+INVERSIÓN	\$ 156.239,39

RB/C	1,51
-------------	-------------

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.7. Evaluación social

Tabla 49-4: Evaluación social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	150707	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0,0020%

Realizado por: Dennis Chiluisa, 2018

4.5.8. Evaluación ambiental

El establecimiento implementará como medida de mitigación ambiental la utilización del mecanismo de las 3 R (reciclar, reducir y rehusar) esto, con el fin de disminuir la contaminación por parte de los desperdicios orgánicos e inorgánico que genere el negocio a diario, la implementación de señaléticas informativas permitirá que el personal de trabajo tenga una mayor noción sobre las actividades que deberán llevar a cabo durante el proceso de clasificación de las basuras. El establecimiento tiene como principal objetivo la reducción o eliminación sobre la utilización de fundas plásticas durante la compra de materia prima, esto debido a que este material tardar mucho tiempo para llegar a su descomposición total.

CONCLUSIONES

- Con la aplicación del estudio de mercado en el Cantón Salcedo se obtuvo un porcentaje del 98% de aceptabilidad para la implementación de establecimiento, obteniendo de esta más una demanda insatisfecha alta debido a que el porcentaje de oferta local es de un 15%.
- La carta elaborada se basó en la utilización de marinadas especialmente en las carnes ya que aportará al plato un exquisito aroma y diferente sabor, de igual manera los aderezos cítricos que servirán para acompañar al género cárnico utilizado, para cada elaboración está basada en una receta estándar con el fin de determinar costos y el precio de la venta al público.
- Con la aplicación del estudio técnico se determinó una producción diaria para 100 pax, en el estudio administrativo se identificó las tres áreas principales con la que contará en establecimiento, y con el estudio económico-financiero se determinó que el proyecto propuesto es factible en relación a los siguientes valores: el valor actual neto (VAN) es positivo con un monto de 14 299,54 ; la tasa interna de retorno (TIR) posee un porcentaje de 35%; y la relación beneficio costo es de 1, 54 y el periodo de recuperación se dará en el segundo año, determinado con esto la viabilidad del proyecto

RECOMENDACIONES

- La aplicación de cada uno de los estudios en la implementación de este establecimiento debe ser minuciosa, con el fin de evitar cualquier tipo de errores durante la ejecución, de la misma forma el estudio de mercado en cuanto al producto debe ser constante con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, debido a que con el tiempo los gustos y preferencias de los consumidores son más exigentes.
- Se recomienda mantener una constante innovaciones y diversificación de las preparaciones en la carta que el establecimiento oferta a la colectividad, con el fin de mantener la fidelidad del cliente.
- Se recomienda la ejecución de establecimiento de parrilladas Beef Bugir, debido a que los resultados obtenidos en los distintos estudios garantizan la viabilidad del emprendimiento, a la vez se deberá cumplir con cada uno de los requisitos legales que exigen para la implementación del local.

BIBLIOGRAFÍA

En R. Marin (2011)., *Secretos de los asados*. Santiago Chile: Origo Ediciones.

Bello, G. J. (1998). *Ciencia y tecnología culinaria (fundamentos científicos de los procesos culinarios implicados en la* (Primero ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Bello, G. J. (1998). *Ciencia y tecnología culinaria (fundamentos científicos de los procesos culinarios implicados en la*. Ediciones Díaz de Santos.

Dorado, M. E. (2011). *Acondicionamiento de la carne para su comercialización (UF0352)* (Primera ed.). España: IC Editorial. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/espochsp/detail.action?docID=3211138>.

Dorado, M. E. (2011). *Acondicionamiento de la carne para su comercialización (UF0352)*. IC Editorial. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/espochsp/detail.action?docID=3211138>.

Guerrero, A. M. (2011). *Preelaboración de carne, aves y caza (UF0065)* (Primera ed.). Madrid: IC Editorial. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/espochsp/detail.action?docID=3211138>.

Guerrero, A. M. (2011). *Preelaboración y conservación de carnes, aves y caza (uf0065)*. . IC Editorial. .

Impuesto listo. (23 de Junio de 2017). *derechos y obligaciones de los artesanos ante sri*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de impuestolisto.com: <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>

Impuesto listo. (23 de Junio de 2017). *derechos y obligaciones de los artesanos ante sri*. Obtenido de impuestolisto.com: <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>

López, C. A. (2013). *Escuela Argetina de Parrilleros* (primera ed.). Argentina: Proquest Ebook Central.

López, C. A. (2013). *Escuela Argetina de Parrilleros*. Proquest Ebook Central.

Marin, D. (2004). *Manual del Parrillero Criollo*. Santiago de Chile: Origo Ediciones.

Marín, D. (2004). *Manual del Parrillero Criollo* (Primera ed.). Santiago de Chile: Origo Ediciones.

Marín, R. (2011). *Secretos de los asados*. Santiago, Chile: Origo Ediciones.

- Perez, M. E.** (2011). *El libro de los secretos del buen asador* (Primera ed.). Argentina: Copyright.
- Perez, M. E.** (2011). El libro de los secretos del buen asador. En M. E. Perez, *El libro de los secretos del buen asador* . Copyright.
- Ronald, M. A.** (2011). *Las frutas: el oro de mil colores, frutoterapia*. (Primero ed.). Madrid: Ecoe Ediciones.
- Ronald, M. A.** (2011). *Las frutas: el oro de mil colores, frutoterapia*. Ecoe Ediciones. .
- Sampieri, H.** (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). Bogotá-Colombia: McGraw W-Hill.
- Skilton, G.** (2009). *Cocina a la Parrilla* (Primera ed.). Argentina: Landeira Ediciones.
- Skilton, G.** (2009). *Cocina a la Parrilla*. Argentina: Landeira Ediciones.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

ENCUESTA

Saludos Cordiales

El objetivo de la encuesta es para realizar el estudio de mercado para la implementación de un establecimiento de asados utilizando marinadas y aderezos cítricos en el cantón Salcedo, 2018.

NOTA: Estas encuestas son realizadas con fines académicos.

INSTRUCCIONES:

- Marque con una x la respuesta que considere conveniente.

1. GÉNERO:

- a. Masculino
- b. Femenino

2. EDAD:

- a) 20 --- 25
- b) 31 --- 35
- c) 36 --- 45
- d) 46 --- en adelante

1. ¿Cuántas veces al mes usted consume parrilladas con su familia o amigos?

- a) 1 vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) 4 veces
- e) ninguna de las anteriores

2. ¿Qué tipo de vajilla le gustaría a usted que se utilice para servir parrilladas?

- a) Porcelana
- b) Aluminio

c) Madera

3. ¿Qué tipo de parrilladas le gustaría a usted consumir?

- a. Parrillada al carbón
- b. Parrillada a la cruz
- c. Parrillada a gas
- d. Parrillada en piedra volcánica

4.Cuál de los siguientes valores considera usted que forma parte de sus ingresos económicos que recibe mensualmente

- 150-300\$ 300-450\$ 450-600\$
- 600-800\$ 800-1000\$ en adelante

5. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en un establecimiento de parrilladas?

- a) 3,00-5,00 \$
- b) 5,00-10,00\$
- c) 10,00-15,00\$
- d) 15,00-20,00\$

6. ¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría a usted que se aplique para la implementación del negocio?



7. ¿Existen otros establecimientos que ofrezcan productos semejantes al nuestro?

SI

NO

8. ¿Cómo le gustaría a usted el estilo del establecimiento de parrilladas?

- a) Clásico
- b) Rustico
- c) Moderno
- d) Común

9. ¿En qué horarios le gustaría a usted que se atienda el establecimiento?

- a. 10:00 am- 16:00pm
- b. 16:00 pm – 22:00 pm
-

c. 11:00 am- 23:30 pm

10. ¿Le gustaría a usted que el establecimiento se encuentre ubicado en los locales del mercado central de Salcedo?

a. Si

b. No

11. ¿Qué valora usted en un establecimiento de parrillas?

a. Precio

b. Calidad de servicio

c. Calidad del producto

d. Valor agregado (música, ambiente)

12. ¿Le gustaría a usted que se implemente un establecimiento de asados en el Cantón Salcedo?

A. SI

B. NO

Gracias por su colaboración

Anexo B: Receta estándar de alitas en salsa de naranja

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 											
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: alitas en salsa de naranja						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	alitas de pollo en salsa de naranja con papas salteadas ensalada americana				
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación			otros			
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni		PRECIO
	alitas de polo	250		limpiar		seco dircto	1	lb	1,3	1,43	0,79
	marinado de naranja	40				seco dircto	600	ml		0,97	0,06
	papas	250		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,10
	col	30		lavar	aros		1	unidad		0,5	0,03
	zanahoria	25		lavar			1	lb		0,2	0,01
	cilantro	0,6			repicado		1	lb		1	0,00
	limon	5		lavar	rallada		1	unidad		0,05	0,03
	sal	3		lavar	ojas		1	lb		1	0,01
	mayonesa	15					500	ml		1	0,03
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS	RESULTADO:	ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE		1,24
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	1,17				7%	% VARIOS	0,09
S/L	L	D		Σ. C.P= CxP +	2,49		FC=1+D			TOTAL	1,32
2000	1800	200		U1=PV-ΣCP	1,40		D=10%			C. PAX	1,32
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK	55%		C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	1,40		1,43			P.V.	3,89
										P.V.P	3,89

Anexo C: Chuleta en salsa de toronja

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: chuleta en salsa de toronja						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) chuleta en salsa de maracuyá con papas enteras tipo flor y ensalada vegetales salteados.					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	chuleta	200		limpiar		seco dircto	1	lb	2,5	2,75	1,21
	marinado de maracuyá	40				seco dircto	600	ml		0,87	0,06
	papas flor	350	g	lavar	francesa		1	lb		0,18	0,13
	queso rallado	10	g	lavar	aros		250	lb		1,9	0,08
	zanahoria	25	g	lavar			1	lb		0,2	0,01
	choclo	100	g		repicado		1	lb		0,5	0,11
	coliflor	15	g	lavar	rallada		1	unidad		0,05	0,08
	brocolí	15	g	lavar	ojas		1	lb		1	0,06
	cilantro	5	g				1	lb		1	0,01
	aceite	15	ml				1	lt		1,8	0,04
	zanahoria	15	g				1	lb		0,2	0,01
	salsa picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de naranja	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS	RESULTADO:	ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE		1,96
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,92			7%	% VARIOS		0,04
S/L	L	D		Σ. C.P= CxP +	2,91		FC=1+D		TOTAL		1,99
2000	1800	200		U1=PV-ΣCP	0,15		D=10%		C. PAX		1,99
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK	55%	C.M.P O VENTA		0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,15		2,75		P.V.		3,07
									P.V.P		3,07

Anexo D: Receta de pollo marinado en salsa de mandarina

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
POLLO MARINADO EN SALSA DE MANDARINA						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018		1			
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) pollo a la parrilla con papas salteadas ensalada rusa y dos tipos de chorizos					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	pollo	200		limpiar		seco dircto	1	lb	1,2	1,32	0,58
	chorizo parrillero	60					1	lb		2,40	0,29
	chiorizo finas										
	hirvas	60					1	lb		2,70	0,32
	marinado	40				seco dircto	600	ml		0,87	0,06
	papas	200		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,08
	zanahoria	15		lavar	aros		1	lb		0,2	0,01
	papas	15		lavar			1	lb		0,18	0,01
	arveja	15			repicado		1	lb		0,75	0,02
	choclo	50		lavar	rallada		1	lb		0,5	0,06
	mayonesa	20					500	ml		1	0,04
	manzana verde	15					1	unidad		0,25	0,04
	lechuga	10		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,01
	cilantro	5					1	lb		1	0,01
	salsa de naranja	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADO:		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE		1,70	
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,84			7%	% VARIOS	0,12	
S/L	L	D		$\sum C.P = CxP +$	2,65				TOTAL	1,82	
2000	1800	200		$U1 = PV - \sum CP$	0,14				C. PAX	1,82	
100%	90%	10%		$U2 = P.V.S - PV$	0,00			55%	C.M.P O VENTA	0,55	
1	0,09	0,1		$U neta = U1 +$	0,14				P.V.	2,79	
									P.V.S	2,79	

Anexo E: Receta de camarones en salsa de naranja

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
CAMARONES EN SALSA DE NARANJA						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) camarones a la parrilla con salsa de naranja papas fritas salsa rosada y ensalada a la parrilla.					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	camaron	180		limpiar		seco dircto	1	lb	3,8	4,18	1,66
	marinado	40				seco dircto	600	ml		0,87	0,06
	papas	200		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,08
	zanahoria	15		lavar	aros		1	lb		0,2	0,01
	pimiento rojo	15		lavar			1	lb		0,2	0,01
	pimiento verde	15			repicado		1	lb		0,25	0,01
	berenjena	25		lavar	rallada		1	unidad		0,5	0,13
	salsa rosada	40					500	ml		1	0,09
	tomate cherry	25					250	g		1,9	0,19
	cebollas	25		lavar	ojas		1	lb		0,4	0,02
	cilantro	5					1	lb		1	0,01
	salsa de naranja	40				directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE		2,42
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	1,53				7%	% VARIOS	0,17
S/L	L	D		Σ. C.P= CxP +	4,12				FC=1+D	TOTAL	2,59
2000	1800	200		U1=PV-ΣCP	0,97				D=10%	C. PAX	2,59
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00				CR=FC*CK	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,97				4,18	P.V.	5,08
										P.V.P	5,08

Anexo F: Receta de langostinos en salsa de naranja

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
LANGOSTINOS EN SALSA DE NARANJA						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) camarones a la parrilla con salsa de naranja papas fritas salsa rosada y ensalada a la parrilla.					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	langostinos	250		limpiar		seco dircto	1	lb	5	5,50	2,75
	marinado	40				seco dircto	600	ml		0,87	0,06
	papas	200		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,08
	zanahoria	15		lavar	aros		1	lb		0,2	0,01
	pimiento rojo	15		lavar			1	lb		0,2	0,01
	pimiento verde	15			repicado		1	lb		0,25	0,01
	berenjena	25		lavar	rallada		1	unidad		0,5	0,05
	salsa rosada	40					500	ml		1	0,09
	tomate cherry	25					250	g		1,9	0,16
	cebollas	25		lavar	ojas		1	lb		0,4	0,02
	cilantro	5					1	lb		1	0,01
	salsa de naranja	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE		3,41
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV		7%		% VARIOS		0,24	
S/L	L	D	Σ. C.P= CxP +		FC=1+D		TOTAL		3,65		
2000	1800	200	U1=PV-ΣCP		D=10%		C. PAX		3,65		
100%	90%	10%	U2=P.V.S-PV		CR=FC*CK		C.M.P O VENTA		0,55		
1	0,09	0,1	U neta= U1+		5,5		P.V.		7,30		
				1,46				P.V.P		7,30	

Anexo G: Receta de mix de costillas con alistas

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 													
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MIX DE COSTILLAS CON ALITAS						FECHA DE ELABORACIÓN:15/07/2018				1			
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) costillas a la parrilla + alitas de pollo en salsa de naranja con papas fritas y ensalda fresca							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros							
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA								
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO			
	Costilla	190		limpiar		seco dircto	1	lb	2,6	2,86	1,20		
	alistas	180								1,20	0,48		
	marinado	80				seco dircto	600	ml		0,87	0,12		
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07		
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01		
	tomate	25		lavar			1	lb		0,2	0,01		
	cilantro	0,6			repicado		1	lb		1	0,00		
	zanahoria	15		lavar	rallada		1	lb		0,2	0,01		
	lechuga	50		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,06		
	aguacate	10					1	unidad		0,3	0,05		
	salsa de naranja	80				húmedo directo	700	ml		1	0,11		
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06		
	salsa de piña	80				húmedo directo	700	ml		1	0,11		
				CÁLCULOS RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE		2,28		
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	1,63					7%	% VARIOS	0,16	
S/L	L	D	Σ. C.P= CxP +		4,07					FC=1+D	TOTAL	2,44	
2000	1800	200	U1=PV-ΣCP		1,36					D=10%	C. PAX	2,44	
100%	90%	10%	U2=P.V.S-PV		0,00					CR=FC*CK	55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1	U neta= U1+		1,36					2,86		P.V.	5,43
												P.V.P	5,43

Anexo H: Receta de Especial Beef

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SPECIAL BEEF						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) filete de res acompañado de arroz, papas salteada menestra y ensalada americana					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	filete de res	190		limpiar		seco dircto	1	lb	1,7	1,87	0,71
	marinado de naranja	40				seco dircto	600	ml		0,87	0,06
	papas	250		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,10
	chirizo parrillero	60					1	lb		2,40	0,32
	arroz	120					1	lb		0,5	0,12
	col	30		lavar	aros		1	unidad		0,5	0,03
	zanahoria	25		lavar			1	lb		0,2	0,01
	cilantro	0,6			repicado		1	lb		1	0,00
	limon	5		lavar	rallada		1	unidad		0,05	0,03
	sal	3		lavar	ojas		1	lb		1	0,01
	mayonesa	15					500	ml		1	0,03
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADO:	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE		1,59
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV)	0,93			7%	% VARIOS		0,11
S/L	L	D		$\sum C.P = CxP +$	2,63	FC=1+D		TOTAL		1,70	
2000	1800	200		$U1 = PV - \sum CP$	0,46	D=10%		C. PAX		1,70	
100%	90%	10%		$U2 = P.V.S - PV$	0,00	CR=FC*CK		C.M.P O VENTA		0,55	
1	0,09	0,1		$U \text{ neta} = U1 +$	0,46	1,87		P.V.		3,09	
								P.V.P		3,09	

Anexo I: Receta de parrillada completa

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 											
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PARRILLADA COMPLETA FAMILIAR							FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018				1
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	chuleta, carne de res, camarones, en 3 tipos de salsa de frutas con papas enteras tipo flor y ensalada vegetales salteados. (2 chorizos				
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación		otros				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TÉCNICA CULINARIA				
							cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	chuleta	200		limpiar		seco dircto	1	lb	2,9	3,19	1,41
	filete de res	180		limpiar		seco dircto	1	lb		1,90	0,75
	camaron	180		limpiar		seco dircto	1	lb		3,50	1,26
	marinado de maracuyá	40				seco dircto	600	ml		0,87	0,06
	papas flor	350	g	lavar	francesa		1	lb		0,18	0,14
	queso rallado	10	g	lavar	aros		250	lb		1,9	0,08
	chirizo parrillero	60					1	lb		2,40	0,32
	chiorizo finas hirvas	60					1	lb		2,70	0,36
	zanahoria	25	g	lavar			1	lb		0,2	0,01
	choclo	100	g		repicado		1	lb		0,5	0,11
	coliflor	15	g	lavar	rallada		1	unidad		0,05	0,08
	brocolí	15	g	lavar	ojas		1	lb		1	0,06
	cilantro	5	g				1	lb		1	0,02
	aceite	15	ml				1	lt		1,8	0,04
	zanahoria	15	g				1	lb		0,2	0,01
	salsa picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de naranja	40				directo	700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS	RESULTADO:	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE	4,85
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	2,11				7%	% VARIOS	0,34
S/L	L	D		Σ. C.P= CxP +	7,30					TOTAL	5,19
2000	1800	200		U1=PV-ΣCP	-0,28					C. PAX	5,19
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00				55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	-0,28					P.V.	7,02
							3,19			P.V.P	7,02

Anexo J: Receta de hamburguesa Beef

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 													
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: HAMBURGUESA BEEF BURGER						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018				1			
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)							
ambiente		refrigeración		X	congelación	otros							
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA								
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni		PRECIO		
	carne molida	140		limpiar		seco dircto	1	lb	1,4	1,54	0,47		
	marinado	30				seco dircto	600	ml		0,87	0,04		
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07		
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01		
	tomate	15		lavar			1	lb		0,2	0,01		
	tocino	15			repicado		1	lb		3,9	0,13		
	lechuga	20		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,03		
	queso mozzarella	15					400	g		3,9	0,15		
	salsa de naranja	40				directo	700	ml		1	0,06		
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06		
	salsa de piña	40				directo	700	ml		1	0,06		
				CÁLCULOS RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE		1,07		
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV)	0,75					7%	% VARIOS	0,08	
S/L	L	D		∑. C.P= CxP +	1,90					FC=1+D	TOTAL	1,15	
2000	1800	200		U1=PV-∑CP	0,60					D=10%	C. PAX	1,15	
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00					CR=FC*CK	55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,60					1,54	P.V.	2,50	
											P.V.P	2,50	

Anexo K Receta de hamburguesa de camarón

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: HAMBURGUESA DE CAMARÓN						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018		1			
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) hamburguesa de camaron con tres tipos de salsa papas a la francesa y sus vegetales al grill					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	camarones	140		limpiar		seco dircto	1	lb	3,8	4,18	1,29
	marinado	30				seco dircto	600	ml		0,87	0,04
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01
	tomate	15		lavar			1	lb		0,2	0,01
	tocino	15			repicado		1	lb		3,9	0,13
	lechuga	20		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,03
	queso mozarella	15					400	g		3,9	0,15
	salsa de naranja	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADO:		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE		1,89	
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	1,10			7%	% VARIOS	0,13	
S/L	L	D	$\sum. C.P = CxP +$		3,12		FC=1+D		TOTAL	2,02	
2000	1800	200	U1=PV- \sum CP		0,55		D=10%		C. PAX	2,02	
100%	90%	10%	U2=P.V.S-PV		0,00		CR=FC*CK	55%	C.M.P O VENTA	0,55	
1	0,09	0,1	U neta= U1+		0,55		4,18		P.V.	3,67	
									P.V.P	3,67	

Anexo L: Receta de hamburguesa de carne especial

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 											
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: HAMBURGUESA DE CARNE ESPECIAL						FECHA DE ELABORACIÓN:15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) hamburguesa de carne con tres tipos de salsa papas a la francesa sus vegetales al grill y choriza					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	carne molida	140		limpiar		seco dircto	1	lb	1,4	1,54	0,47
	chirizo parrillero	60					1	lb		2,40	0,32
	marinado	30				seco dircto	600	ml		0,87	0,04
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01
	tomate	15		lavar			1	lb		0,2	0,01
	tocino	15			repicado		1	lb		3,9	0,13
	lechuga	20		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,03
	queso mozzarella	15					400	g		3,9	0,15
	salsa de naranja	40				directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE		1,39
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,84				7%	% VARIOS	0,10
S/L	L	D		∑. C.P= CxP +	2,33					TOTAL	1,49
2000	1800	200		U1=PV-∑CP	0,48					C. PAX	1,49
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00				55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,48					P.V.	2,81
										P.V.P	2,81

Anexo M Receta de cheese burger

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR									
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHEESE BURGER						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) hamburguesa de carne con tres tipos de salsa papas a la francesa sus vegetales al grill y 2 tipos de queso					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODOS DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	carne molida	140		limpiar		seco dircto	1	lb	1,4	1,54	0,47
	chedar	60					1	lb		2,40	0,29
	marinado	30				seco dircto	600	ml		0,87	0,04
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01
	tomate	15		lavar			1	lb		0,2	0,01
	tocino	15			repicado		1	lb		3,9	0,13
	lechuga	20		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,03
	queso mozzarella	15					400	g		3,9	0,15
	salsa de naranja	40				húmedo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				húmedo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADO:		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE		1,36
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,80				7%	% VARIOS	0,10
S/L	L	D		Σ. C.P= CxP +	2,25					TOTAL	1,46
2000	1800	200		U1=P.V-ΣCP	0,40					C. PAX	1,46
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00				55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,40					P.V.	2,65
										P.V.P	2,65

Anexo N Receta de chicken Burger

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 											
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:CHICKEN BURGER						FECHA DE ELABORACIÓN:15/07/2018				1	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) hamburguesa de pollo con tres tipos de salsa papas a la francesa sus vegetales al grill y 2 tipos de queso					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación			otros			
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	pollo molida	140		limpiar		seco dircto	1	lb	1,4	1,54	0,47
	chedar	60					1	lb		2,40	0,32
	marinado	30				seco dircto	600	ml		0,87	0,04
	papas	180		lavar	francesa		1	lb		0,18	0,07
	cebolla	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01
	tomate	15		lavar			1	lb		0,2	0,01
	tocino	15			repicado		1	lb		3,9	0,13
	lechuga	20		lavar	ojas		1	unidad		0,25	0,03
	salsa de naranja	40				directo	700	ml		1	0,06
	salsa de picante	40					700	ml		1	0,06
	salsa de piña	40				directo	700	ml		1	0,06
				CÁLCULOS RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE		1,25
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,73				7%	% VARIOS	0,09
S/L	L	D		Σ. C.P= CxP +	2,06					TOTAL	1,33
2000	1800	200		U1=PV-ΣCP	0,36					C. PAX	1,33
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00				55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,36					P.V.	2,42
										P.V.P	2,42

Anexo O Receta de sopa Beef

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR										
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SOPA BEEF BURGER						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018			1			
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) sopa especial con pollo						
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación			otros				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA							
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO		
	pollo	140		limpiar		seco dircto	1	lb	1,2	1,32	0,41	
	arrocillo	40					1	lb		0,50	0,04	
	ajo	5				seco dircto	1	lb		1	0,01	
	cebolla	5		lavar	francesa		1	lb		0,4	0,00	
	zanahoria	10		lavar	aros		1	lb		0,3	0,01	
	arveja	15		lavar			1	lb		1	0,03	
	apio	5			repicado		1	lb		1	0,01	
	achiote	5		lavar	ojas		500	ml		0,7	0,02	
					CÁLCULOS RESULTADO:					ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	0,53
ANÁLISIS CÁRNICO					C.I.F 30% (PV	0,31				7%	% VARIOS	0,04
S/L	L	D		∑. C.P= CxP +	0,88					FC=1+D	TOTAL	0,57
2000	1800	200		U1=PV-∑CP	0,16					D=10%	C. PAX	0,57
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00					CR=FC*CK	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,16					1,32	P.V.	1,03
											P.V.P	1,03

Anexo P: Receta de jugo de mora

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 										
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: JUGO DE MORA						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018				1
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) jugo de mora				
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación			otros		
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA					
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO
	mora	90	g	lavar			1	lb	1,00	0,20
	azúcar	25	g				1	lb	1,2	0,05
	agua	150	ml							0,00
										0,00
										0,00
										0,00
										0,00
					CÁLCULOS RESULTADO:	ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE	0,25
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,23			7%	% VARIOS	0,02
S/L	L	D		$\Sigma. C.P = CxP +$	0,49		FC=1+D		TOTAL	0,27
2000	1800	200		$U1 = PV - \Sigma CP$	0,27		D=10%		C. PAX	0,27
100%	90%	10%		$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK	55%	C.M.P O VENTA	0,55
1	0,09	0,1		$U \text{ neta} = U1 +$	0,27		#¡REF!		P.V.	0,76
									P.V.P	0,76

Anexo R Receta de jugo de naranja

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 											
NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: JUGO DE NARANJA						FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018				1	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar) jugo de mora					
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	X	congelación	otros					
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	cantidad	unidad	costo uni	PRECIO	
	naranja	150	ml	lavar			1	lb	0,50	0,19	
	azúcar	25	g				1	lb	1,2	0,05	
	agua	100	ml							0,00	
										0,00	
										0,00	
										0,00	
										0,00	
					CÁLCULOS RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE	0,24
ANÁLISIS CÁRNICO				C.I.F 30% (PV	0,22			7%	% VARIOS		0,02
S/L	L	D		∑. C.P= CxP +	0,47				TOTAL		0,25
2000	1800	200		U1=PV-∑CP	0,25				C. PAX		0,25
100%	90%	10%		U2=P.V.S-PV	0,00				C.M.P O VENTA		0,55
1	0,09	0,1		U neta= U1+	0,25			55%	P.V.		0,73
									P.V.P		0,73

Anexo S: Carta

BIENVENIDA

Las parrilladas Beef & Burger le otorgar la más cordial y respetuosa bienvenida, ya que a partir de este momento usted forma parte del establecimiento, y sobre todo del equipo de trabajo. Las habilidades y destrezas por las cuales fue seleccionado ayudarán a contribuir de manera positiva al cumplimiento de cada uno de los objetivos previamente determinados por parte del establecimiento.

Su buena predisposición ayudará a contribuir de manera efectiva al constante desempeño y calidad del producto y servicio que se encarga de ofrecer a nuestro establecimiento a toda nuestra clientela en general. Sin importar el área en el que se encuentre laborando, Beef Burger esperará obtener de su parte todo su entusiasmo, colaboración, entrega, dedicación, puntualidad, honestidad y responsabilidad.

Desde el momento que llegue a laborar en nuestras instalaciones, se le brindará todos los instrumentos e instrucciones que deberá cumplir durante todo el tiempo que se encuentre laborando dentro del establecimiento, esto con el fin de que pueda integrarse de manera satisfactoria al equipo de trabajo, como establecimiento esperamos contar con todo su compromiso para seguir con la mejora continua.

Al forma parte de nuestro equipo de trabajo, usted contará con todos los derechos como trabajador, así como también las obligaciones que posee, permitiendo con ello mantener un equilibrio en cuenta a la administración de la microempresa.

Sea bienvenida/o a este su segundo hogar..... la microempresa BEEF & BURGER

Atentamente

“La administración”

INTRODUCCIÓN

El objetivo de presente manual otorgado, consiste en brindarle a usted una guía eficaz y certera, capaz de ayudarlo de una manera rápida con la integración al equipo de trabajo que forma parte del establecimiento Beef & Burger.

Cada una de las áreas que forman parte del establecimiento de parrilladas maneja el mismo manual, esto con el fin de ejercer un control total de cada uno de los departamentos que integran el negocio, por ende el compromiso de todos los empleados son el de conocer de forma general las políticas, misión, visión del establecimiento, los derechos a los cuales se acogen, las obligaciones y sobre todo las funciones destinadas para cada área, permitiendo esto colaborar de manera conjunta con los objetivos del establecimiento de parrilladas.

Es indispensable realizar un análisis del manual en un lapso de tiempo, para de esta forma realizar una reestructuración de mismo, permitiendo con ello que las funciones, las responsabilidades, obligaciones y derechos designados para el personal sean de manera equilibrada sin distinción alguna.

A partir que usted llegue a formar parte del establecimiento, el manual será una importante guía durante todo el tiempo que labore, le ayudará a

Desde el momento que usted forma parte de nuestro establecimiento, este manual será su guía durante todo el periodo de trabajo, el mismo contiene información relevante el cual le permita despejar cualquier tipo de duda, en cuanto a las funciones que llevar a cabo dependiendo del área en el que se desempeñe.

MISIÓN

“Beef & Burger” es una empresa innovadora que se dedica elaborar asados utilizando marinadas y aderezos cítricos, con materia prima de calidad, personal altamente calificado para la producción, servicio orientado a superar las expectativas y satisfacer los más exigentes paladares.

VISIÓN

Ser una empresa líder en el expendio de parrilladas con marinadas y aderezos cítricos ofreciendo los más exquisitos productos y de la más alta calidad, donde disfruten de una experiencia de deleite y bienestar, en un periodo de cinco años en el mercado logrando así cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

VALORES Y PRINCIPIOS

AXIOLÓGICOS

- Respeto
- Honestidad
- Honradez
- Lealtad
- Paciencia
- Constancia

DE TRABAJO

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Innovación
- Profesionalismo

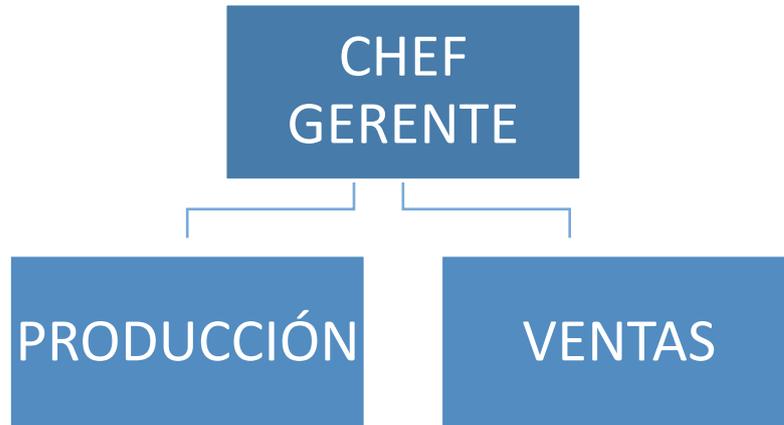
LA FILOSOFIA MANEJADA POR PARTE DE NUESTRO ESTABLECIMIENTO

La micro empresa Beef Burger como tal se encuentra enfocada en brindar un producto de calidad, manejando normas de salubridad e inocuidad en cada uno de los productos, la constante innovación de los productos será una pieza clave para mantener la fidelidad por parte de cada uno de nuestros clientes.

POLÍTICAS	ESTRATEGIAS
Personal altamente calificado	<ul style="list-style-type: none">• Realizar un proceso de selección de personal• Determinar el personal apto para el proceso de producción• Capacitación de personal en servicio y atención al cliente
Productos de calidad	<ul style="list-style-type: none">• Buscar proveedores que ofrezcan materia prima de calidad• Aplicar técnicas y métodos aprendidos en todo el proceso de producción• Mantener una excelente presentación en los platos
Ambiente acogedor	<ul style="list-style-type: none">• Música agradable• Decoración del establecimiento acorde con el tipo de comida que se va a ofrecer• Sitio cómodo para disfrutar de diferentes y exquisitos platos

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

!Imposible no probarlo!



Leyenda
Nivel de dirección — Nivel operativo Realizado por: Dennis Chiluisa Fecha de elaboración: 28/06/2018

FUNCIONES

Chef / Gerente

Es el principal encargado del área de producción, tiene a su cargo a toda una brigada de cocina, además de llevar un registro contable de la materia prima.

FUNCIONES

- Dirige el funcionamiento de la empresa.
- Planificar la compra de materia prima.
- Otorga permisos al personal.
- Administración del área a su cargo.
- Vigilar el stock de materia prima.
- Supervisa al personal de producción y servicio.
- Controlar la calidad del producto y servicio.
- Supervisión y control de gastos.

COCINERO

Este personal de cocina es indispensable para el funcionamiento del área de producción, ya que de este departamento dependen las ganancias para el local.

FUNCIONES

- Control de temperaturas de las guarniciones.
- Apoyar con la modificación de la carta.
- Realizar el mise en place.
- Limpieza de cocina
- Elaboración de salsa.
- Mantener una buena presentación del personal.
- Aplicar las normas de higiene y seguridad alimentaria.
- Etiquetar cada una de la materia prima.
- Llevar correctamente el uniforme.

MESERO / CAJERO

Persona encargada de recibir y facturar cada una de las ventas de los productos que se encuentren a disposición del cliente.

FUNCIONES

- Control de caja.
- Limpieza del área.
- Tomar en cuenta sugerencias.
- Contacto directo con la personal de cocina.
- Llevar la contabilidad en orden.
- Servir al cliente todas las preparaciones.
- Dar la bienvenida al cliente
- Otorgar información sobre los productos que ofrece.

DERECHOS GENERALES

- Brindar un ambiente agradable al trabajador.
- Respetar el horario de trabajo.
- Mantener un trato cordial con el personal.

OBLIGACIONES

Como parte del personal de trabajo, es necesario mantener un control desde el horario de ingreso hasta los permisos que debe y días libres durante la semana.

Jornada de trabajo

Cargos	Horarios
Chef / Gerente	08:00 a 16:00
Cocinero	08:00 a 16:00
Cajero / Mesero	08:00 a 16:00

Nota: Para el tiempo de almuerzo se le destinará un tiempo de 60 min para que pueda consumir sus alimentos.

Retrasos, ausencias y permisos

Retrasos

La empresa otorgará como máximo de 5 min de retraso

¿Qué debe hacer el empleado si llega tarde?

- El horario de ingreso es de 8:00, al permitir los 5 min de retrasos no significa que cada día se puede repetir la misma situación.
- El empleado deberá notificar con anticipación su posible retraso en el trabajo, y posteriormente recuperarlos el día siguiente.

¿Cómo afecta la ausencia en la percepción salarial del trabajador?

- En caso que el empleado llegara a falta al trabajo, tiene dos opciones: una recuperara con su día de descanso o descontárselo de su sueldo.

Ausencias

Cuando el empleado necesite faltar a sus labores por distintos motivos a los de una enfermedad posee la obligación de:

- Pedir autorización a su jefe con antelación.
- Presentarse al día siguiente del que se autorizó faltar.

¿Cómo afecta la ausencia en las percepciones del empleado?

- Si el jefe le concede el permiso por cuenta de vacaciones, se le pagará el día como si fuera vacaciones evitando con esto la disminución de su sueldo mensual.
- En el caso de ser un permiso justificado, se le procederá a descontar de su día libre o el valor económico del día.

Permisos

En el caso que un empleado necesite retirarse antes de su horario de salida por motivos ajenos a la causa.

¿Qué debe hacer el empleado?

Deberá pedir permiso a su jefe con un día de anticipación.

- El permiso autorizado deberá ser firmando por parte del empleado y del propietario, con el fin de constatar el permiso.

BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Las BPM consiste en un conjunto de normas que aseguran la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas que son destinadas a las personas en diferentes etapas de la cadena alimentaria que van desde: adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización de las preparaciones.

- Es importante porque ayuda a establecer los registros sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables que se encuentran en contacto directo con la transformación de la materia prima.
- Al implantar las directrices se pretende instaurar una serie de pasos que permitan a las personas que están en contacto con los alimentos, vigilar las temperaturas, la forma del almacenamiento, y la misma presentación de las distintas preparaciones que son destinadas al consumo de los comensales.

Las siguientes normas poseen como fin brindar un control estricto con los distintos alimentos, para evitar una posible contaminación y con ello una posible contaminación alimenticia, el responsable de la recepción de la materia prima, ingredientes y productos procesados debe poseer una excelente capacitación de la higiene de los alimentos

Actualmente los establecimientos de alimentos y bebidas debe registrar la información pertinente en cuanto a los alimentos que ingresan al establecimiento para su proceder al registro de su procedencia, descripción, composición, características sensoriales periodo de almacenamiento, conservación y manejo de las condiciones.

PRODUCCIÓN

Esta área debe estar ubicada cercana al comedor y de la misma forma debe tener fáciles accesos al área del almacenamiento de las materias primas, a la vez debe ser lo suficientemente amplia para el número de raciones de alimentos que están enfocadas a preparar. Durante la preparación previa de los alimentos, la cantidad de éstos sobre las mesas de trabajo no debe sobrepasar la capacidad de la superficie de dichas mesas, para evitar caídas accidentales de los alimentos al piso.

Las carnes, pescados, mariscos y vísceras se lavarán con agua potable corriente antes de someterlas al proceso de cocción, con la finalidad de reducir al máximo la carga microbiana. Las hortalizas, según corresponda, se lavarán hoja por hoja o en manojos bajo el chorro de agua potable, para lograr una acción de arrastre de tierra, huevos de parásitos, insectos y otros contaminantes.

El manipulador encargado del deshojado de las hortalizas se lavará y desinfectará las manos antes de esta operación; el deshojado se realizará antes de la desinfección y bajo el chorro de agua potable.

La desinfección de hortalizas y frutas posterior al lavado se efectuará con desinfectantes comerciales de uso en alimentos, aprobados por el Ministerio de Salud y, se seguirán las instrucciones del fabricante, luego se enjuagarán con agua potable corriente.

ALMACEMANIENTO DE MATERIA PRIMA

El responsable de la recepción de las materias primas, ingredientes y productos procesados debe tener capacitación en Higiene de los Alimentos y, contar con Manuales de Calidad de los principales productos alimenticios, a fin de que pueda realizar con facilidad la evaluación sensorial y física química mediante métodos rápidos, que le permitan decidir la aceptación o rechazo de los alimentos.

Los establecimientos deben registrar la información correspondiente a los alimentos que ingresan respecto de su procedencia, descripción, composición, características sensoriales, periodo de almacenamiento y condiciones de manejo y conservación. Dicha información debe encontrarse disponible durante la inspección que realice la Autoridad Sanitaria Municipal competente.

También deben llevar un Registro de los Proveedores que los abastecen de alimentos, de tal modo que sea posible efectuar cualquier investigación epidemiológica o de rastreabilidad sobre la procedencia de dichos alimentos. Si la compra es directa, deben seleccionarse los lugares de compra e igualmente proceder al registro respectivo

Los almacenamientos de los productos secos deben mantenerse en un lugar limpio, seco, ventilados y protegidos contra de los roedores, animales o personas ajenas al servicio. Por su parte los productos químicos tales como detergente, pinturas, desinfectantes, combustibles o insecticidas deben guardarse alejado de los alimentos.

Los alimentos de origen animal y vegetal se almacenarán por separado para evitar la contaminación cruzada y la transferencia de olores indeseables. Asimismo, se separarán los que cuentan con envoltura o cáscara, de aquellos que se encuentran desprotegidos o fraccionados. Las piezas grandes de res en refrigeración no deben exceder de las 72 horas, mientras que otros tipos de carne, aves y menudencias no deben exceder las 48 horas.

CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS TERMINADOS

- Las comidas preparadas parcialmente o pre cocidas, con el fin de terminarlos en el momento de su pedido, deben conservarse rotuladas en refrigeración y bien tapadas para evitar su contaminación.
- Las preparaciones a base de ingredientes crudos o cocidos perecibles de consumo directo deben conservarse en refrigeración a una temperatura no mayor de 5°C hasta el momento de su consumo.
- El tiempo de conservación de estos alimentos no debe permitir la alteración de sus características organolépticas.
- Para el caso de los alimentos de mayor riesgo como cremas a base de leche y huevos crudos, el periodo de conservación no podrá ser mayor de 24 horas.
- Los embutidos y similares deben servirse de inmediato o conservarse en refrigeración, protegidos para evitar su desecamiento y contaminación.
- La descongelación de alimentos puede realizarse en refrigeración, horno microondas o por inmersión (en envase hermético) en agua fría que corra en forma constante. Los alimentos descongelados deben ser transferidos inmediatamente a cocción.
- La materia prima o el alimento que haya sido descongelado, debe utilizarse inmediatamente y de ninguna manera luego de descongelado se volverá a congelar.

TEMPERATURA ÓPTIMA DEL CRECIMIENTO BACTERIANO

El crecimiento bacteriano depende fundamentalmente de la temperatura que este posee para su crecimiento y reproducción, se debe tomar en cuenta las distintas temperaturas para evitar cualquier tipo de contaminación.

Zona térmica	Temperatura	Crecimiento bacteriano
Congelación	<-18°C	No crece
Refrigeración	0 a 5°C	Crece lentamente
Zona de crecimiento	5°C a 65°C	Crece rápidamente
Zona de calor	65°C a 80°C	Crece lentamente
Zona de muerte microbiana	>80°C	Muere

CONSEJOS PRÁCTICOS DE LA PARRILLA

Al marinar las carnes antes de asarla no solo le da un sabor especial, sino también hace que tenga una textura suave, que este más tierna y aromática, por eso mientras mayor tiempo permanezca en ella, el sabor será más intenso.

Para marinar generalmente se coloca la pieza de carne en un recipiente hondo o en una bolsa de plástico para conservar o congelar alimentos y se vierte sobre ella el tipo de marinada elegida. Cada tipo de carne requiere de un acerado especial.

Los tres ingredientes básicos que se debe tomar en cuenta al momento de marinar cualquier pieza de carne que estas fuera son: el aceite (que ayuda a mantener la humedad en la carne), ingredientes básicos (que sirven para suavizar el género cárnico), los sazonador (utilizados para otorgarle el sabor).

Para las marinadas crudas todos os ingredientes se combinan, se añaden a la carne y se marinan en el refrigerador de una a seis horas, incluso de dos a tres días, dándoles vuelta a la carne para que se impregne su sabor.

Las marinadas instantáneas se vierten directamente sobre las carnes por algunos minutos u horas antes de colocarlas a la parrilla. El tiempo de marinada depende del tipo de carne y el corte que se haya elegido.

Se debe tener en cuenta que mientras más grande y gruesa sea la pieza de carne que se pretende marinar, mayor será el tiempo que requiera, cabe recalcar que algunos tipos de carnes necesitan incluso días para marinar.

Cuanto más ácido sea los ingredientes utilizado en la marinada, menor será el tiempo que necesita, de lo contrario, la carne de res, pescado comenzará a romperse y volverse un tanto pastosa y perder los nutrientes.

NORMAS SOBRE EL USO DE UNIFORME

Producción

El empleado deberá portar el uniforme indicado por la empresa, que consta de lo siguiente:

- Pantalón a cuadros
- Camiseta blanca
- Pechera negra
- Zapatos antideslizantes
- Malla o gorro para el cabello

Servicio

Para el área de servicio el personal deberá contar con el siguiente uniforme:

- Pantalón negro
- Zapatos negros
- Camiseta polo negro
- Una gorra del establecimiento

Indicaciones

- En el caso de pérdida el personal se hace cargo de la reposición del uniforme.
- El uniforme deberá mantenerse limpio todo el tiempo de trabajo.
- Se utilizará el uniforme únicamente dentro de las instalaciones.
- Debe estar siempre planchado

NORMAS DE LIMPIEZA

Limpieza de área

El establecimiento dispone de ciertos lineamientos que el personal debe tener en cuenta durante la limpieza y desinfección del área, la maquinaria y los utensilios utilizados, los detergentes utilizados que se utilice deben eliminar la suciedad de las superficies, manteniéndola en suspensión para su fácil eliminación y, tener buenas propiedades de enjuague.

- Las superficies de las áreas de trabajo, los equipos y utensilios, deben limpiarse y desinfectarse tres veces al día, tomando las precauciones adecuadas para que los detergentes y desinfectantes utilizados no contaminen los alimentos.
- Durante las actividades en la cocina solo se pueden recoger alimentos, líquidos del piso u otros desperdicios accidentales con un trapo húmedo, nunca con escoba, porque se puede levantar contaminación del piso hacia los alimentos.
- Inmediatamente después de terminar la jornada de trabajo o cuantas veces sea necesario, los pisos deben limpiarse minuciosamente y desinfectarse, incluidos los desagües, las estructuras auxiliares y las paredes de la zona de manipulación de alimentos.
- Los vestuarios y servicios higiénicos deben mantenerse limpios en todo momento.
- Se deben limpiar y desinfectar las sillas para niños después de cada uso.
- Debe disponerse de áreas o compartimentos para el almacenamiento de los implementos de aseo y sustancias utilizadas para la limpieza, tales como escobas, escobillas, detergentes, etc., los cuales deben mantenerse y almacenarse de forma que no contaminen los alimentos, los utensilios, el equipo o la ropa.
- Después de la limpieza, en el procedimiento de secado debe utilizarse materiales absorbentes.

NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL

Los manipuladores de los alimentos deben mantener una esmerada higiene personal, especialmente en el lavado de las manos, ya que es el principal que se encuentra en contacto directo con la materia prima. Para ello el personal del establecimiento debe tomar en cuenta una serie de parámetros que son los siguientes:

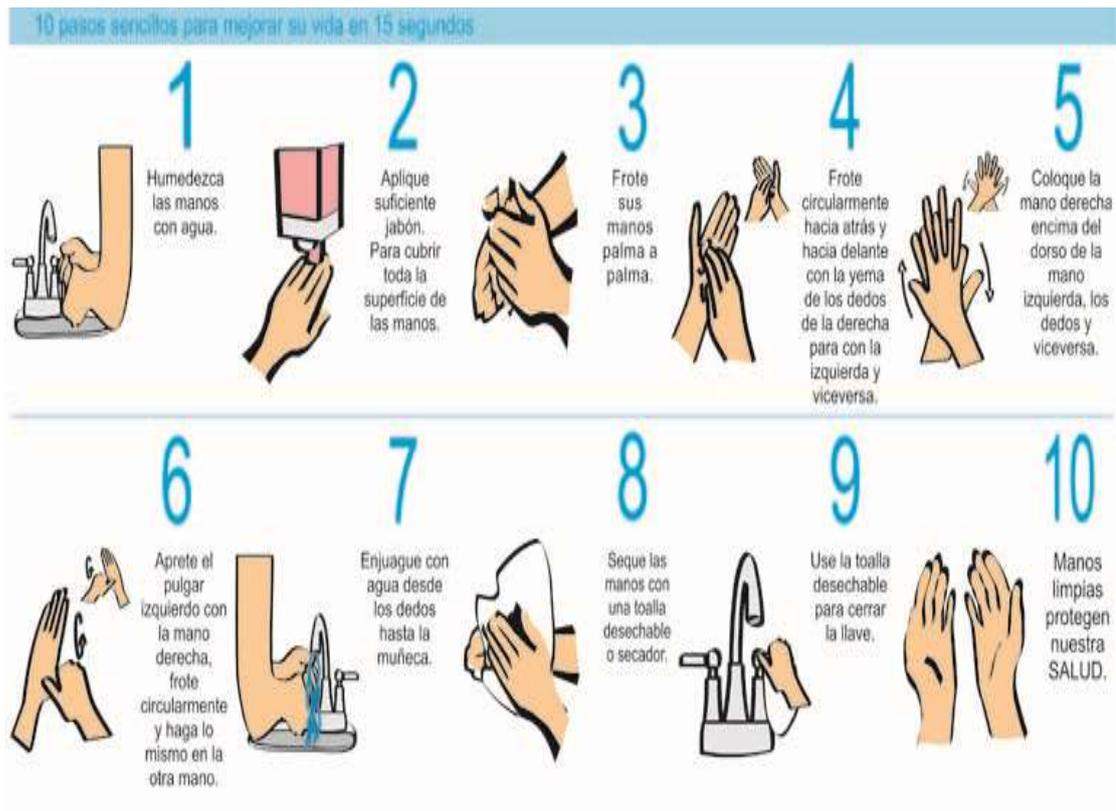
- Uso de malla para el cabello.
- Un bien cortadas y sin esmalte.
- El baño diario.
- Cabellos cortos y rasurados la barba en el caso de los hombres.
- Uso del uniforme adecuado para evitar contaminación.
- Uso de mascarilla en el caso de presentar gripe.
- Evitar el uso excesivo de maquillaje y perfumes.

LAVADO DE LAS MANOS

Es importante lavarse las manos:

- Antes y después de manipular alimentos y/o amamantar.
- Antes de comer o beber, y después de manipular basura o desperdicios.
- Después de tocar alimentos crudos y antes de tocar alimentos cocidos.
- Después de ir al baño, sonarse la nariz, toser o estornudar y luego de cambiarle los pañales al bebé.
- Luego de haber tocado objetos “sucios”, como dinero, llaves, pasamanos, etc.
- Antes y después de atender a alguien que está enfermo o de curar heridas.

- **Correcto lavado de las manos**



1. Mojarse las manos con agua.
2. Aplicarse suficiente jabón para cubrir toda la superficie de las manos.
3. Frote sus manos palma a palma.
4. Frote circularmente hacia atrás y hacia adelante con la yema de los dedos de la derecha para con la izquierda y viceversa.
5. Coloque la mano derecha encima del dorso de la mano izquierda los dedos y viceversa.
6. Apriete el pulgar izquierdo con la mano derecha, frote circularmente y haga lo mismo con la otra mano.
7. Enjuague con agua desde los dedos hasta las muñecas.
8. Seque las manos con una toalla desechable o secador.
9. Use la toalla desechable para cerrar el grifo de agua.
10. Manos limpias protegen nuestra salud.