



MODELO PARA DESARROLLAR UN PROYECTO
DE INVERSIÓN GASTRONÓMICO

Wok Dragon

Ana Guillén Tufiño
Ivan Viteri García
Robert W. Moreira Macías
Andrea Cortez Espinoza

compAs

MODELO PARA DESARROLLAR UN PROYECTO
DE INVERSIÓN GASTRONÓMICO

Wok Dragon

Autores:

Ana Guillén Tufiño
Ivan Viteri García
Robert W. Moreira Macías
Andrea Cortez Espinoza

MODELO PARA DESARROLLAR UN PROYECTO
DE INVERSIÓN GASTRONÓMICO. Wok Dragon

Autores:
Ana Guillén Tufiño
Ivan Viteri García
Robert W. Moreira Macías
Andrea Cortez Espinoza



Primera edición: julio 2018
© Ediciones Grupo Compás 2018
ISBN : 978-9942-33-016-1

Diseño de portada y diagramación:
Equipo Editorial Grupo Compás

Este texto ha sido sometido a un proceso de
evaluación por pares externos
con base en la normativa del editorial

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las
sanciones en las leyes, la producción o
almacenamiento total o parcial de la presente
publicación, incluyendo el diseño de la portada,
así como la transmisión de la misma por
cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico,
como químico, mecánico, óptico, de grabación
o bien de fotocopia, sin la autorización de los
titulares del copyright.

Cita.

Guillén, A, Viteri, I, Moreira, R, Cortez, A (2018) MODELO PARA DESARROLLAR
UN PROYECTO DE INVERSIÓN GASTRONÓMICO. Wok Dragon, Editorial Grupo
Compás, Guayaquil Ecuador, 143 pag

Agradecimiento

Los autores agradecen al Grupo Editorial Compas; por sus valiosos aportes, como equipo multidisciplinario, para la estructura y revisión del presente texto, en beneficio de la comunidad científica-académica.

Dedicatoria:

Los autores dedican el presente esfuerzo investigativo, a sus padres y respectivos hijos; pues son estos últimos el motor de cada ser humano, para continuar en la lucha de la excelencia; y esta sea la meta propuesta a superar en la posteridad.

Prólogo

El presente texto no pretende sustituir a los diferentes textos que existen en el mercado con el aporte de muy buenos autores; este trabajo es un modelo representativo de la forma en que debe presentarse un proyecto ante una institución crediticia, con el objetivo de encontrar un apoyo financiero.

La experiencia en el desarrollo y formulación de proyectos, nos ha permitido poner a vuestra consideración este resumen debidamente estructurado, con la finalidad de ayudar a quienes tienen un concepto básico de las inversiones, pero que a la hora de plasmar sus ideas, se desvanecen ante las inquietudes e inseguridades que se presentan.

Es por esto que el presente texto de apoyo al estudiante o profesional de distintas áreas, no se le dan conceptos, ya que se sobreentiende que tiene una base sobre los mismos. Cabe indicar que los proyectos de inversión son multidisciplinarios y es en esa orientación que la pluralidad de criterios, permite encontrar una objetividad sobre lo que se persigue.

Esperamos sea muy útil este modelo, para quienes desean ser emprendedores.

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	10
2. OBJETIVOS.....	10
2.1. OBJETIVOS GENERALES.....	10
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	12
3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	12
3.2. ACCIONISTAS.....	12
3.3. ¿QUIÉNES SOMOS?.....	12
3.4. MISIÓN.....	12
3.5. VISIÓN.....	12
3.6. OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	13
3.7. POLÍTICAS.....	13
3.8. METAS.....	14
3.9. REGLAS.....	15
3.9.1. CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.....	15
3.9.2. HORARIOS.....	16
3.9.3.SOBRE LOS PERMISOS DE LOS TRABAJADORES Y FALTAS.....	17
3.9.4. VACACIONES.....	18
3.9.5. PROHIBICIONES.....	19
3.9.6. SOBRE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	20
3.9.7. IMAGEN, VESTIMENTA Y UNIFORMES.....	21
3.10. VALORES CORPORATIVOS.....	21
3.11 ORGANIGRAMA.....	22
3.12. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES.....	22

3.12.1 GERENTE.....	22
3.12.2. MESERO.....	23
2.12.3. BARMAN.....	24
2.12.4. SEGURIDAD.....	24
2.12.5. CAJERA.....	25
2.12.6. CHEF.....	26
2.12.7. SOUS CHEF.....	27
2.12.8. COCINERO DE COCINA FRÍA.....	27
2.12.9. COCINERO DE COCINA CALIENTE.....	28
2.12.10. STEWART.....	29
2.12.11. AYUDANTE DE COCINA.....	30
4. ESTUDIO DE MERCADO.....	32
4.1. INTRODUCCIÓN.....	32
4.2. OBJETIVOS.....	32
4.3. PLAN DE INVESTIGACIONES.....	33
4.4. FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	33
4.5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	34
4.5.1.MÉTODO DE CONTACTO.....	34
4.5.2 INSTRUMENTO PARA LA INVESTIGACIÓN.....	34
4.5.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	34
4.5.3.1 CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	35
4.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	36
4.7. ANÁLISIS E LA ENCUESTA Y RESULTADOS.....	38
4.8. CALCULO DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	49
4.8.1 DEMANDA HISTÓRICA.....	49
4.8.2. PROYECCIÓN DEMANDA FUTURA.....	49

4.8.3 ANÁLISIS DE LA ORFERTA.....	50
4.9. DISEÑO DE LAS CUATRO "P" DEL MARKETING.....	52
4.9.1. PRODUCTO.....	52
4.9.2. PLAZA.	53
4.9.2.1. COMPETENCIA.....	53
4.9.3. PRECIO.	56
4.9.4. PROMOCIÓN.....	56
4.9.4.1. LOGO.....	57
4.9.4.2. PUBLICIDAD.....	58
4.9.4.3. VALLA PUBLICITARIA.....	59
4.10. ANÁLISIS FODA.....	60
4.10.1. FORTALEZAS.	60
4.10.2. DEBILIDADES.	60
4.10.3. OPORTUNIDADES.	60
4.10.4. AMENAZAS.....	61
5. ESTUDIO TÉCNICO.	63
5.1. INTRODUCCIÓN.....	63
5.2. OBJETIVOS.	63
5.3. LOCALIZACIÓN.....	64
5.3.1. LOCALIZACIÓN DEL RESTAURANTE SEGÚN LA TABLA DE PONDERACIÓN	65
5.4. JUSTIFICACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN.	67
5.5. VÍAS DE ACCESO TRANSPORTE Y COMUNICACIONES.....	68
5.6. FUENTES DE ABASTECIMIENTO.	68
5.6.1. TABLA DE PROVEEDORES.	69

5.7. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA.	70
5.8. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS.....	70
5.10. PROCESO PRODUCTIVO.	71
5.10.1. RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA.	71
5.10.2. CONTROL DE LA MERCANCIA.....	72
5.10.3. ALMACENAMIENTO.	72
5.10.4. MISE EN PLACE.	73
5.10.5. PREPARACIÓN.....	73
5.10.6. MONTAJE DE PLATOS.....	75
5.10.7. INSPECCIÓN FINAL DE LOS PLATOS.....	75
5.10.7. LIMPIEZA.	76
5.10.8. ELABORACIÓN DE REPORTES.....	76
5.11. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	76
5.12. TECNOLOGÍA.	76
5.13. EQUIPOS DE COCINA, UTENSILIOS DE COCINA, MATERIA PRIMA MOBILIARIO Y EQUIPOS.....	77
5.13.2. CARACTERISTICAS DE LOS UTENSILIOS.	80
5.13.3. CARACTERISTICAS DE LA MATERIA PRIMA.....	84
5.13.4. CARACTERISTICAS DE LOS MOBILIARIOS Y EQUIPOS.....	87
5.14. DESCRIPCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL RESTAURANTE.	89
5.14.1 ÁREA DE COCINA.	89
5.14.2. ÁREA DE SERVICIO.	90
5.14.3. ÁREA ADMINISTRATIVA.	90
5.14.4. ÁREA DE PARQUEO.....	90
5.14.5. ÁREA DE BAÑOS.....	91
5.14.6. ÁRA DE ALMACENAMIENTO.	91

5.14.7. ÁREA DE PATIO.....	91
5.15. FACHADA Y PLANO DEL RESTAURANTE.....	92
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	94
7. CONCLUSIONES.....	107
8. RECOMENDACIONES.....	108

1. INTRODUCCIÓN.

En este proyecto se procura determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de comida China, en donde se analizarán puntos muy importantes como la estructura organizacional, el estudio de mercado para así proponer técnicas de marketing; se realizará el estudio técnico y financiero con el objetivo de verificar la factibilidad del proyecto.

“Wok Dragon” sería el nombre que para el proyecto de un restaurante chino tradicional en la ciudad de Guayaquil, que brindará un servicio de muy alta calidad, en donde se desea entregar una experiencia inolvidable a nuestros potenciales clientes.

2. OBJETIVOS.

2.1. OBJETIVOS GENERALES.

龍 Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de Gastronomía china en la ciudad de Guayaquil.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

龍 Realizar un estudio organizacional.

龍 Determinar un estudio de mercado mediante técnicas como: análisis FODA, análisis de oferta y demanda con su respectiva proyección.

龍 Definir el estudio técnico de nuestro establecimiento.

龍 Identificar mediante un estudio financiero la factibilidad del proyecto

Estudio Organizacional



3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA.

El nombre nace del utensilio más representativo de la cocina asiática llamado WOK y del DRAGÓN que es un animal mitológico y legendario de China que representa la buena fortuna.

3.2. ACCIONISTAS.

Contaría con 4 accionistas, que aportarían con las necesidades monetarias para la construcción de la infraestructura, equipamiento de cocina y salón, materia prima, utensilios y todo aporte necesario para el restaurante.

3.3. ¿QUIÉNES SOMOS?

"Wok Dragón" será una empresa de alimentos y bebidas, enfocada a satisfacer las necesidades alimentarias de nuestros clientes con la debida precaución de brindar un servicio de máxima calidad, con platos innovadores y tradicionales de la gastronomía China.

3.4. MISIÓN.

Brindar un servicio gourmet de alta calidad satisfaciendo las necesidades de alimentación y nutrición de las personas, desarrollando platos innovadores y tradicionales de China.

3.5. VISIÓN.

“Wok Dragón” será líder de los restaurantes temáticos en la gastronomía china de la ciudad de Guayaquil en el 2019, para luego llegar a la ciudad de Quito, con el objetivo de convertirse en una cadena de restaurantes ofreciendo un servicio de calidad.

3.6. OBJETIVOS EMPRESARIALES.

Satisfacer las necesidades del consumidor.

Tener mayores utilidades.

Ser reconocidos a nivel nacional.

Obtener franquicias en todo el país.

Dar una experiencia inolvidable a nuestro cliente mediante el sabor de nuestros platos Cuidar la nutrición del cliente.

Vigilar el cuidado al medio ambiente implementando técnicas de reciclaje.

Innovar la ambientación del establecimiento para hacerle vivir una experiencia inolvidable a nuestros clientes trasladándolo hacia China sin viajar.

3.7. POLÍTICAS.

Las políticas implementadas para el buen desarrollo de nuestra empresa son las siguientes:

Ofrecer un servicio bien seleccionado, preparado a nuestros clientes.

Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene y BPM en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos.

Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso. Proporcionar a los futuros clientes un producto inocuo y nutritivo.

Ofrecer un menú o carta muy variada en opciones de la gastronomía China. Crecer como empresa para dar un servicio e instalaciones de excelencia.

Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.

Todos los colaboradores de la empresa deben mantener un comportamiento ético y profesional.

Realizar evaluaciones periódicas y documentadas.

3.8. METAS.

Logros que se desea obtener en la empresa en un determinado tiempo.

Constar de empleados 100% profesionales, con el objetivo de brindar un servicio de alta calidad.

Impactar y capturar el mayor número de clientes potenciales.

Expandirnos como empresa hacia la ciudad de Quito logrando así abrir el camino para llegar a ser una cadena de restaurantes temáticos en la gastronomía China dentro de las ciudades más importantes del país.

Elevar las ventas de nuestros servicios en un 50%, dentro de un año y medio.

Obtener todas las certificaciones (BPM, Ministerio de Salud Pública, etc..).

3.9. REGLAS.

Son de gran importancia las políticas del Restaurante chino "Wok Dragon". Ya que son necesarias para poder laborar en armonía y evitar conflictos entre el personal, e integrarnos como equipo de trabajo y tener muy claro las reglas a las que se debe de apegar el personal que labore en este restaurante.

Teniendo en cuenta que ahí se le dará valor a la disciplina, pues podrá darse el caso que una regla no nos guste, pero por el bien del equipo y entendiendo que hay una razón importante que justifica nuestras políticas, con respeto y convicción se tendrá que cumplir con esta. **PUES SON DE CARÁCTER OBLIGATORIO PARA TODO EL PERSONAL** y son las siguientes:

3.9.1. CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.

龍 Todo el aspirante a un empleo debe reunir los requisitos pedidos para el puesto de trabajo tanto para servicio como para cocina.

龍 Todas las personas aspirantes al trabajo necesitarán un currículum para poder presentarse adecuadamente.

龍 El trabajador se comprometerá a trabajar de la manera más eficiente que se pueda y el gerente o los encargados responsables

pueden asignar un puesto de trabajo según se requiera en determinado momento.

龍 Si el trabajador sale favorecido se sujetará a un contrato a prueba que tendrá la duración de 90 días, luego se le hará firmar nuevamente un contrato indefinido.

3.9.2. HORARIOS.

龍 El horario de trabajo constará de 2 turnos. El primer turno de 8h00-16h00 y el segundo turno de 16h00-00h00.

龍 Se laborará de lunes a domingo con un día de descanso entre semana. (Personal de servicio y cocina).

龍 El tiempo que se llevarán para almorzar y cenar será un tiempo de 30 a 45 minutos en el horario de baja demanda de comensales.

龍 La empresa concederá como máximo tres tolerancias al mes de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos al mes a la hora de entrada, exclusivamente, automáticamente se le descontará como indica la ley.

龍 Cada trabajador deberá poner su huella digital en el reloj biométrico para registrar su asistencia.

龍 Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de visto bueno.

龍 Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización del Socio respectivo, o en su defecto con la autorización del administrador.

3.9.3. SOBRE LOS PERMISOS DE LOS TRABAJADORES Y FALTAS.

龍 Los permisos deben ser solicitados por escrito y con 24hrs., de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente reconsiderara nulo.

龍 El Gerente y demás responsables del restaurante estarán facultados autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este se autorice. Todos los permisos serán sin sueldo en el caso de que sea día completo salvo que los funcionarios antes mencionados autoricen lo contrario.

龍 Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato al Gerente y demás responsables del restaurante, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como falta injustificada. Una vez informado, será responsabilidad del Gerente y demás encargados

龍 Al momento de acumular tres faltas injustificadas, el restaurante tendrá la facultad de presentar el visto bueno.

龍 Permiso de tres días con goce de sueldo por defunción de un familiar de primer grado (padre, madre, conyuge, hermano o hijo).

3.9.4. VACACIONES.

龍 Las vacaciones se deberán gozar dentro del año correspondiente.

Para evitar sean anuladas. Ya que no se podrán acumular.

龍 Para gozar de las vacaciones a las que cada trabajador tenga derecho, será necesario realizar el trámite de estas, con el gerente, para acordar las fechas autorizadas, así como el número de días, y se firme el documento de trámite con la autorización del gerente y acuerdo del trabajador.

龍 Tienen derecho a las vacaciones los trabajadores que han cumplido con un año de trabajo para el mismo empleador, en caso de salir del trabajo antes de cumplir el año de trabajo debe cancelarse al trabajador la parte proporcional a las vacaciones no gozadas.

龍 Todo trabajador tendrá derecho de gozar anualmente un periodo ininterrumpido de 15 días, incluido los días no laborables. Quienes presten sus servicios por más de 5 años al mismo empleador, gozaran adicionalmente de un día más de vacaciones por cada uno de los años excedentes.

La tabla de vacaciones quedara de la siguiente manera:

Antigüedad:	Días de vacaciones:
Un año y Dos años	7 días
Tres años	14 días
Cuatro años	15 días
De cinco a nueve años	16 días
Y por cada bloque de cinco años	se sumarán 1 día más

3.9.5. PROHIBICIONES.

龍 El personal del restaurante deberá portar a su entrada y en todo momento durante su estancia en la empresa la credencial, en caso contrario le será restringida la entrada. Los únicos que pueden autorizar la entrada sin credencial son el Gerente y los responsables.

龍 La política de uniformes será aplicada todo el tiempo, la falta y cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.

龍 Queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones del restaurante

龍 La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna consigna especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el Gerente o sus

encargados responsables, para lo cual deberá ser registrado en los controles. No se permitirán situaciones de abandono por causas diferentes a las de trabajo.

龍 Por cuestiones de seguridad, cada trabajador del restaurante podrá ser sujeto a una revisión al momento de su entrada y salida de la compañía por el personal de seguridad.

龍 El trabajador podrá ser revisado físicamente, así como sus pertenencias, al momento de su salida del restaurante, si al momento de su revisión pretende sacar artículos de la empresa deberá justificarlo con un pase de salida proporcionado por alguna de las personas con esta facultad, en el caso de no justificar la salida de los artículos, estos tendrán que serle retenidos hasta el momento de aclararlo.

Queda prohibido a los trabajadores:

龍 Introducir personas ajenas al restaurante a menos que estas sean justificadas y por autorización del Gerente o los encargados responsables del restaurante.

龍 Realizar colectas o rifas dentro del restaurante y hacer cualquier clase de propaganda, así como la venta por catálogos o cualquier otro tipo, de cualquier artículo.

龍 Usar utensilios y herramientas del restaurante para fines particulares o distintos de aquellos para los que están destinados.

3.9.6. SOBRE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

Las llamadas deben ser atendidas sin excepción de forma expedita, clara y oportuna, es prioritario para el restaurante que la comunicación con clientes, proveedores, empleados y cualquier persona que nos llame, se realice sin pérdidas de información y al momento. Las llamadas personales deberán ser limitadas y con tiempo medido.

3.9.7. IMAGEN, VESTIMENTA Y UNIFORMES.

龍 Todo el personal que labore en el Restaurante siempre tendrá que presentarse a laborar poniendo un especial énfasis en su aseo personal. Se le pide a todo el personal que se presente recién bañado, que utilice desodorante, con las uñas cortas; que traiga el cabello corto, que venga bien rasurado (hombres) que se peinen con el cabello recogido (mujeres); que ambos proyecten una imagen impecable de higiene, limpieza y pulcritud.

龍 La revisión del uniforme será realizada por el gerente a cargo cuando el trabajador ingrese a laborar

3.10. VALORES CORPORATIVOS.

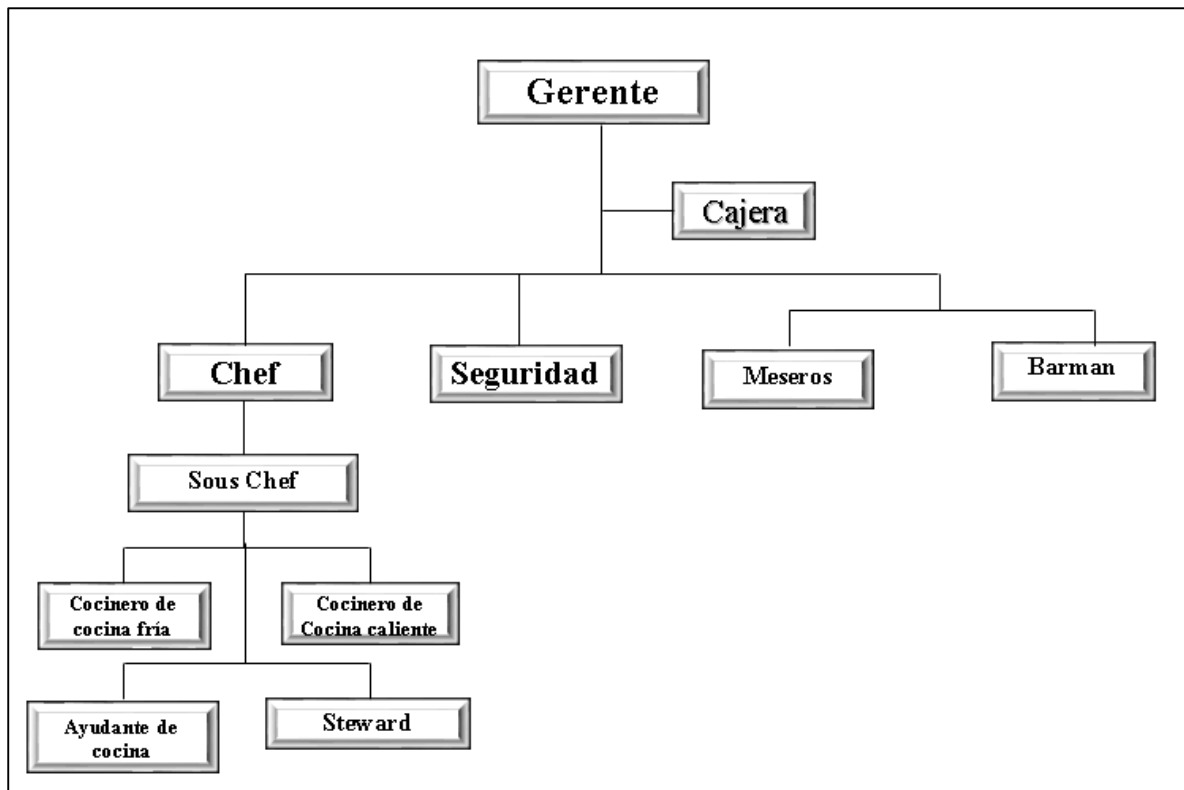
龍 Cumplir con el horario estipulado por la empresa y ser puntuales.

龍 Ser responsables y actuar con honestidad.

龍 Garantizar la salud y seguridad de los empleados.

龍 Contribuir a la sociedad y demostrar la responsabilidad social corporativa. Comprometerse con la empresa a realizar sus servicios y otras actividades variadas. Garantizar a nuestros clientes ofreciendo un servicio de muy buena calidad.

3.11 ORGANIGRAMA.



3.12. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES.

3.12.1 GERENTE.

龍 Es la persona responsable de la gestión y dirección de un establecimiento sus funciones son:

龍 Se encarga de la selección, contratación y formación del personal que trabaja en su establecimiento.

龍 Organiza, distribuye y supervisa el trabajo del personal a su cargo.

龍 Supervisa el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene en el trabajo y los estándares de calidad.

龍 Dirige la gestión de compras y las relaciones con los proveedores.

Realiza la gestión económica de todo el establecimiento.

- 龍 Atiende las reclamaciones y sugerencias de los clientes.
- 龍 Coordina con los jefes de área las políticas comerciales y formación del personal.

3.12.2. MESERO.

Personal encargado de atender a los clientes, sus funciones son:

- 龍 Cambia blancos sucios por limpios.
- 龍 Conoce el correcto manejo de la loza y la cristalería para evitar roturas.
- 龍 Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: sal, azúcar, salsa, cubiertos, etc.
- 龍 Ayuda a la Hostess en el acomodo de los clientes en las mesas
Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía
- 龍 Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados
- 龍 Conocer y aplicar el sistema para escribir las órdenes (comanda)
- 龍 Inspeccionar que los platillos sean según lo solicitado por el cliente antes de llevarlos a la mesa
- 龍 Conocer y aplicar los diferentes tipos de servicio, según el restaurante
Recoger y mantener limpia la mesa.
- 龍 Recoger y mantener limpia la mesa
- 龍 Cuando el cliente va a encender un cigarro, el mesero lo ayuda con su encendedor
- 龍 Solicitar al cajero la factura por la cuenta del cliente

龍 Cuando el cliente lo solicita, presentar la cuenta para su pago.

2.12.3. BARMAN.

Encargado del área del bar, sus funciones son:

- 龍 Conoce todos los tipos de bebidas usadas en el bar.
- 龍 Debe conocer el almacenamiento correcto de los vinos.
- 龍 Debe conocer la preparación de bebidas compuestas.
- 龍 Debe conocer el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
- 龍 Levanta inventarios para solicitar lo faltante al almacén.
- 龍 Llena requisiciones al almacén.
- 龍 Sirve bebidas.
- 龍 Elabora junto con el cajero de bar el informe de control de botellas cerradas vendidas.
- 龍 Elabora una pequeña exposición de bebidas para promocionar y atraer nuevos clientes.
- 龍 Cerrar el bar y proteger todos los artículos.

2.12.4. SEGURIDAD.

Encargado del bienestar del establecimiento, personal y clientes; sus funciones son:

- 龍 Control de entrada y salida de personal y vehículos.
- 龍 Procurar los estacionamientos fuera del área de entrada del establecimiento.

龍 Rondas constantes por las instalaciones del establecimiento (dentro y fuera).

龍 Revisiones periódicas de los lockers y gavetas del personal.

龍 Velar por la seguridad de empleados y clientes del establecimiento.

2.12.5. CAJERA.

Es el responsable de sumar la cantidad debida por una compra o servicio al cliente, sus funciones son:

龍 Cobrar en todas las formas de pago (efectivo y tarjeta de crédito).

龍 Entregar invariablemente nota de ventas y factura para los clientes que así lo requieran.

龍 Registrar todas las ventas en el formato de ingresos.

龍 Elaborar corte de caja en el cambio de turno y entregar a la cajera del turno vespertino con el formato establecido.

龍 Atender e informar al cliente lo que necesite saber de nuestros productos y servicios.

龍 Mantener en excelente presentación su área de trabajo.

龍 Apoyar a la dirección en cualquier actividad de mejora que se requiera.

龍 Aplicar el reglamento interno de acuerdo a las situaciones que lo ameriten.

2.12.6. CHEF.

Responsable de toda la gestión y organización de la cocina. Sus funciones específicas son:

- 龍 Coordinar administrativamente todo lo relativo al personal en la cocina.
- 龍 Supervisa la calidad de los alimentos que llegan a la cocina.
- 龍 Auxilia al contador de costos en la elaboración de las “Hojas de costos de recetas estándar de alimentos”.
- 龍 Colabora con el gerente los costos en la elaboración de menús
Interviene en la elaboración de menús para banquetes.
- 龍 Inspecciona porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platillos.
- 龍 Revisa, analiza y autoriza las requisiciones de alimentos que los cocineros solicitan al almacén.
- 龍 Supervisa la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad.
- 龍 Supervisa la limpieza de la cocina en coordinación con el steward.
- 龍 Supervisa el montaje de alimentos en bufetes.
- 龍 Controla las notificaciones de eventos para la elaboración de alimentos en banquetes.
- 龍 Supervisa la calidad y limpieza de los alimentos para los empleados.

龍 Contrata y capacita al personal de cocina.

2.12.7. SOUS CHEF.

Es el asistente directo del Chef. El Sous Chef a menudo comparte algunas funciones con el chef, tales como la planificación del menú. Tiene su propia área de responsabilidad.

Mantiene coordinado el departamento de cocina, para asegurar de que la comida llegue a los camareros en el momento oportuno. Sus funciones específicas son:

龍 Dirige, supervisa y controla las funciones de producción de platillos, limpieza y mantenimiento del equipo y control de materia prima.

龍 Asesora al chef en la programación de la elaboración de alimentos en eventos especiales.

龍 Supervisa que la salida de alimentos de la cocina sea según el sistema de comandas autorizado por el cajero.

龍 Mantiene informado al chef sobre el funcionamiento de la cocina.

2.12.8. COCINERO DE COCINA FRÍA.

Es responsable ante el chef de la preparación de alimentos fríos en la cocina. Sus obligaciones principales son las siguientes:

龍 Conoce las recetas estándar de cocina.

- 龍 Prepara alimentos fríos para el restaurante o servicio de banquetes.
- 龍 Conoce y aplica técnicas de decoración en el montaje de buffet.
- 龍 Conoce la correcta preparación de los platillos fríos del menú.
- 龍 Prepara ensaladas, cócteles y salsas.
- 龍 Elabora los siguientes alimentos: sándwich, rabanitos, crocón con queso, etc.
- 龍 Revisa diariamente la cámara fría, refrigeradores y mesa fría.
- 龍 Controla y sirve a los meseros los siguientes alimentos: plato de frutas, piña fresca, fruta, en almíbar, pays, pasteles, flanes, gelatinas, etc.

2.12.9. COCINERO DE COCINA CALIENTE.

Es responsable ante el chef de la preparación de alimentos calientes en la cocina. Sus funciones específicas son:

- 龍 Conocer los tiempos de cocimiento de los alimentos.
- 龍 Conocer y aplicar las técnicas para asar y hornear.
- 龍 Conocer las recetas estándar de cocina.
- 龍 Conocer las técnicas para evaluar por medio del olor, color o sabor, los alimentos en mal estado.
- 龍 Conocer los tipos de cortes en las carnes.
- 龍 Conocer y aplicar técnicas para almacenar alimentos.
- 龍 Evitar el desperdicio de material sobrante al elaborar platillos.

龍 Preparar alimentos para el servicio de banquetes, según notificación.

龍 Decorar la presentación de alimentos en el buffet, en coordinación con el cocinero de cocina fría.

2.12.10. STEWART.

Sus labores específicas son las siguientes:

龍 Limpieza general del área de la cocina.

龍 Conoce y opera la máquina para lavar vajilla y cristalería.

龍 Aplica los productos para la limpieza.

龍 Controla la temperatura de las máquinas.

龍 Acomoda loza y cristalería.

龍 Limpia el plqué.

龍 Lava ollas, cacerolas, marmitas.

龍 Limpia el área de recepción de alimentos

龍 Acomoda envases vacíos de refrescos, cervezas y vinos.

龍 Supervisa orden y limpieza en las bodegas de depto.

Durante el turno nocturno el Stewart efectúa las siguientes funciones:

龍 Limpia muebles de descarga.

龍 Lava filtros y cortinas de la máquina lavaplatos.

龍 Lava las planchas, parrillas, salamandras, baños de maría, muebles de acero, aceiteros y repisas.

龍 Lava azulejos.

龍 Limpia cochambre de estufas.

龍 Limpia muebles de madera, hornos, parrillas, ollas de vapor, vaporeras, refrigeradores.

2.12.11. AYUDANTE DE COCINA.

Las actividades son diversas y variadas, sus funciones son:

龍 Limpiar, ordenar los elementos de la cocina.

龍 Pelar, cortar, guardar, conservar, etc.

龍 Preparar mise en place u organizar la despensa.

龍 Las funciones son todas aquellas que sirvan de ayuda al cocinero en la elaboración y preparación de las de comidas, corre a cargo del ayudante la limpieza y mantenimiento de las dependencias y los elementos propios de cocina y de los utensilios empleados para su trabajo, mantenimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento la maquinaria, las instalaciones fijas, utensilios y accesorios propios del departamento, tales como, placas, hornos, cámaras, sartenes, cazuelas, etc.

Estudio de Mercado



Wak Dragon

Chinese Food

4. ESTUDIO DE MERCADO.

4.1. INTRODUCCIÓN.

En todo proyecto se debe de analizar el estudio de mercado, es primordial para identificar las diversas variantes y factores de satisfacción de la sociedad, pues este estudio nos ayuda a determinar la oferta y demanda, los análisis de precios y a su vez implementar las diferentes propuestas comerciales óptimas para el proyecto.

En el estudio de mercado se estudian dos aspectos cuantitativos (dimensiones de la demanda actual y sus proyecciones futuras) y enfoque cualitativo (considera las variables que determinan la demanda).

El objetivo de este estudio es conocer el número de consumidores potenciales que existen en el mercado y determinar cómo satisfacer las necesidades del cliente para poder competir con los demás establecimientos que ofertan el mismo producto que nuestra empresa. También sirve de influencia en la estimación de cifras y análisis de factibilidad del tamaño del local, localización, capacidad, inversión y otros aspectos de suma importancia en la evaluación de un proyecto.

4.2. OBJETIVOS

Realizar un estudio de mercado con el propósito de determinar la factibilidad de un restaurante chino en la ciudad de Guayaquil.

Analizar las oferta, demanda, competencias y precios del mercado.

Identificar las preferencias del consumidor, en el consumo de comida china.

Establecer un diseño de marketing estratégico, en base a un análisis FODA, marketing mix, de donde se extraigan las estrategias a utilizar.

Diseñar el logo institucional y publicidad (para revistas, vallas publicitarias, etc).

4.3. PLAN DE INVESTIGACIONES.

El estudio de mercado para este proyecto se realizará en la provincia del Guayas del cantón Guayaquil, en el sector norte en donde se aplicarán las encuestas en los diferentes lugares del sector.

4.4. FUENTES DE INVESTIGACIÓN.

En todo estudio de mercado la gran parte de información se obtiene mediante distintas fuentes que se detallarán a continuación.

Fuente primaria: En este proyecto utilizaremos un estudio de campo basado en la obtención de datos a través de encuestas realizadas a personas de un sector determinado en donde se podría establecer el restaurante.

Fuente secundaria: También se obtendrá información de documentos especializados, estadísticas gubernamentales de institutos de investigación, libros y otras.

4.5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

El método que utilizaremos será de encuestas los cuales serán dirigidos a la población del cantón Guayaquil de los cuales se encuestarán a personas residentes en el cantón, que serán una muestra de la población.

4.5.1. MÉTODO DE CONTACTO.

Nuestra investigación se realizará al azar mediante encuestas realizadas a personas en la ciudad de Guayaquil mediante diez preguntas con múltiples respuestas cuya finalidad es prevenir los errores que limiten el desarrollo del proyecto y saber si el proyecto que se va a realizar es factible o no.

4.5.2 INSTRUMENTO PARA LA INVESTIGACIÓN.

El método de encuestas es el más utilizado en las investigaciones, utilizaremos este sistema con el propósito de recolectar la información necesaria para nuestro proyecto.

4.5.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA.

La muestra se determinó utilizando los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010 de la población que vive en el cantón de Guayaquil.

De manera que: El cantón cuenta con 2'350.915 habitantes y sobre esta cifra se aplicará la fórmula del tamaño de la muestra, que permitirá encontrar el número de encuesta que se deberá realizar.

4.5.3.1 CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

$$n = \frac{Z^2 P^2 q^2 N}{[e^2(N - 1)] + Z^2 P^2 q^2}$$

N: 2.350.915

P²: 0.50

e²: (0.05)²

q²: 0.50

Z²: 1.96

$$n = \frac{1.96 \times 0.50 \times 0.50 \times 2.350.915}{[(0,05)^2 \times (2.350.915 - 1)] + 1.96 \times 0.50 \times 0.50} = \frac{115148.35}{5878.245} = 195.96$$

R// n: 196

Luego de aplicar la fórmula, el resultado es 196 encuestas a realizar. Después de aplicar la encuesta se podrá conocer la insatisfacción en cuanto al producto o servicio, y medir la aceptación que tendrá nuestro nuevo establecimiento en el mercado.

4.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA.

Encuesta Restaurante Chino Wok Dragon

Sexo: Masculino

Femenino

Edad: 18 – 28

40 – 50

29 – 39

51 o más

1. ¿Cada que tiempo consume comida fuera de su domicilio?

1 vez a la semana

1 vez al mes

2 veces a la semana

1 vez cada 3 meses

1 vez cada 2 semanas

2. ¿En qué horario sabe consumir comida fuera de su domicilio?

12:00 a 15:00

18:00 a 21:00

15:00 a 18:00

21:00 a 23:00

3. ¿Cada que tiempo consume comida China?

1 vez a la semana

1 vez al mes

1 vez cada 2 semanas

1 vez cada 3 meses

4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por plato?

\$5 a \$10

\$15 a \$20

\$10 a \$15

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio de establecimiento de comida China?

SI

NO

6. ¿Qué aspectos cree usted que deben mejorar en los establecimientos de comida China?

Higiene

Parqueadero

Comodidad

Presentación de los platos

Servicio al cliente

Todas

7. ¿Qué tipo de sabores prefiere?

Picante

Salado

Dulce

Agridulce

8. ¿Qué plato es de su preferencia en un establecimiento de comida China?

Rollitos primavera

Pescado crujiente

Cerdo agridulce

Sopa de cerdo

Costilla de cerdo

Sopa wantan de camarón

Pato Pekín

Camarón agridulce

Pato picante

Camarón fu yong

9. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que se creara un establecimiento de comida China?

Sur

Centro

Norte

10. ¿Cuáles de estos establecimientos de comida China son sus preferidos?

Salón Asia

El Cantones

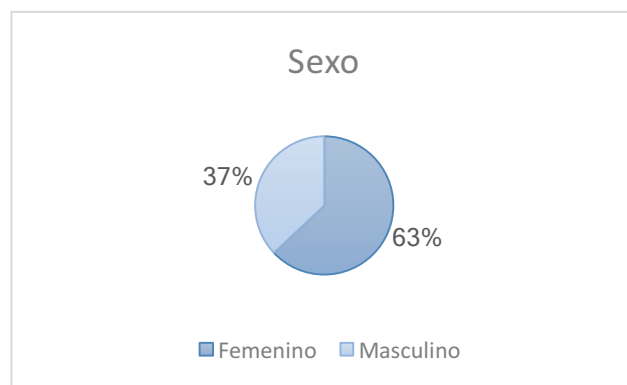
Palacio de Oro

Mayflower

4.7. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA Y RESULTADOS.

Sexo.

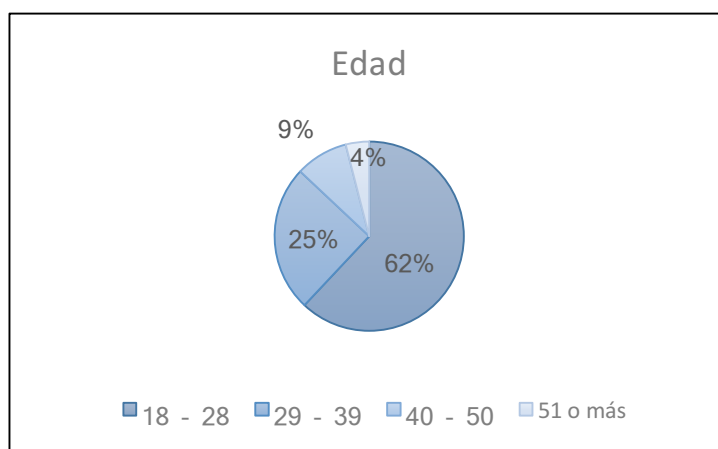
Sexo		
Variable	Personas	%
Femenino	123	63%
Masculino	73	37%
Total	196	100%



Análisis: Como se demuestra en el gráfico, del 100% de los encuestados, el 63% son mujeres y el 37% son hombres.

Edad.

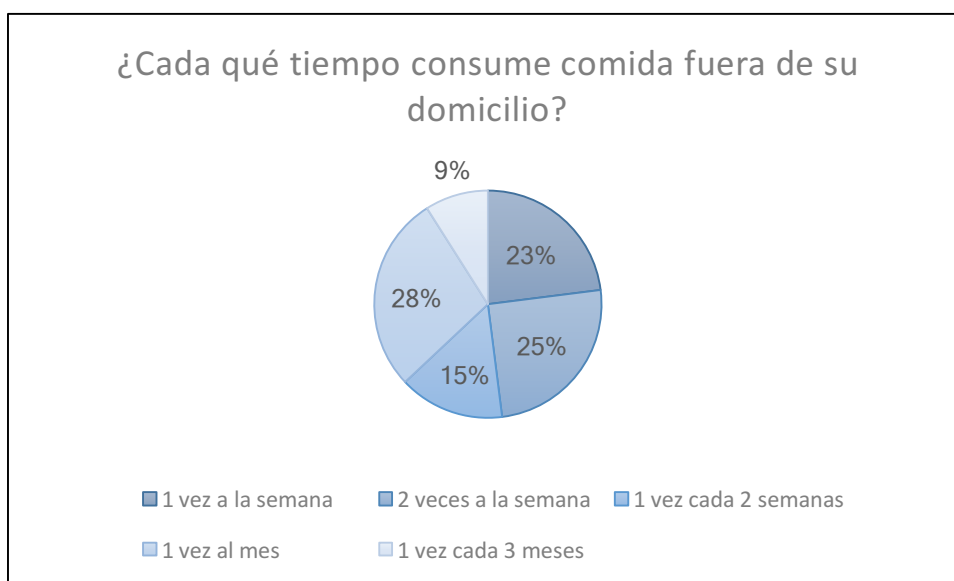
Edad		
Variable	Personas	%
18 - 28	122	62%
29 - 39	49	25%
40 - 50	18	9%
51 o más	7	4%
Total	196	100%



Análisis: El porcentaje mayor de encuestados cuenta con un 62% tienen una edad entre 18 a 28 años, el segundo porcentaje más alto es del 25% tienen una edad entre 29 a 39 años, el 9% entre 40 a 50 años y el 4% entre 51 o más años.

Pregunta 1. ¿Cada qué tiempo consume comida fuera de su domicilio?

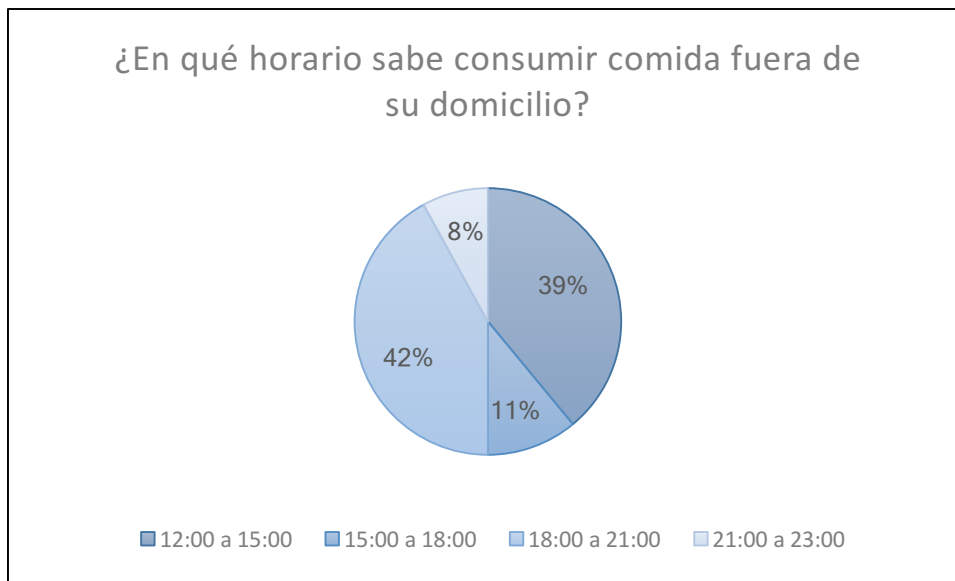
¿Cada qué tiempo consume comida fuera de su domicilio?		
Variable	Personas	%
1 vez a la semana	45	23%
2 veces a la semana	49	25%
1 vez cada 2 semanas	29	15%
1 vez al mes	55	28%
1 vez cada 3 meses	18	9%
Total	196	100%



Análisis: Según el cuadro, del 100% de encuestados el 25% de personas consume comida fuera de sus hogares 2 veces a la semana, el 28% consume solo una vez al mes comida fuera de sus hogares, el 23% de los encuestados consume comida fuera de sus hogares 1 vez por semana, el 15% consume comida fuera de sus domicilios 1 vez cada 2 semanas y por ultimo con un porcentaje más bajo del 9% come fuera de sus hogares 1 vez cada 3 meses.

Pregunta 2. ¿En qué horario sabe consumir comida fuera de su domicilio?

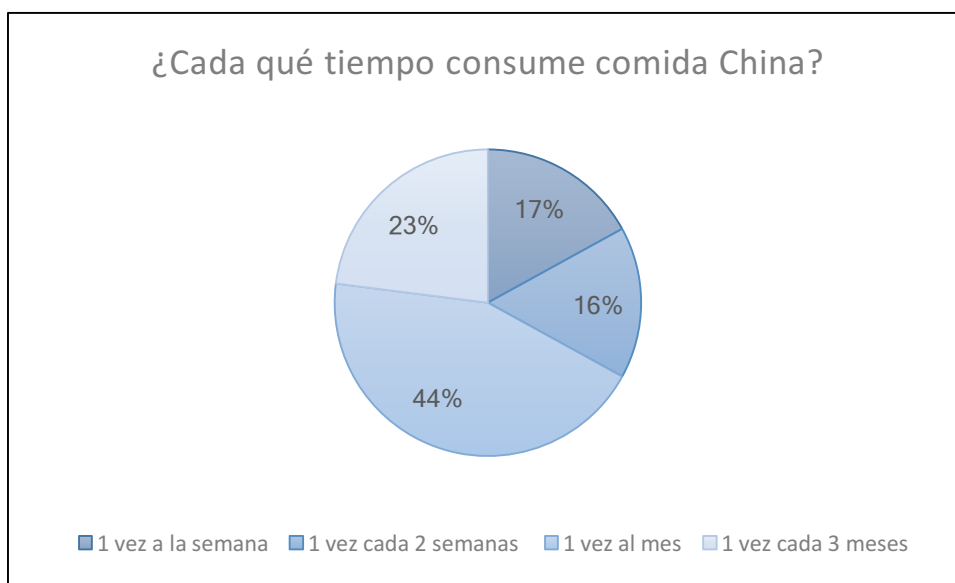
¿En qué horario sabe consumir comida fuera de su domicilio?		
Variable	Personas	%
12:00 a 15:00	76	39%
15:00 a 18:00	22	11%
18:00 a 21:00	82	42%
21:00 a 23:00	16	8%
Total	196	100%



Análisis: Del 100% de las personas encuestadas el horario que más prefieren consumir comida fuera de sus hogares es el horario de la cena de 18h00 a 21h00 con un porcentaje del 42%, el segundo horario que más consumen es el horario del almuerzo entre 12h00 a 15h00 con un 39%, como horario intermedio prefieren de 15h00 a 18h00 con un porcentaje del 11%, y el horario con menos preferencia es de 21h00-23h00 con un porcentaje de 8%.

Pregunta 3. ¿Cada qué tiempo consume comida China?

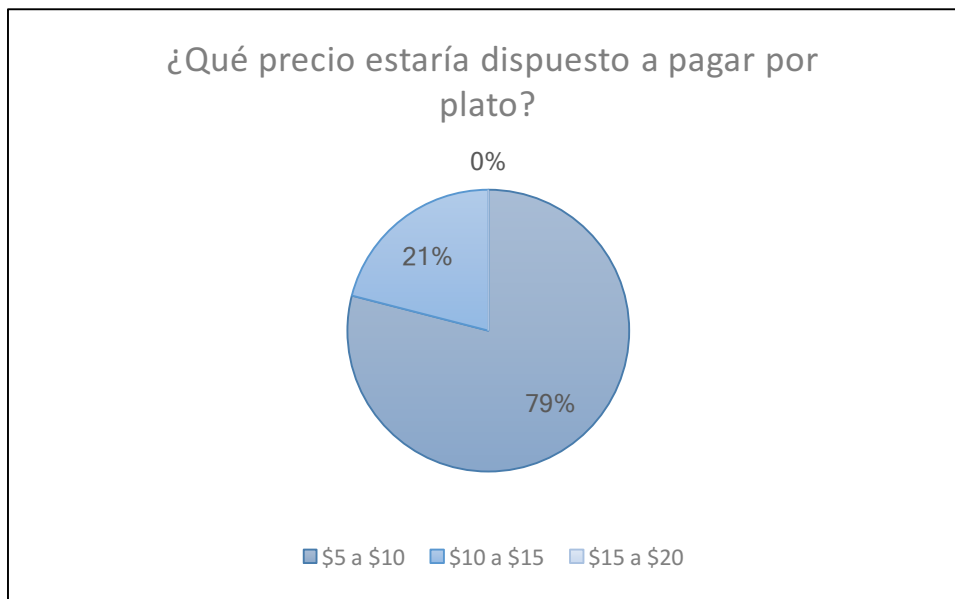
¿Cada qué tiempo consume comida China?		
Variable	Personas	%
1 vez a la semana	33	17%
1 vez cada 2 semanas	32	16%
1 vez al mes	86	44%
1 vez cada 3 meses	45	23%
Total	196	100%



Análisis: El resultado de las encuestas nos arroja resultados de que el 44% consume comida China 1 vez al mes, el 23% 1 vez cada 3 meses, el 17% 1 vez a la semana y el 16% 1 vez cada 2 semanas.

Pregunta 4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por plato?

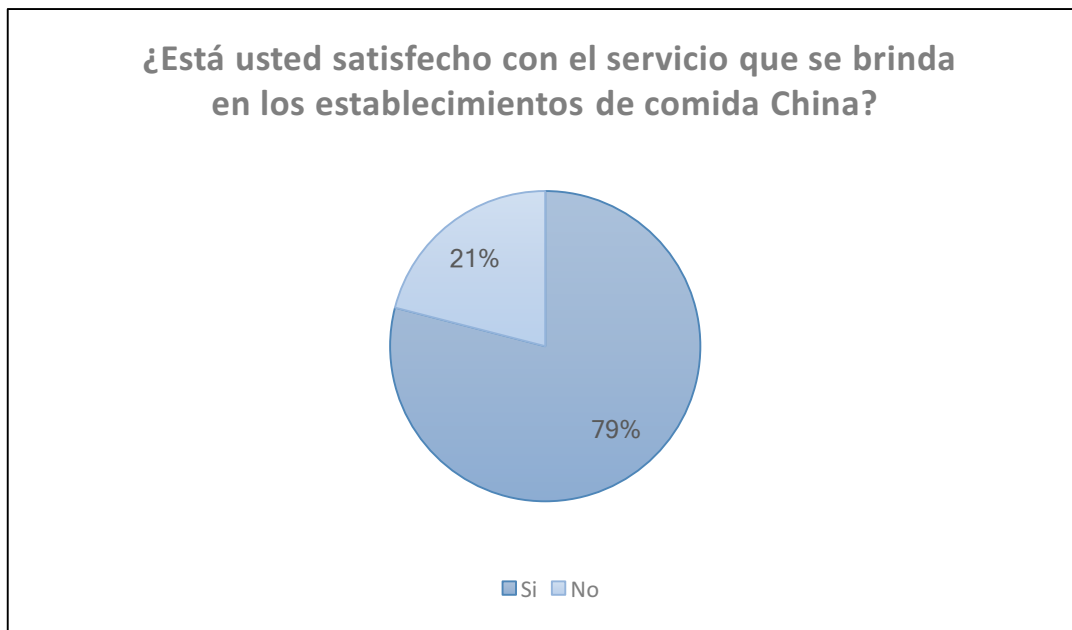
¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por plato?		
Variable	Personas	%
\$5 a \$10	155	79%
\$10 a \$15	41	21%
\$15 a \$20	0	0%
Total	196	100%



Análisis: Del 100% de los encuestados, el 79% estaría dispuesto a pagar de 5 a 10 dólares por plato, el 21% gastaría entre 10 a 15 dólares y los precios de 15 a 20 dólares a las personas les parece un precio muy caro para degustar un plato como nos pudo demostrar el resultado de esta encuesta obteniendo un 0%.

Pregunta 5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que se brinda en los establecimientos de comida China?

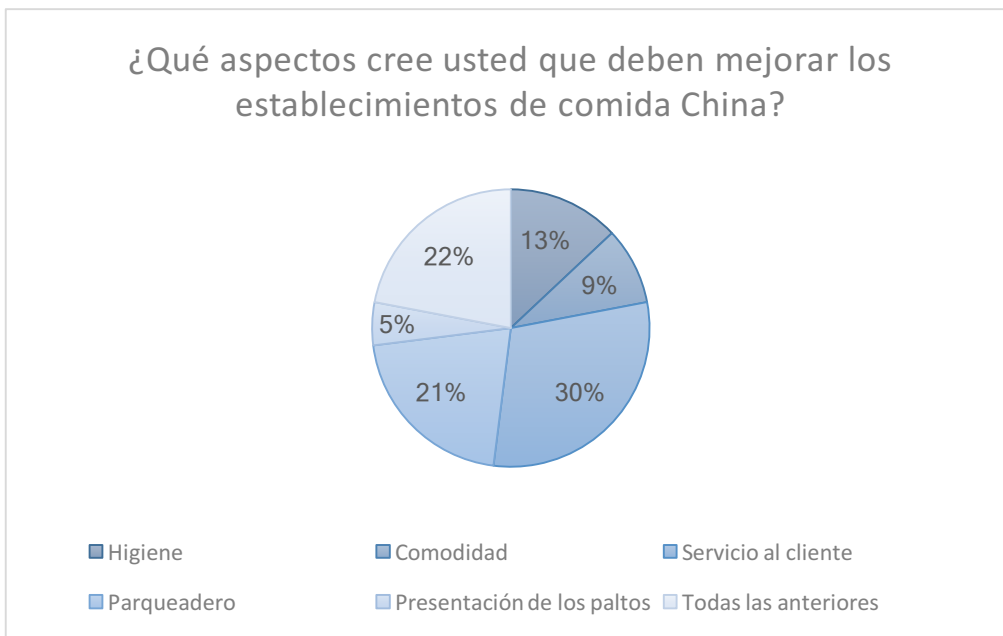
¿Está usted satisfecho con el servicio que se brinda en los establecimientos de comida China?		
Variable	Personas	%
Si	155	79%
No	41	21%
Total	196	100%



Análisis: Los resultados de las encuestas nos demuestran que el 79% de las personas se encuentran satisfechas con el servicio que brindan los establecimientos de comida China, mientras que el 21% no lo está, gracias a esta recopilación de datos podemos saber con exactitud que la gran mayoría de personas se encuentran conforme con el servicio brindado.

Pregunta 6. ¿Qué aspectos cree usted que deben mejorar los establecimientos de comida China?

¿Qué aspectos cree usted que deben mejorar los establecimientos de comida China?		
Variable	Personas	%
Higiene	26	13%
Comodidad	17	9%
Servicio al cliente	59	30%
Parqueadero	41	21%
Presentación de los paltos	10	5%
Todas las anteriores	43	22%
Total	196	100%

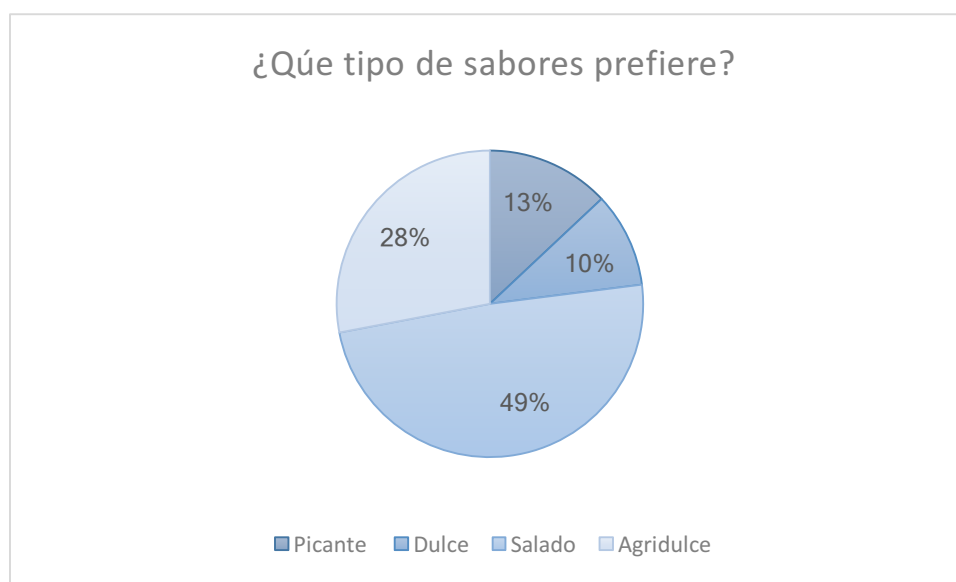


Análisis: El gráfico demuestra los resultados de la encuesta, y podemos determinar que un aspecto a mejorar de los establecimientos, es el servicio al cliente este cuenta con un el 30% de inconformidad, mientras que el 22% desea que mejoren todos los aspectos descritos en el gráfico, el 21% desea que mejoren sus parqueaderos, 13% desea que su higiene

sea más cuidadosa, el 9% se siente incómodo en el establecimiento y el 5% piensa que pueden mejorar las presentaciones de sus platos.

Pregunta 7. ¿Qué tipo de sabores prefiere?

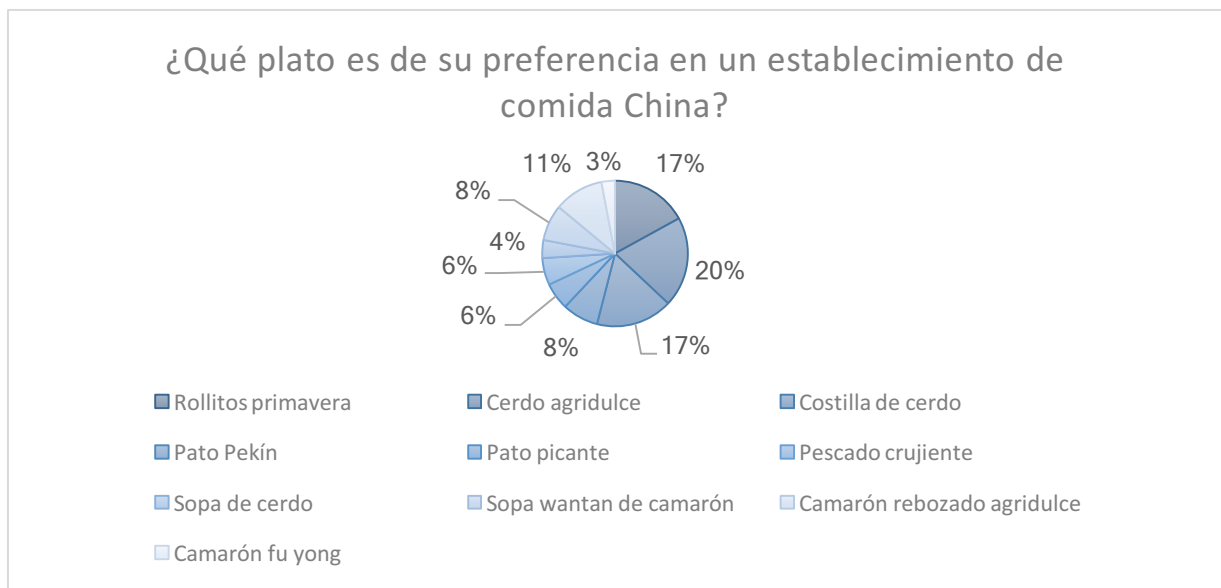
¿Qué tipo de sabores prefiere?		
Variable	Personas	%
Picante	25	13%
Dulce	20	10%
Salado	96	49%
Agridulce	55	28%
Total	196	100%



Análisis: El resultado de las encuestas demuestra en este gráfico que el 49% de personas prefieren los sabores salados, el 28% prefiere el sabor agridulce, el 13% prefiere los sabores picantes y el 10% prefiere un sabor dulce.

Pregunta 8. ¿Qué plato es de su preferencia en un establecimiento de comida China?

¿Qué plato es de su preferencia en un establecimiento de comida China?		
Variable	Personas	%
Rollitos primavera	33	17%
Cerdo agridulce	39	20%
Costilla de cerdo	33	17%
Pato Pekín	16	8%
Pato picante	12	6%
Pescado crujiente	12	6%
Sopa de cerdo	8	4%
Sopa wantan de camarón	16	8%
Camarón rebozado agridulce	21	11%
Camarón fu yong	6	3%
Total	196	100%

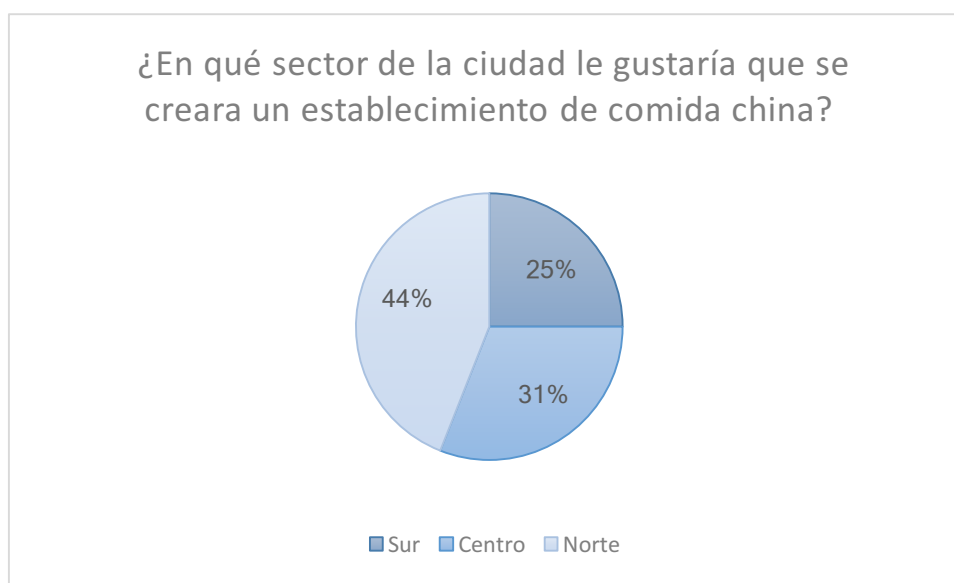


Análisis: El 20% de las personas prefieren consumir cerdo agridulce, el 17% rollitos primavera y costillas de cerdos, 11% camarón rebozado agridulce, el 8% pato Pekín y sopa wantan de camarón, el 6% pato picante y

pescado crujiente, el 4% sopa de cerdo y el 3% consume camarón fu yong.

Pregunta 9. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que se creara un establecimiento de comida china?

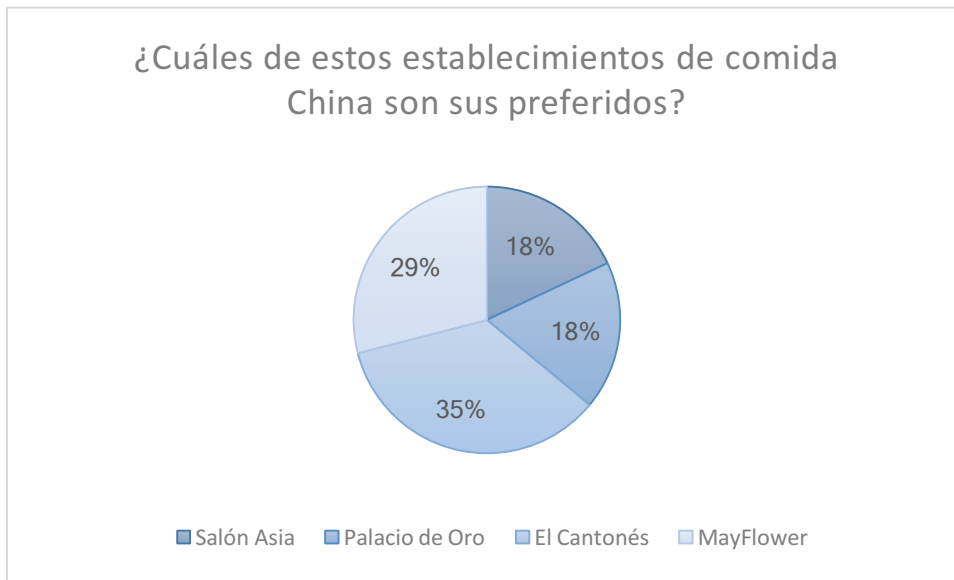
¿En qué sector de la ciudad le gustaría que se creara un establecimiento de comida china?		
Variable	Personas	%
Sur	49	25%
Centro	61	31%
Norte	86	44%
Total	196	100%



Análisis: El 44% de personas en la ciudad desean que el establecimiento sea creado en el sector norte, mientras que el 31% desea que estemos ubicado en el centro y el 25% desea tener un establecimiento de comida China en el sur.

Pregunta 10. ¿Cuáles de estos establecimientos de comida China son sus preferidos?

¿Cuáles de estos establecimientos de comida China son sus preferidos?		
Variable	Personas	%
Salón Asia	35	18%
Palacio de Oro	35	18%
El Cantonés	69	35%
MayFlower	57	29%
Total	196	100%



Análisis: Los resultados de las encuestas no demuestran que el 35% de las personas prefieren ir al restaurante El Cantonés, el 29% prefiere ir al restaurante MayFlower, el 18% prefiere el restaurante Palacio de Oro y Salón Asia.

4.8. CALCULO DE LA OFERTA Y DEMANDA.

Datos				
Número de habitantes año 2007	1.206.531			
Tasa de crecimiento promedio	Tasa c 2007:	1,0249	Tasa c 2010:	1,0108
Visita por año:	12		Veces	
Años a proyectar:	5		Años	
Número de asistentes:	2		Asistentes	
Cantidad de Locales	36		Locales	

4.8.1 DEMANDA HISTÓRICA.

Año	Habitantes	Personas asistentes	Asistente por año	X	(X) ²	(X*Y)
2007	1206561	603280,5	7239366	-4	16	-28957464
2008	1236604,369	618302,1845	7419626,213	-3	9	-22258878,64
2009	1267395,818	633697,9088	7604374,906	-2	4	-15208749,81
2010	1298953,974	649476,9868	7793723,841	-1	1	-7793723,841
2011	1312982,676	656491,3382	7877896,059	0	0	0
2012	1327162,889	663581,4447	7962977,336	1	1	7962977,336
2013	1341496,249	670748,1243	8048977,491	2	4	16097954,98
2014	1355984,408	677992,204	8135906,448	3	9	24407719,35
2015	1370629,04	685314,5198	8223774,238	4	16	32895096,95
			ΣY		ΣX ²	ΣXY
			70306622,53		60	7144932,322

4.8.2. PROYECCIÓN DEMANDA FUTURA.

Formulas:

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$a = \frac{70306622,53}{9} = 7811846,9$$

$$a = 7811846,95$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$b = \frac{7144932,32}{60} = 119082,2054$$

$$b = 119082,2054$$

$$a+b = 7930929,154$$

Año	Y=a+b(X)	Demanda
2016	7930929,154(5)	39654645,77
2017	7930929,154(6)	47585574,92
2018	7930929,154(7)	55516504,07
2019	7930929,154(8)	63447433,23
2020	7930929,154(9)	71378362,38

4.8.3 ANÁLISIS DE LA ORFERTA.

Año	Y	X	(X)2	(X*Y)
2007	36	-4	16	-144
2008	36,8964	-3	9	-110,6892
2009	37,81512036	-2	4	-75,6302407
2010	38,75671686	-1	1	-38,7567169
2011	39,72175911	0	0	0
2012	40,71083091	1	1	40,7108309
2013	41,7245306	2	4	83,4490612
2014	42,76347141	3	9	128,290414
2015	43,82828185	4	16	175,313127
	ΣY		ΣX^2	ΣXY
	358,2171111		60	58,6872761

Formulas:

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

$$a = \frac{358,2171111}{9} = 39,80190123$$

$$a = 39,80190123$$

$$a+b = 40,7800225$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

$$b = \frac{58,6872761}{60} = 0,978121269$$

$$b = 0,978121269$$

Año	$Y=a+b(X)$	Oferta
2016	40,7800225(5)	203,9001125
2017	40,7800225(6)	244,680135
2018	40,7800225(7)	285,4601575
2019	40,7800225(8)	326,24018
2020	40,7800225(9)	367,0202025

4.8.4 CALCULO DE PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA A 5 AÑOS.

Año	Oferta	Demanda	Total
2016	203,900	39654646	-39654442
2017	244,680	47585575	-47585330
2018	285,460	55516504	-55516219
2019	326,240	63447433	-63447107
2020	367,020	71378362	-71377995

4.9. DISEÑO DE LAS CUATRO “P” DEL MARKETING.

4.9.1. PRODUCTO.

Nuestro establecimiento ofrece una variedad de comida China pero nuestro producto estrella es el “Cerdo Agridulce”.

Cerdo agridulce: Es un plato tradicional de la comida China, en la antigüedad era un alimento de grandes familias y además es nuestro producto líder. Son cortes cuadrados de carne de cerdo con la salsa agridulce de la casa que contiene salsa de soja elaborada tradicionalmente, azúcar, vinagre blanco y otros ingredientes. Nuestro producto se diferencia de los demás por que no utilizamos ingredientes pre fabricados, siempre buscamos materia prima orgánica, natural, fresca para asegurar así un producto final espectacular y que active tus sentidos en cada bocado.



4.9.2. PLAZA.

Ubicaremos nuestro establecimiento en el sector norte de la ciudad, ya que mediante el resultado y análisis de las encuestas pudimos determinar con exactitud que gran parte de las personas desean que nos ubiquemos la norte. Es por eso que elegimos al sector de “Urdesa Central” como el más óptimo, es un lugar muy concurrido para realizar actividades tanto gastronómicas como de ocio, en un estudio técnico se verificara el lugar exacto para establecernos.

4.9.2.1. COMPETENCIA.

Se ha detallado en el siguiente cuadro los establecimientos de Restaurantes chinos de la ciudad de Guayaquil, para así determinar la cantidad de establecimientos existentes.

Lista de restaurantes:

Establecimientos	Dirección	Teléfono	Ubicación
Palacio de Oro	Av. Víctor Emilio Estrada 1214	2680472	Urdesa Central
Sion Lung	Av. Víctor Emilio Estrada 625	2611062	Urdesa Central
Hong Kong City	Av. Víctor Emilio Estrada 1210	2386868	Urdesa Central
Salón Asia	Av. Víctor Emilio Estrada 508	2889100	Urdesa Central
Restaurante Palacio Meimi	Av. Las Monjas 212	2383567	Urdesa Central
Restaurante Sion Lung	Víctor E. Estrada 621 y Las Monjas	2835693.	Urdesa central

Chifa restaurante palacio verde	Av. Víctor Emilio Estrada 1018 e Ilanes	2882131	Urdesa Central
El Cantonés	Cdla. La Garzota, Av. Guillermo Pareja Rolando y Calle 43.	2627613	La Garzota
Restaurant Joun Yep	Dr. Teodoro Álvaro Garaycoa 402	2000016	Ceibos
Chifa Amistoso	Av. Benjamín Carrión Mora	2247777	Alborada
China Moon	Alborada XII Etapa Mz. 19 Villa 27	982961186	Alborada
Restaurant Wok In	Av. Miguel H Alcívar Mz 1 Solar 6	6001673	Kennedy Norte
Chifa Kafu Cantones	Av 9 De Oct 1921, Guayaquil	2691634	Centro de Guayaquil
Restaurant Dinastia	Chile 702 y Sucre	2581352	Centro de Guayaquil
Restaurante Fu-Hua	Av. Miraflores 113 E/ Calle 1era y 2da	2817890	Norte de Guayaquil
Restaurante Chifa Wang	Cdla Tejas Mz 15v1	2430575	Norte de Guayaquil
Chifa 555	Av 25 de julio Y Calle G Vía Puerto Marítimo Frte. A Las Acacias Barrio Centenario Sur Guayaquil, Gua	2580274	Sur de Guayaquil
Restaurant Oriental Jumbo	Av. Las Monjas No. 212	2383567	Urdesa Central
Chifa cielo azul	Av Portete 4210	2473660	Suroeste
Chifa estrella de oro	Chile 702 y Sucre	2513360	Centro de Guayaquil
Chifa Fulampmu	6 De marzo 1006	2511007	Centro de Guyaquil
Chifa Tommy	Alb Etp 12ava Mz 18 v2	2248529	Norte de Guayaquil
Chifa Yu Hua	V. E. Estrada 804	2881940	Urdesa Central

Chifa dinastia	Chimborazo 3409	2581352	Centro de Guayaquil
Chifa de felicidad	Cdla Los Almendros Mz 0 V 33 Frte D Prati Sur	2345714	Sur de Guayaquil
Chifa maravilla	L De Garaycoa 15 21	2321435	Centro de Guayaquil
Chifa Amoi	Sucre 315 E / Chile y Pedro	2532103	Sur de Guayaquil
Chifa Sauf frai chicken	20ava Y Portete	2474812	Sur de Guayaquil
Chifa town	Av Fco De Orellana Edif Wtc	2630060	Norte de Guayaquil
Chifa Fulampmu	6 De marzo 1006	2511007	Centro de Guayaquil
Mayflower	Av. Fco de Orellana y Luis Palza Dañin	42083-008	Norte de Guayaquil
Palacio verde	Víctor Emilio Estrada entre Llanes e Higueras	238-8864.	Urdesa Central
Chifa Palacio Dorado	Chile 714 Y Sucre	2328070	Centro de Guayaquil
Restaurant Chifa Wang	Cdla Tejas Mz 15V1	2430575	Centro de Guayaquil

4.9.3. PRECIO.

Se ha realizado un cuadro de referencias con el precio de los platos más representativos de nuestro establecimiento, comparando el precio de 4 establecimientos de comida China más concurridos en la ciudad Guayaquil, los cuales representan nuestra mayor competencia.

Establecimientos	Platos			
	Cerdo Agridulce	Costillas de Cerdo	Rollitos primavera	Camarón rebosado agridulce
Salón Asia	\$7.50	\$10.00	\$3.50	\$9.50
Palacio de Oro	\$6.25	-	\$2.50	\$7.00
El Cantonés	\$8.50	\$16.80	\$4.25	\$13.00
My Flower	\$5.00	\$8.50	\$2.00	-

4.9.4. PROMOCIÓN.

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra.

Existen diferentes estrategias que se pueden aplicar relacionadas con la publicidad y promoción. A través de los siguientes puntos, nos daremos a conocer y demostrar al mercado lo que brindara nuestro establecimiento de comida China.

龍 Se realizarán combos y precios ofertas, y descuentos para personas que cumplan años presentando su cédula.

龍 Se ofertarán nuestras promociones por las redes sociales para dar a conocer a nuestros clientes el restaurante “Wok Dragon” y así poder posicionar nuestra marca en el mercado.

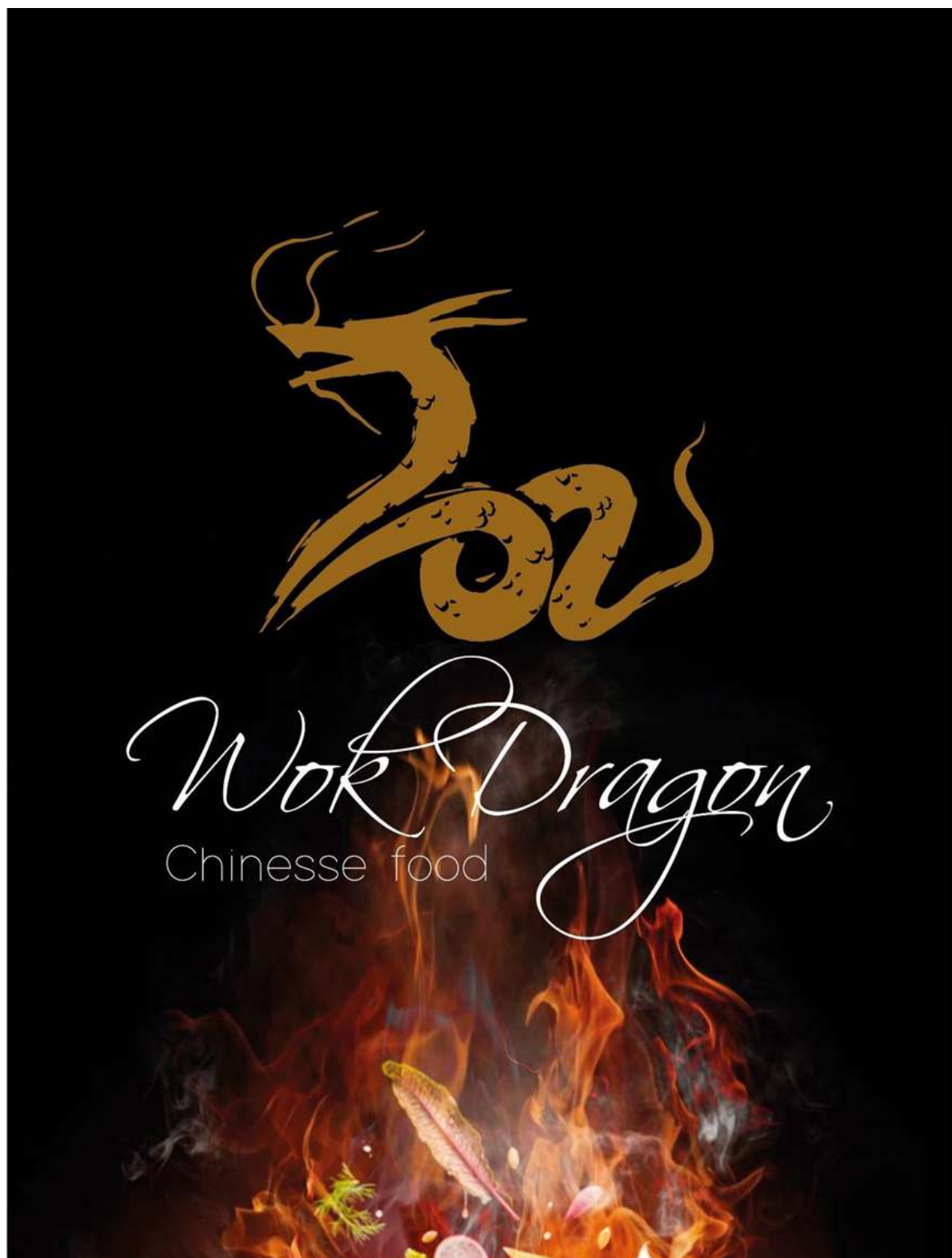
龍 Se realizará publicidad mediante vallas publicitarias y páginas de revistas para así lograr llegar a una cantidad masiva de público.

龍 Nuestro isologo representa a una empresa elegante, formal y seria.

4.9.4.1. LOGO.



4.9.4.2. PUBLICIDAD.



4.9.4.3. VALLA PUBLICITARIA.



4.10. ANÁLISIS FODA.

F.O.D.A. es una metodología de estudio de la situación de la empresa, que permite analizar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mediante una matriz. Esta herramienta da a conocer la situación real en que se encuentra el proyecto y así desarrollar una estrategia para el futuro.

El FODA se divide en dos características:

龍 Características internas: fortalezas y debilidades

龍 Características externas: oportunidades y amenazas

4.10.1. FORTALEZAS.

龍 Creatividad, innovación y presentación de preparaciones nativas de China

龍 Ambiente agradable con temática de la cultura china

龍 Estrictas normas de manipulación de alimentos

龍 Cocina diseñada para cocina en vivo

龍 Bar incluido en el restaurante

龍 Contamos con área de fumadores y garaje

4.10.2. DEBILIDADES.

龍 Marca nueva en el mercado

龍 No contar con el suficiente financiamiento

龍 Escasos proveedores de ingredientes chinos en el país.

4.10.3. OPORTUNIDADES.

- 龍 Experiencias y el aprendizaje de técnicas innovadoras.
- 龍 El mercado busca tener nuevas experiencias gastronómicas
- 龍 Mercado mal atendido
- 龍 Captar al cliente mediante la temática innovadora del establecimiento

4.10.4. AMENAZAS.

- 龍 Competencias directas muy fuertes con años de experiencia y posicionamiento en el mercado.
- 龍 Fuerte amenaza de productos sustitutos, alimentos de comida rápida, comida light a precios relativamente bajos.
- 龍 Economía del país inestable
- 龍 Variedad de establecimientos

Estudio Técnico



5. ESTUDIO TÉCNICO.

5.1. INTRODUCCIÓN.

Para poder invertir en un proyecto se debe realizar procedimientos como realizar estudios de variables que ayudan a la factibilidad y rentabilidad del proyecto, para que un proyecto sea factible se debe realizar estudios técnicos. Para realizar el estudio técnico de un proyecto se tiene que realizar un análisis de todo el proceso de la producción y funcionamiento del establecimiento que se va a crear, en este Capítulo se verificará los siguientes puntos: la posibilidad técnica de la fabricación de un producto o servicio, se determinará la localización, los equipos, las instalaciones y las puestas a punto para realizar la producción. Este estudio se lo realiza luego de haber hecho el estudio de mercado ya que gracias a esto se podrá obtener un cálculo financiero correcto para saber si es factible o no el proyecto.

5.2. OBJETIVOS.

- 龍 Realizar un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.
- 龍 Comprender todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.
- 龍 Proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación.
- 龍 Determinar la localización óptima, los requerimientos de infraestructura, materiales,

龍 personal, financiamiento, procesos y estructura legal que permitan producir y

龍 comercializar la comida China en la ciudad de Guayaquil.

5.3. LOCALIZACIÓN.

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia. En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: La macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y La micro localización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

5.3.1. LOCALIZACIÓN DEL RESTAURANTE SEGÚN LA TABLA DE PONDERACIÓN

	Ponderación	Calif. Ponderación		Calif. Ponderación		Calif. Ponderación	
		Calif.	Calif. Ponderación	Calif.	Calif. Ponderación	Calif.	Calif. Ponderación
Materia Prima	0,15	10	1,5	10	1,5	8	1,2
Mano de Obra	0,05	9	0,45	8	0,4	8	0,4
Serv. Básicos	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Impuestos	0,05	7	0,35	5	0,25	9	0,45
Transporte	0,1	9	0,9	9	0,9	8	0,8
Vías de acceso	0,15	9	1,35	8	1,2	8	1,2
Permisos	0,2	7	1,4	6	1,2	9	1,8
Vulnerabilidad	0,1	7	0,7	7	0,7	7	0,7
Seguridad	0,05	7	0,35	6	0,3	5	0,25
		Total	8,35	Total	7,8	Total	8,15

5.3.2. MACRO LOCALIZACIÓN.

El restaurante de comida China “Wok Dragon” se ubicará en la ciudad de Guayaquil ubicada en las costas del Ecuador, cuenta con una población de 2.291 millones de habitantes según el censo realizado en el 2010. Es la ciudad más grande y poblada de la provincia del Guayas.



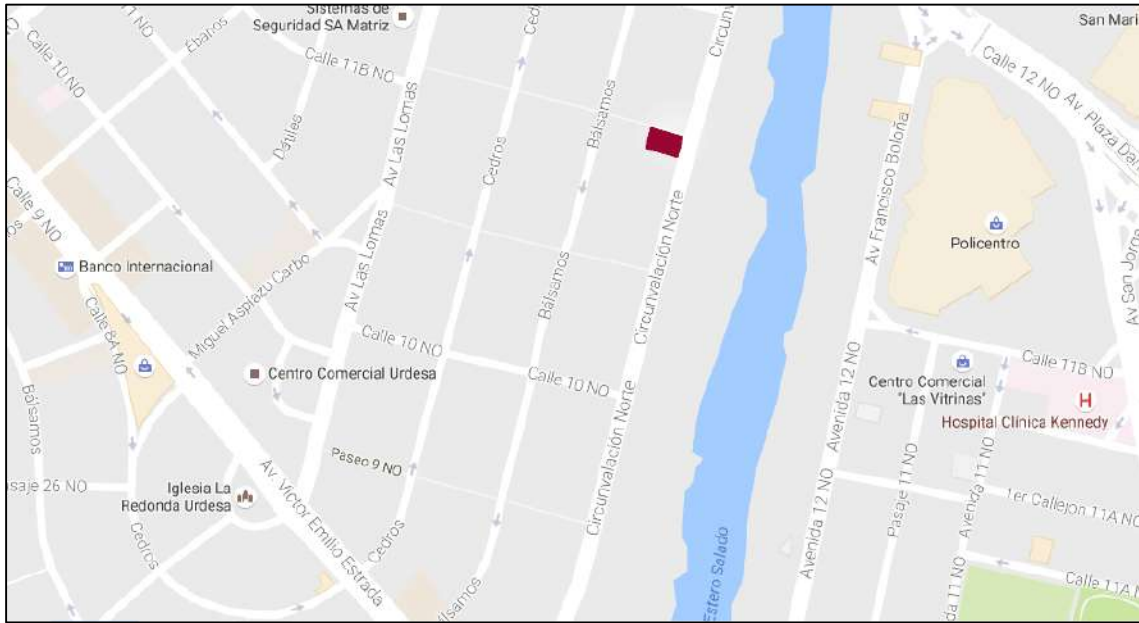
Mapa del Ecuador



Localización de la Provincia del Guayas

5.3.3. MICRO LOCALIZACIÓN.

En la micro localización se determina aspectos detallados, como el lugar exacto de la ubicación con su respectiva dirección. La ubicación del restaurante será en la zona norte de la ciudad, Urdesa Central, Av. Circunvalación norte y Paseo 11B. El restaurante se ubicará en la esquina para que así nuestros proveedores puedan desembarcar la mercadería de una manera eficaz y rápida, sin tener incomodidades además que la zona es segura y este terreno cuenta con un patio.



Croquis de ubicación del restaurante “Wok Dragon”

5.4. JUSTIFICACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN.

La localización de nuestro establecimiento será en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil, específicamente en Urdesa Central se estableció en este lugar debido a las comodidades que ofrece este sector como son: seguridad, espacio, rentabilidad. Además, es uno de los lugares más concurrido de la ciudad por personas de todo tipo de clases.

Se ha elegido este sector gracias a los resultados obtenidos del método de ponderación, en donde los factores relevantes como materia prima, servicios básicos, vías de acceso entre otros factores se encuentra en condiciones adecuadas y cómodas para poder establecernos en este sector.

5.5. VÍAS DE ACCESO TRANSPORTE Y COMUNICACIONES.

El establecimiento se encontrará en el sector Norte de la ciudad ya que aquí se encuentran la mayoría de establecimientos que ofrecen gastronomía internacional y es un sector muy concurrido por personas de clase media-alta, su situación geográfica también es favorable ya que todos los sectores de la ciudad de Guayaquil se encuentran conectados con el norte y se puede llegar de manera fácil a este punto de la ciudad.

También es un sector que cuenta con todos los servicios básicos como son: internet, teléfono, servicio de cable, agua, luz, que requiere un establecimiento para que tenga un buen funcionamiento, así las actividades diarias laborales se realizarán de manera correcta y adecuada dando como resultado un excelente servicio.

5.6. FUENTES DE ABASTECIMIENTO.

Nuestros proveedores nos van a dar servicios de: materiales, equipos, utensilios de cocina maquinarias para todas las áreas que se requieran en el establecimiento también tendremos proveedores fijos para que nos abastezcan de ingredientes cada semana que se requieran para la preparación de los platos, en cuanto a los ingredientes que no son tan comunes encontrarlos en la ciudad de Guayaquil se los traerá de proveedores que se encuentren en la ciudad de Quito, con los que nos comunicaremos por vía telefónica-celular, email, redes sociales.

5.6.1. TABLA DE PROVEEDORES.

Proveedores	Ingredientes	Beneficios
PRONACA-food service	Pollo-chancho-pavo-embutidos-conservas-arroz-huevos-pescados y mariscos-carnes	Descuentos al momento de adquirir productos en volumen, promociones, regalos, variedad en sus productos
Productos LA CENA	Condimentos, especias, frutos secos, granos, harinas y cereales, vinos y esencias, hojas secas y saumerios	Variedad en sus productos, entrega directamente en nuestro establecimiento, precios bajos, productos de confianza
Casa Oriental	Algas, salsas orientales, vegetales orientales, kanikama (procesado de la carne del cangrejo), anguila, procesados de calamar, salchichas artesanales de chancho	establecimiento donde se encuentran ingredientes que se utilizan en países asiáticos y sus vegetales son orgánicos
Coca-Cola	Bebidas gaseosas, jugo envasado, botellas con agua, fuze tea	Marca reconocida, descuentos al momento de adquirir en volumen sus productos
Nelson Market de Guayaquil	Cerveza Tsingtao	Nuestros clientes al momento de encontrar un producto de origen chino se animarán a probarlo
Cervecería Nacional	Pilsener, Pilsener lighth, club Premium, club roja, club negra, club cacao, miller genuine draft	Productos más baratos, los productos se dejan en el propio establecimiento, mayor ganancia al momento de vender bebidas alcohólicas en el establecimiento
Tropifrutas S.A.	Piña, uva, fresa, mora, tomatillo, banano, kiwi, etc	Queda en Guayaquil siempre nos proveer a las frutas que ocuparemos en nuestro restaurante
Tropicalmente S.A.	Legumbres, verduras, hortalizas	Siempre nos mantendrá con todos los productos que requerimos en nuestro restaurante

Aquamar S.A.	Pescados, camarones, mariscos	Empresa dedicada a la actividad pesquera, nos beneficia porque nos suministrará de todos los productos del mar requeridos
Prodicereal S.A.	Harina, avena, granos secos	Nos beneficiará en la adquisición de suministro de todo tipo de cereales requeridos

5.7. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA.

Se contratará a un Chef profesional en la comida China que se encargará de transmitir sus conocimientos al resto del personal de cocina. En el área de servicio se necesitará un personal capaz de lograr hacer sentir al cliente muy cómodo en su visita a nuestro establecimiento. La mano de obra requerida para nuestro restaurante será la más calificada y la ciudad de Guayaquil nos brinda esa versatilidad de poder encontrar a este tipo de personal.

5.8. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS.

Los servicios requeridos para nuestro establecimiento de comida son los siguientes: agua potable, energía eléctrica, internet, teléfono, recolección de desechos orgánicos y no orgánicos. Se necesitará contar con todos estos servicios ya que son de suma importancia para nuestro funcionamiento en cada uno de nuestros servicios.

5.9. INFRAESTRUCTURA.

El local que tenemos consta de las siguientes medidas: 232 m² de extensión más 30 m² de patio exterior sumando un total de 262 m² y con

la facilidad de parqueo, se encuentra distribuido entre áreas y departamentos los cuales son:

龍 Cocina

龍 Área de servicio

龍 Área administrativa

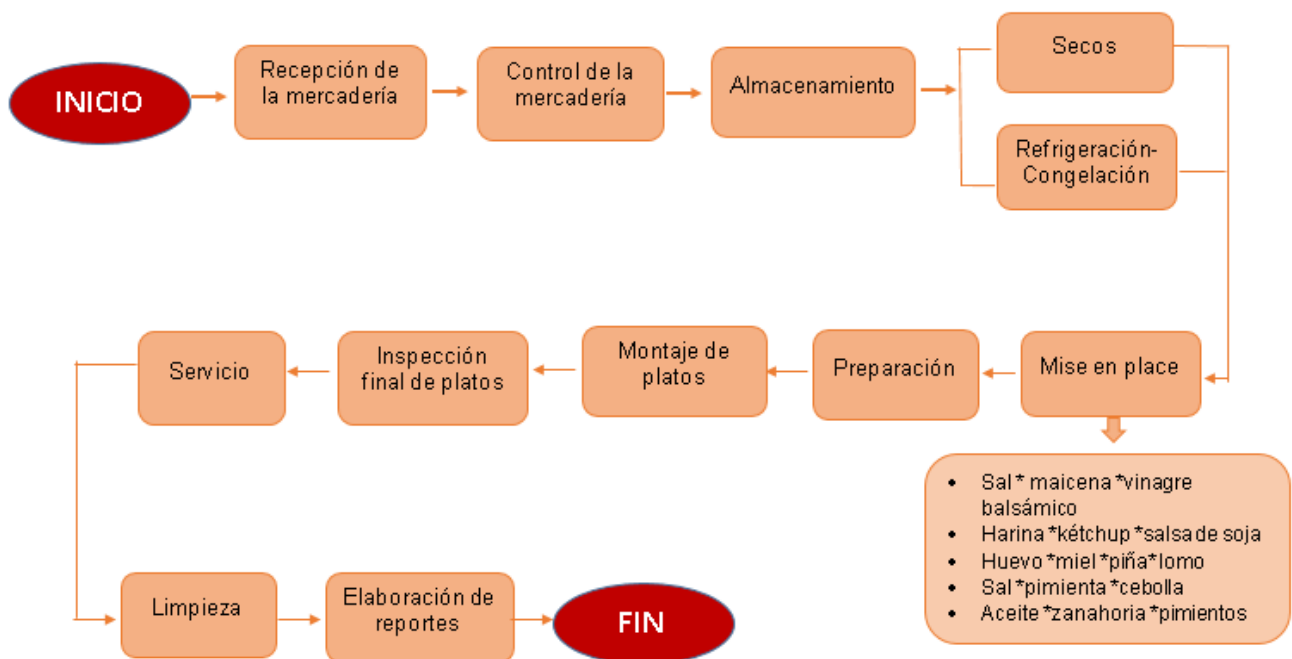
龍 Parqueadero

龍 Baños

龍 Cuarto de almacenamiento

龍 Patio

5.10. PROCESO PRODUCTIVO.



5.10.1. RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA.

Se realiza la labor de recibir toda la materia prima que nos brinda nuestros proveedores tanto como bebidas y alimentos, es necesario este proceso

para así poder abastecernos con todo lo requerido para nuestro restaurante.

5.10.2. CONTROL DE LA MERCANCIA.

Se procederá a inspeccionar la mercancía que obtenemos de los proveedores, revisando la fecha de caducidad si los productos se encuentran en óptimas condiciones y no estén estropeado, para luego así darle el pase al siguiente proceso.

5.10.3. ALMACENAMIENTO.

Luego de que la materia prima sea aceptada se procederá a llevar nuestros productos al cuarto de almacenamiento, aquí se separaran los alimentos por grupo alimenticio, y también se clasificaran según sus necesidades.

Secos. - Se acomodarán en las estanterías de forma ordenada, todos los alimentos perecederos, granos, frutos secos, entre otros, Siempre saldrá primero la mercancía que lleve más tiempo en el almacén y la nueva será guardada para ser utilizada más después.

Refrigeración y Congelación. – Aquí van todos los alimentos cárnicos se congelan los alimentos que serán usados a larga distancia en nuestra nevera y los productos usados frecuentemente se refrigeran en la mesa de trabajo refrigerada ubicada en la cocina.

5.10.4. MISE EN PLACE.

Este proceso se realiza tanto para la materia prima como para los utensilios y equipos en la cocina. Para los utensilios y equipos se procede a realizar una limpieza antes de laborar en nuestro establecimiento. Mientras que, para la materia prima, se realizan la debida desinfección de alimentos y los cortes necesarios para la preparación

5.10.5. PREPARACIÓN.

Se realiza las recetas estándar con su debida descripción como se especificará a continuación:

5.10.5.1. RECETA ESTÁNDAR.

NOMBRE: Cerdo agridulce

PAX: 1

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN
Lomo de cerdo	100	Gr	Sin grasa
Pimiento rojo	10	Gr	Macedonia
Pimiento verde	10	Gr	Macedonia
Pimiento amarillo	10	Gr	Macedonia
Zanahoria	19	Gr	Macedonia
Cebolla	20	Gr	Perla
Piña	62	gr	Small dice
Salsa agridulce			
Piña	31	MI	Zumo
Miel	4	MI	
Salsa de soja	4	MI	
Kétchup	5	Gr	
Vinagre balsámico	4	MI	
Maicena	7	Gr	
Sal	5		
Rebozado			
Harina	50	Gr	Tamizada
Huevo	1	U	Batido
Sal y pimienta	5		
Aceite	80	MI	

Preparación.

- 龍 Realizar el mise en place de la receta
- 龍 Cortar los pimientos, zanahoria y la cebolla en cortes macedonia (1x1 cm)
- 龍 Escurrir la piña que se encuentra en almíbar y cortar en macedonia (1x1 cm)
- 龍 Limpiar el lomo de cerdo y cortar en cubos de 2 cmx 2 cm

Salsa agridulce.

- 龍 Mezclar todos los ingredientes en un bol, el zumo de piña, el kétchup, la miel, la salsa de soja y el vinagre y llevar al fuego.
- 龍 Dejar que hierva unos 5 minutos y a continuación agregar la maicena disuelta en un poquito de agua, agregar la sal
- 龍 Saltear en el wok la zanahoria con un poco de aceite, luego agregar los pimientos y cebollas, saltear hasta que estén dorados.
- 龍 Añadir la piña a la mezcla, dejar cocer durante 1 minuto
- 龍 Agregar la salsa agridulce a la preparación de las verduras.

Rebosado.

- 龍 Condimentar con sal y pimienta el cerdo.
- 龍 Enharinar los dados del cerdo y luego pasarlos por el huevo batido.
- 龍 Freír en aceite el cerdo.
- 龍 Mezclar el cerdo en el wok con las verduras sin llevarlo al fuego
- 龍 Servir

5.10.6. MONTAJE DE PLATOS.

Una vez realizada la preparación se procede con el respectivo montaje del plato, logrando un acabado tradicional y que a simple vista sea muy llamativo.

5.10.7. INSPECCIÓN FINAL DE LOS PLATOS.

Se verificará que todo se encuentre en perfecto orden y que cada plato antes de salir al servicio, cumpla con cada uno de los aspectos de la preparación como el color el olor y texturas.

5.10.7. LIMPIEZA.

Se procede a limpiar los materiales, equipos y utensilios de nuestro establecimiento durante la jornada y al finalizar la jornada se procede a realizar una limpieza profunda tanto en el área de servicio, cocina y baños.

5.10.8. ELABORACIÓN DE REPORTES.

Cada día se reportará las cantidades de productos usados y las ventas diarias con el objetivo de evitar falencias o falta de materia prima por eso el control de inventarios es muy necesario en nuestro negocio y el reporte final de ventas para llevar a cabo la contabilidad necesaria en el área administrativa.

5.11. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería debe de determinar las funciones óptimas de los recursos para la producción de los servicios a brindar. Se debe determinar los procesos, equipos, recurso humano, mobiliario y equipo de oficina, terrenos, construcciones, distribución de equipo, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio, entre otros.

5.12. TECNOLOGÍA.




La tecnología que usaremos será la más óptima y de calidad para nuestro restaurante, contaremos con un software y hardware dedicado al área de servicio, toma de pedidos, control de inventarios y de registro de los trabajadores para así optimizar recursos y que el funcionamiento

del restaurante sea más eficaz, y se usará también maquinarias actuales para poder realizar las actividades diarias en la cocina de manera muy rápida en cada una de las preparaciones.

5.13. EQUIPOS DE COCINA, UTENSILIOS DE COCINA, MATERIA PRIMA MOBILIARIO Y EQUIPOS.

Es necesario realizar una lista con todas las características de los equipos, materia y utensilios que necesitará nuestro restaurante, en cada cuadro respectivo se describirá la cantidad, características y proveedores.








5.13.1 CARACTERISTICAS DE LOS EQUIPOS DE COCINA.








Equipos	Cantidad	Características	Proveedores
Cocina industrial de 4 	2 Unidades	Funcionamiento a gas Construido en acero inoxidable Patas en tubo cuadrado	FRITEGA S.A.
Campana industrial 	2 Unidades	Fabricados en aluminio pre-lacado Inalterable a los agentes atmosféricos Alimentación de:	TERMALIMEX
Freidora 	1 Unidad	De alto rendimiento A gas Capacidad de aceite: 20 a 25 litros Material: Acero inoxidable	FRITEGA S.A.
	1 Unidad	Potencial de electricidad: 0,4Kw, 110v Potencia aire	EQUINDECA

Horno Combi 		caliente: 13Kw Potencia vapor: 12Kw	
Microondas 	1 Unidad	1450 watts de Potencia Recalienta, descongela, cocina 10 niveles de potencia Cronómetro y	TVENTAS
Lavadero 	1 Unidad	Acero inoxidable Escurridera Dimensiones: 200x70x90 Pozo: 50x50x28cm	FRITEGA S.A.
Mesa de Trabajo  Refrigerada	1 Unidad	Cuenta con 3 puertas Material: Acero inoxidable 1492x600x850h mm	FRITEGA S.A.
Nevera Industrial 	1 Unidad	Acero inoxidable Temperatura de 8 hasta -15°C Congela, refrigera Capacidad 800 Lts	FRITEGA S.A.
Dispensador de jugo 	1 Unidad	Capacidad de 9 Lts Fácil limpieza Mantiene una buena temperatura las bebidas	EQUINDECA
Licuada Industrial 	1 Unidad	Capacidad: 12 Lts Acero inoxidable Funciona a 110 V Fácil manejo	EQUINDECA

<p>Túrmix</p> 	<p>2 Unidades</p>	<p>Pie de acero inoxidable Potencia 750 watt Es desmontable 2 velocidades Cuchilla de acero inoxidable</p>	<p>EQUINDECA</p>
<p>Laminadora</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Dimensiones: 60,95x64,77x63,5 Peso: 98 Kg Capacidad: 500 a 600 gramos de masa</p>	<p>FRITEGA S.A.</p>
<p>Batidora Profesional</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Capacidad: 6,9 Lts Se puede trabajar hasta 3,8 Kg de masa</p>	<p>TERMALIMEX</p>
<p>Cutter</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Función a pulsador Cuba inoxidable Cuchilla de acero inoxidable</p>	<p>TERMALIMEX</p>
<p>Mesa de Trabajo</p> 	<p>2 Unidades</p>	<p>Medidas: 0,60 a 110cm Acero inoxidable 304 Con salpicadera</p>	<p>FRITEGA S.A.</p>
<p>Máquina de hielo</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Cubo macizo y cristalino de 36/40gr Carrocería en acero inoxidable 304 Funcionamiento electromecánico</p>	<p>FRITEGA S.A.</p>

5.13.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS UTENSILIOS.


Utensilios	Cantidad	Características	Proveedor
Batidor Manual 	2 Unidades	Varilla de acero inoxidable Mango de acero inoxidable Varillas Inox 18/10 30 cm	TERMALIMEX
Rallador manual 	2 Unidades	Produce tamaños de grano grueso a fino Acero inoxidable	COREMPRO S.A.
Cedazos 	2 unidades medianas 2 unidades grandes	Cedazo redondo de varios tamaños. Metálicos, de alta duración.	COREMPRO S.A.
Cedazo tipo cono 	2 Unidades	Cedazo tipo cono de varios tamaños. Metálicos, de alta duración.	COREMPRO S.A.
Cuchareta 	4 Unidades	Acero inoxidable Medida: 15"	TERMALIMEX
Cucharones 	3 Unidades	Acero inoxidable	TERMALIMEX
Espátulas de silicona 	2 Unidades	Tamaño 25,3 cm. Mango de plástico Espátula de silicona.	EQUINDECA S.A.
	5 Unidades	Hoja de acero inoxidable 7" Mango de polipropileno la espiga de la hoja	COREMPRO S.A.

Cuchillo cebollero			
Cuchillo cocina 	2 Unidades	Tamaño de la hoja 150 mm Acero inoxidable	COREMPRO S.A.
Puntilla 	4 Unidades	Cuchillo Mondador Carado 8cm 3" Línea POM	COREMPRO S.A.
Cuchillo cierra para pan 	1 Unidad	Hoja y mango de acero inoxidable Hoja de 8" de sierra	COREMPRO S.A.
Bandeja rectangular Pírex 	3 Unidades	Presentación 1.8, 2.5, 3 litros rectangular Cuadrada 1.6 litros Resistente a las	TVENTAS
Jarra medidora 	1 Unidad	Mide diferentes tipos de líquidos Material: Cristal	TVENTAS
Juego Cubiertos de Mesas 	10 Unidades	24 Piezas Acero inoxidable Altamente resistente	TRAMONTINA
Charoles anti deslizantes 	5 Unidades	Charol de fibra de vidrio con superficie antideslizante Formas Redonda con dimensiones de 11", 14", y 16" Color negro y café.	TRAMONTINA
	10 Unidades		EQUINDECA S.A.


Contenedores de acero inoxidable		Bandejas medias Capacidad: 4, 5, 7 y 10 litros	
Tazones de acero 	5 Unidades	Utilidad: Para batir y mezclar productos Acero inoxidable	TERMALIMEX
Copa 	60 Unidades copa agua 40 Unidades copa vino tinto 30 Unidades copa vino blanco	Material: Cristal Sirve para contener líquidos	EQUINDECA S.A.
Tabla de picar 	7 Unidades	Dimensiones: 51x38x1,25cm Colore por grupo alimenticio	TERMALIMEX
Chairas 	2 Unidades	Medidas: 30 cm de largo y 13 mm de ancho Mantiene afilado los cuchillos	EQUINDECA
Ollas de acero inoxidable 	4 Unidades de 5 litros 2 Unidades de 8 litros	5 Litros Medidas: 25x25cm 7 Litros Medidas: 26,5X26,5cm	COREMPRO S.A.
Porta cubiertos 	1 Unidad	Porta cubiertos de 4 huecos Material: Acero inoxidable	COREMPRO S.A.

<p>Wok</p> 	<p>2 Unidades</p>	<p>Wok de 33 Cm Mango: bambú</p>	<p>TERMALIMEX</p>
<p>Cortador de Pizza</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Lamina de acero inoxidable Medidas: 240x83x20 mm</p>	<p>TERMALIMEX</p>
<p>Peladores</p> 	<p>4 Unidades</p>	<p>Pelador cerámico en Y</p>	<p>TERMALIMEX</p>
<p>Espumaderas</p> 	<p>3 Unidades</p>	<p>Cuerpo de acero niquelado Malla fina Medidas: 55cn de largo Peso: 0.3 Kg</p>	<p>TERMALIMEX</p>
<p>Balanza Electrónica</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Pantalla digital Peso máximo: 30Kg Funciona con corriente de 110 voltios Bandeja de</p>	<p>TERMALIMEX</p>








5.13.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA PRIMA.

Materia prima	Cantidad	Características	Proveedores
<p>Lomo de cerdo</p> 	44 Libras	* Alimentos realizados con los estándares de calidad *Genera trabajo en el sector agropecuario	PRONACA S.A.
<p>Pimiento rojo</p> 	5 Libras	*Los alimentos que venden son de calidad y frescos * Alimentos 100 % orgánicos	TROPICALMENTE S.A.
<p>Pimiento verde</p> 	5 libras	*Los alimentos que venden son de calidad y frescos * Alimentos 100 % orgánicos	TROPICALMENTE S.A.
<p>Pimiento amarillo</p> 	5 Libras	*Los alimentos que venden son de calidad y frescos * Alimentos 100 % orgánicos	TROPICALMENTE S.A.
<p>Zanahoria</p> 	8 Libras	*Los alimentos que venden son de calidad y frescos * Alimentos 100 % orgánicos *Se dedica a la venta de verduras, hortalizas	TROPICALMENTE S.A.
<p>Cebolla</p> 	11 Libras	*Los alimentos que venden son de calidad y frescos * Alimentos 100 % orgánicos *Se dedica a la venta	TROPICALMENTE S.A.

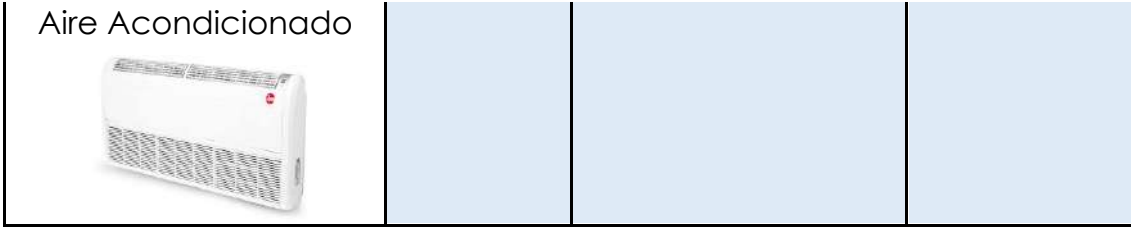
		de verduras, hortalizas	
<p>Piña</p> 	28 Libras	*Venta de frutas tropicales *Frutas orgánicas que respetan a la naturaleza al momento de cosechar y extraer los frutos *Precios bajos	TROPIFRUTAS S.A.
<p>Miel</p> 	750 MI	*Venta de productos 100% orientales * Empresa ecuatoriana * Productos orgánicos y frescos *Precios asequibles	CASA ORIENTAL
<p>Salsa de soja</p> 	750 MI	*Venta de productos 100% orientales * Empresa ecuatoriana * Productos orgánicos y frescos *Precios asequibles	CASA ORIENTAL
<p>Kétchup</p> 	1,5 kilos	* Alimentos realizados con los estándares de calidad *	PRONACA S.A.
<p>Vinagre Balsámico</p> 	750 MI	* Alimentos realizados con los estándares de calidad *Genera trabajo en el sector	PRONACA S.A.
<p>Maicena</p> 	150 Gr	*Empresa ecuatoriana * se especializa en la fabricación y venta de salsas, conservas, condimentos, productos secos	LA CENA

		productos de repostería	
<p>Harina</p> 	25 libras	Se especializa en la fabricación y venta de salsas, conservas, condimentos, secos.	LA CENA
<p>Huevo</p> 	50 Unidades	* Alimentos realizados con los estándares de calidad	PRONACA S.A.
<p>Sal y pimienta</p> 	1 Kg	Se especializa en la fabricación y venta de salsas, conservas, condimentos, productos secos	LA CENA
<p>Aceite</p> 	25 Litros	* Alimentos realizados con los estándares de calidad.	PRONACA S.A.

5.13.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS MOBILIARIOS Y EQUIPOS.

Mobiliario y Equipos	Cantidad	Características	Proveedores
Estantería Metálicas 	5 Unidades	Consta de 5 bandejas Material: Metal Medidas: 2 m alto. 115 cm ancho, 0,35 m fondo	Cora refrigeración
Mueble estantería 	2 Unidades	Madera Dimensiones: 1,75 cm de alto 1,25 cm de ancho 40 cm de profundidad	Cora refrigeración
Silla Eurostyle 	2 Unidades	Acero reforzado Amueblado Muy buena comodidad Tapizado: negro	Megamobili er
Silla Aland Tapiz 	44 Unidades	Material: Roble Muy buen material	Megamobili er
Silla amueblada timoty 	6 Unidades	Mueble tapizado Color: Vino tinto De muy buena comodidad	Megamobili er
Silla tipo bar sims 	7 Unidades	Cómoda Ajustable Tapizada Color: Negro Base de acero inoxidable	Megamobili er
Mesa baja marsella 	14 Unidades	Tablero cuadrado Medidas 80x80 cm Grosor: 25mm Tablero melamínico	Megamobili er

<p>Mesa baja marsella</p> 	<p>3 Unidades</p>	<p>Tablero redondo Medidas 70x70 cm Grossor: 25mm Tablero melamínico</p>	<p>Megamobili er</p>
<p>Contenedor para</p> 	<p>2 Unidades</p>	<p>Material: Madera Dimensiones: 1,25m de alto 80cm de ancho</p>	<p>Megamobili er</p>
<p>Sillón Tao</p> 	<p>9 Unidades</p>	<p>2 Puesto Comodidad Patas de acero reforzado Tapizado: negro</p>	<p>Megamobili er</p>
<p>Mobiliario Counters</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Pie de acero inoxidable Potencia 750 watt Es desmontable 2 velocidades Cuchilla de acero</p>	<p>Megamobili er</p>
<p>Escritorio gerencial</p> 	<p>1 Unidad</p>	<p>Madera resistente Cómoda para trabajos gerenciales Dinámica para cualquier tecnología a</p>	<p>Megamobili er</p>
<p>Tacho de basura de</p> 	<p>3 Unidades</p>	<p>Plástico resistente Capacidad 120 Lts</p>	<p>Pycca</p>
<p>Computadora</p> 	<p>2 Unidades</p>	<p>PC de escritorio Monitor de 19" Procesador Intel i7 4ta generación Disco duro de 2</p>	<p>Mundo PC</p>
	<p>2 Unidades</p>	<p>Capacidad frio/calor 52.800 / 63.120 Btu/hr Aplicación Área 64/107 mt2</p>	<p>Créditos Económicos</p>



5.14. DESCRIPCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL RESTAURANTE.

Es de vital importancia describir cada área en cualquier tipo de empresa, es por eso que a continuación de detallará que funciones cumplen cada una de nuestras áreas:

5.14.1 ÁREA DE COCINA.

La persona encargada de este departamento es el chef ejecutivo, él se encarga de organizar y administrar la cocina, después de éste tiene a su cargo el sous chef quién está a cargo de esta área cuando el chef ejecutivo no se encuentre en el establecimiento, después del sous chef viene al mando el chef de cada partida , todo el personal que se encuentre en el departamento de cocina se hará cargo de la producción, montaje y administración de cada uno de los platos que se servirán en el establecimiento ya sean estas preparaciones frías o calientes, en esta área se encontrará el sector de Stewart que es la persona encargada de la limpieza del área de cocina en lo que respecta a limpieza de maquinarias y utensilios, durante los horarios que se abra el establecimiento el Stewart se encargará de la limpieza de cristalería y menaje que se utilice antes, durante y después del horario de apertura.

5.14.2. ÁREA DE SERVICIO.

En esta área se realizará todas las transacciones comerciales y el despacho de las preparaciones del restaurante, se encontrará equipado con todo lo necesario para lograr satisfacer a nuestros clientes, en esta área también se movilizarán nuestros meseros que se ocuparán de atender el restaurante de una manera profesional y muy hospitalaria al igual que la cajera. En esta área se ubicará el pequeño bar de nuestro restaurante y el área de fumadores.

5.14.3. ÁREA ADMINISTRATIVA.

Este departamento se encarga de planear, organizar, dirigir el presupuesto que tiene la empresa distribuyéndolo de manera adecuada para sacar el mejor beneficio posible para el establecimiento generando ganancias, toma decisiones en cuanto a estrategias que se seguirán para que establecimiento crezca, también dirige y planea junto a los jefes de cada área (cocina, servicio) para generar nuevas estrategias que mejorarán la función entre todas las áreas mediante la motivación, comunicación y supervisión, otro punto del cual se encargaran serán de la paga mensual, llevarán control de sus asistencias y pago de los seguros de los trabajadores.

5.14.4. ÁREA DE PARQUEO.

Esta área será exclusiva para los clientes de nuestro establecimiento sin ningún tipo de costo, también lo podrán utilizar los dueños del establecimiento, esta área tendrá un pequeño jardín que se encontrará

para llamar la atención de los clientes, se implementaran señaléticas para una mejor circulación vehicular.

5.14.5. ÁREA DE BAÑOS.

Este sector estará dividido en 2 partes en nuestro establecimiento porque contaremos con baños para el personal y para los clientes. Se encontrará amueblado con todo lo necesario.

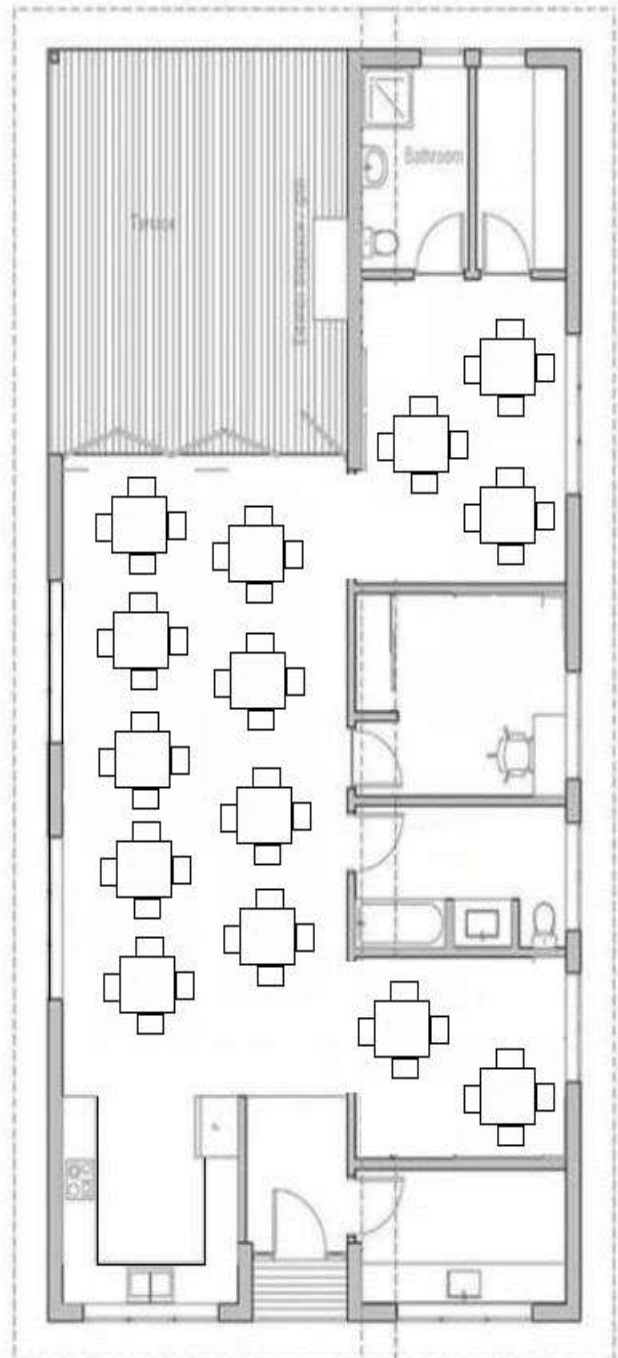
5.14.6. ÁREA DE ALMACENAMIENTO.

Área adecuada y construida con el objetivo de ser óptima para depositar productos alimenticios, servirá también como abastecería y área de carga y descarga para la cocina, y así evitar que nuestra materia prima haga falta.

5.14.7. ÁREA DE PATIO.

Pequeño lugar dedicada a la actividad de recibir por este lugar la mercancía de nuestro establecimiento y también tendrá un apartado en donde se botará los desechos que generará nuestro restaurante, para así evitar los malos olores en la cocina o el área de servicio.

5.15. FACHADA Y PLANO DEL RESTAURANTE.



Estudio Financiero



Wok Dragon

Chinesse Food

6. ESTUDIO FINANCIERO.

CUADRO #1

INVERSIÓN.

Inversión		
Inversión Fija (Cuadro #2)	\$108.467,13	
Capital de operación (Anexo B)	\$386.896,40	
	Inversión total	\$495.363,53
	Capital social (-)	
	Financiamiento	

CUADRO #2

INVERSIÓN FIJA.

Inversión Fija		
Terreno (Anexo A-1)	\$87.000	
Construcción (Anexo A-1)	\$1.753,16	
Maquinarias y Equipos (Anexo A-2)	\$7.718,87	
Otros Activos (Anexo A-3)	\$6.830	
	Subtotal	\$103.302,03
Imprevistos de la inversión fija (5%)	\$5.165,10	
	Total	\$108.467,13

CUADRO #3

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

Estado de pérdidas y ganancias		
Ventas netas (Anexo C)	\$1.262.016	
Costos de producción (-) Anexo D	\$363.870,80	
Gastos de ventas (-) Anexo E	\$2.300	
	Utilidad neta en ventas R//	\$1.628.186,80
Gastos de ADM GRAL (-) Anexo F	\$23.025,60	
	Utilidad neta en operaciones R//	\$1.605.161,20
Gastos de activos diferidos (-) Anexo G	\$6.953,64	
Gastos de financiamiento (-) Anexo H	-	
	Beneficio neto antes del periodo de repart de utilid	\$1.598.207,56

ANEXO A-1

TERRENOS Y CONSTRUCCIONES.

	Cantidad (m2)	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	262	\$332,06	\$87.000
Construcciones			
Área de cocina	25,5	\$12	\$306,00
Área de servicio	83,82	\$8	\$670,56
Área Administrativa	6	\$6	\$36
Cuarto de almacenamiento	8,02	\$12	\$96,24
Parqueadero	48,5	\$6	\$291
Baños	10,27	\$8	\$82,16
Patio	45,2	\$6	\$271
		Total	\$88.753,16

ANEXO A-2

MAQUINARIAS Y EQUIPOS.

Maquinarias y equipos	
Equipos de producción (Anexo A-2-1)	\$6.683,00
Equipo auxiliar (10%)	\$668,30
Subtotal	\$7.351,30
Costo de instalación y montaje (5%)	\$367,57
Total	\$7.718,87

ANEXO A-2-1

Equipos de producción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cocina industrial de 4 hornillas	2	\$400	\$800
Campana industrial	2	\$300	\$600
Horno	1	\$280	\$280
Microondas	1	\$120	\$120
Lavadero	1	\$180	\$180
Mesa de Trabajo Refigurada	1	\$850	\$850
Nevera Industrial	1	\$1.050	\$1.050
Dispensador de jugo	1	\$150	\$150
Licadora Industrial	1	\$140	\$140

Turmix	2	\$60	\$120
Laminadora	1	\$110	\$110
Batidora KitchenAid Profesional	1	\$380	\$380
Mesa de Trabajo	2	\$140	\$280
Máquina de hielo	1	\$650	\$650
Batidor Manual	2	\$6	\$12
Rallador manual	2	\$5	\$10
Cedazos	2	\$4	\$8
Cedazo tipo cono	2	\$6	\$12
Cuchareta	4	\$4,50	\$18,00
Cucharones	3	\$5	\$15,00
Espátulas de silicona	2	\$4	\$8
Cuchillo cebollero	5	\$10	\$50
Cuchillo cocina Arcos Maitre	2	\$7	\$14
Puntilla	4	\$3,50	\$14
Cuchillo cierra para pan	1	\$9	\$9
Bandeja rectangular Pírex	3	\$18	\$54
Jarra medidora	1	\$5	\$5
Juego Cubiertos de Mesas	10	\$14	\$140
Charoles anti deslizantes	5	\$8	\$40
Contenedores de acero inoxidable	10	\$4	\$40
Tazones de acero inoxidable	5	\$2,80	\$14
Copa	60	\$1,80	\$108
Tabla de picar	7	\$14	\$98
Chairas	2	\$9	\$18
Ollas de acero inoxidable	4	\$30	\$120
Porta cubiertos Hardman	1	\$28	\$28
Wok	2	\$40	\$80
Cortador de Pizza	1	\$4	\$4
Peladores	4	\$3,00	\$12
Espumaderas	3	\$4,00	\$12,00
Balanza Electrónica	1	\$30	\$30
		Total	\$6.683,00

ANEXO A-3**OTROS ACTIVOS.**

Denominación	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Estantería Metálicas	4	\$80	\$320
Mueble estantería	2	\$70	\$140
Silla Eurostyle	2	\$50	\$100
Silla Aland Tapiz	44	\$45	\$1.980
Silla amueblada timoty	6	\$65	\$390
Silla tipo bar sims	7	\$45	\$315
Mesa baja marsella	12	\$80	\$960
Mesa baja marsella	3	\$75	\$225
Sillón Tao	8	\$110	\$880
Mobiliario Counters Mega	1	\$200	\$200
Escritorio Gerencial Ceo	1	\$120	\$120
Tacho de basura de plástico	3	\$20	\$60
Teléfono	2	\$20	\$40
Computadora	2	\$450	\$900
Dispensador de agua	1	\$80	\$80
Impresora	1	\$120	\$120
		Total	\$6.830

ANEXO B**CAPITAL DE OPERACIÓN.**

Capital de Operación	
Materiales Directos (ANEXO D-1)	\$228.564,00
Mano de obra directa (ANEXO D-2)	\$69.288,00
Carga fabril (ANEXO D-3)	\$66.018,80
Gastos administrativos (ANEXO F)	\$23.025,60
TOTAL	\$386.896,40

ANEXO C

VENTAS NETAS.

Ventas Netas	
Producto	Cerdo agridulce
Cantidad	201600
Costo neto (Anexo I)	\$6,26
TOTAL	\$1.262.016,00

ANEXO D**COSTO DE PRODUCCIÓN.**

Costo de producción	
Materiales directos (anexo D-1)	\$228.564,00
Mano de obra directa (anexo D-2)	\$69.288
Carga Fabril (Anexo D-3)	\$66.018,80
a) Mano de obra indirecta	\$55.339
b) Material indirecto	\$1.113,60
c) Suministros	\$2.601,96
d) Reparación y mantenimiento	\$1.929,44
e) Seguros	\$1.890,85
f) Imprevistos	\$3.143,75
Total	\$363.871

ANEXO D-1**MATERIALES DIRECTOS ANUALES.**

Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total
Lomo de cerdo	20160000	Gr	\$0,00	\$80.640
Pimiento rojo	2016000	Gr	\$0,00	\$1.512
Pimiento verde	2016000	Gr	\$0,00	\$1.613
Pimiento amarillo	2016000	Gr	\$0,00	\$1.613
Zanahoria	3830400	Gr	\$0,00	\$3.830,40
Cebolla	4032000	Gr	\$0,00	\$3.225,60
Piña	12499200	Gr	\$0,00	\$15.624,00
Miel	806400	Gr	\$0	\$6.451
Salsa de soya	806400	MI	\$0,01	\$4.301
Kétchup	1008000	MI	\$0,01	\$5.040
Vinagre Balsámico	806400	MI	\$0,02	\$12.902
Maicena	1411200	Gr	\$0,00	\$1.764,00
Harina	10080000	Gr	\$0,00	\$18.144
Huevo	201600	U	\$0,12	\$23.520
Aceite	16128000	MI	\$0,00	\$48.384
Total				\$228.564,00

ANEXO D-2

MANO DE OBRA DIRECTA.

Denominación	Número	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Beneficios Sociales	Total
Calificada					
Chef	1	\$500	\$6.000	\$4.800	\$10.800
Sous Chef	1	\$366	\$4.392	\$3.514	\$7.906
Semi-Calificada					
Cocinero cocina fría	1	\$366	\$4.392	\$3.514	\$7.906
Cocinero cocina caliente	1	\$366	\$4.392	\$3.514	\$7.906
No calificada					
Ayudante de cocina	4	\$366	\$4.392	\$3.514	\$34.771
				Total	\$69.288

ANEXO D-3

CARGA FABRIL.

A) MANO DE OBRA INDIRECTA.

Denominación	Número	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Beneficios Sociales	Total
Meseros	2	\$366	\$4.392	\$3.514	\$15.811
Barman	1	\$366	\$4.392	\$3.514	\$7.906
Seguridad	2	\$366	\$4.392	\$3.514	\$15.811
Steward	2	\$366	\$4.392	\$3.514	\$15.811
				Total	\$55.339

B) MATERIALES INDIRECTOS.

Denominación	Unidades	Precio unitario	Total Mensual	Total anual
Viandas	20	1,8	7,2	\$86,40
Servilletas	100	1,1	11	\$237,60
Tenedores plásticos	100	0,85	1,7	\$20,40
Palillos de dientes	1	0,75	3	\$54,00
Palillos chinos	1	0,25	50	\$600,00
Fundas para basura	1	0,4	9,6	\$115,20
			TOTAL	\$1.113,60

C) SUMINISTROS.

Concepto	Cantidad	P.Unitario	Anual
Energía eléctrica Kw/h	1350	\$0,08	\$1.296,00
Gas	1	\$2,60	\$187,20
Agua	50	\$0,29	\$174
Internet		\$35	\$420
Teléfono		\$10	\$120
Resma de hojas	400	\$4	\$48
Tinta de impresora	1	\$20	\$80
Plumas	1	\$0,25	\$25
Resaltadores	1	\$0,80	\$19,20
Facturero	1	\$12	\$48
Franelas	1	\$1,50	\$150
Papel higiénico	1	\$0,16	\$34,56
Total			\$2.601,96

D) REPARACIONES Y MANTENIMIENTOS.

Maquinarias y Equipos (2%)	\$154,38
Edificio y Mantenimiento (2%)	\$1.775,06
Total	\$1.929,44

E) SEGUROS.

Maquinarias y Equipos (1,5%)	\$115,78
Edificio y Mantenimiento (2%)	\$1.775,06
Total	\$1.890,85

F) IMPREVISTOS DE LA CARGA FABRIL.

Aproximadamente 5% de los rubros anteriores	\$3.143,75
Total general de la carga fabril	\$66.018,80

ANEXO E

GASTOS DE VENTAS ANUALES.

Concepto	Número	Valor	Total Anual
Valla Publicitaria	1	\$300	\$300
Portada de revista	1	\$2.000	\$2.000
		TOTAL	\$2.300

ANEXO F

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES PERSONAL.

Personal	Número	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Beneficios Sociales	Total
Gerente	1	\$700	\$8.400	\$6.720	\$15.120
Cajera	1	\$366	\$4.392	\$3.514	\$7.906
				Total	\$23.026

ANEXO G

COSTOS ACTIVOS DERIVADOS.

Costos Activos Derivados	
Constitución de la compañía	\$2.000
Costos de estudio del proyecto	\$4.953,64
Total	\$6.953,64

ANEXO H

GASTOS FINANCIEROS.

Gastos Financieros	
Interés anual del préstamo	
Total	

ANEXO I

COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO.

Costo Unitario del Producto	
Costo de producción (Anexo D)	\$363.871
Costo de Venta (Anexo E)	\$2.300
Gastos de administración y generales (Anexo F)	\$23.026
Gastos Financieros (Anexo G)	\$6.953,64
TOTAL	\$396.150,03

Producción mínima por mes	16800
Producción mínima por año	201600
Costo unitario del producto sin margen de ganancia	\$3,13
% de ganancia	200%
Costo neto del producto con margen de ganancia (Total)	\$6,26

ANEXO J

CALCULO PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Producto	Costos Fijos	Costos Variables
Materiales directos (anexo D-1)		\$228.564,00
Mano de obra directa (anexo D-2)	\$69.288,00	
Carga Fabril (Anexo D-3)		
a) Mano de obra indirecta	\$55.339,20	
b) Material indirecto		\$1.113,60
c) Suministros		\$2.601,96
d) Reparación y mantenimiento	\$1.929,44	
e) Seguros	\$1.890,85	
f) Imprevistos	\$3.143,75	
g) Depreciación	\$103.234	
Gastos de ventas y adm gral (Anexo F)	\$34.171,20	
Gastos financieros (Anexo G)	\$3.947,78	
Total	\$272.944	\$232.279,56

DEPRECIACIÓN.

Concepto	Costo	% (vida útil)	1	2	3	4	5
Construcciones	\$88.753,16	5%	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66
Maquinarias y Equipos de cocina	\$7.718,87	10%	\$771,89	\$771,89	\$771,89	\$771,89	\$771,89
Mobiliarios y Equipos de oficina	\$6.830	33%	\$2.254	\$2.254	\$2.254		
Total de depreciaciones por año			\$7.463,44	\$7.463,44	\$7.463,44	\$5.209,54	\$5.209,54

6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66
\$771,89	\$771,89	\$771,89	\$771,89	\$771,89					
\$5.209,54	\$5.209,54	\$5.209,54	\$5.209,54	\$5.209,54	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66

16	17	18	19	20	Total
\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$88.753,16
					\$7.718,87
					\$6.762
\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$4.437,66	\$103.233,73

PUNTO DE QUILIBRIO.

Punto de equilibrio	
Precio de Venta P =	6,26
Cantidad Vendida o Producida Q =	201600
Costo Fijo Total CF =	\$272.944
Costo Variable Total CV =	\$232.279,56

$$Pe = \frac{Cf}{1 - \frac{Cv}{p}}$$

$$Pe = \frac{272.944}{1 - \frac{232.279,56}{6,26}}$$

$$Pe = \$334.512,42$$

$$\text{Utilidad} = (p \cdot q) - (Cf + Cv)$$

$$\text{Costo Total} = Cf + Cv$$

$$Cve = \frac{Pe}{p \cdot q} * 100$$

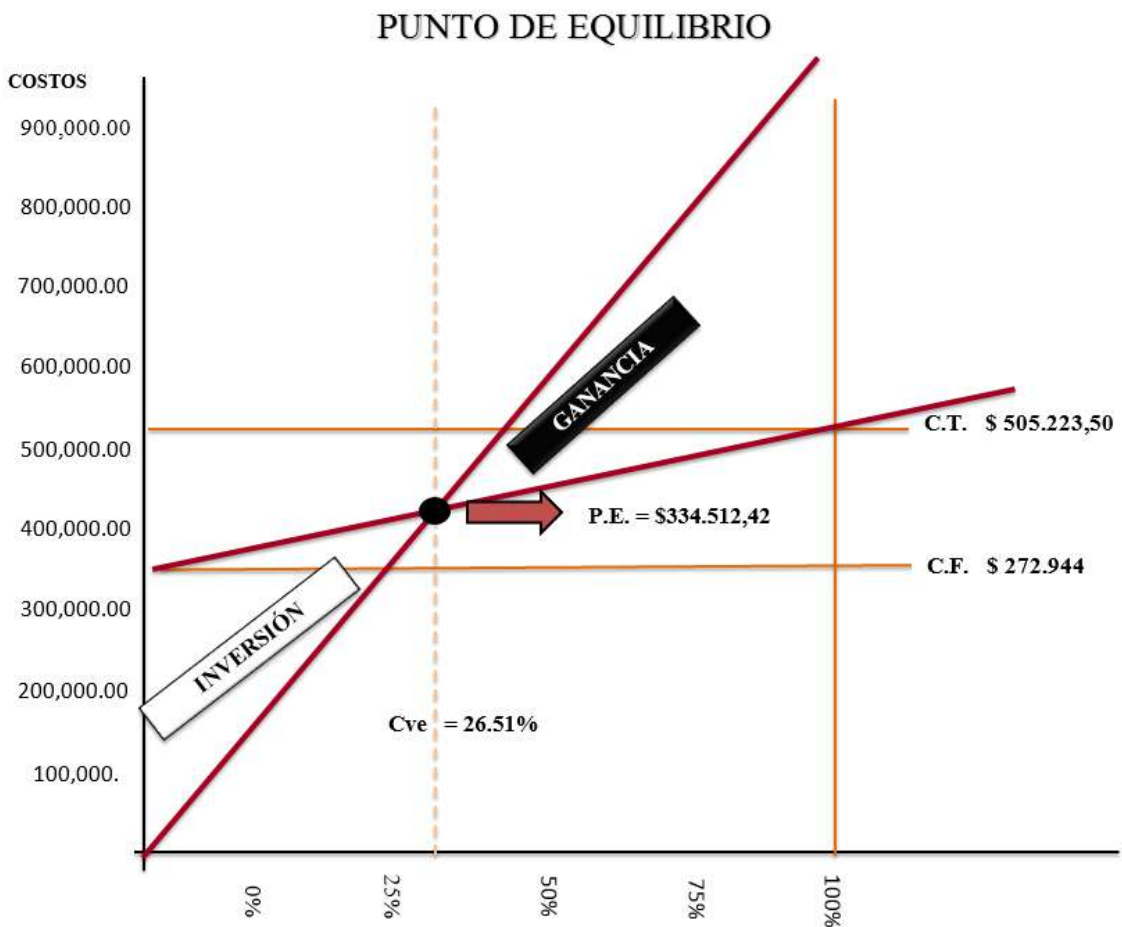
$$Cve = \frac{281.212,04}{6,26 * 201.600} * 100$$

$$Cve = 26,51\%$$

$$\text{Utilidad} = \$756.792,50$$

$$\text{Costo Total} = \$505.223,20$$

Punto Equilibrio PE =	\$334.512,42
Cantidad de ventas estimada CVE =	26,51
Utilidad (Beneficio Neto BN) U =	\$756.792,50
Costo Total =	\$505.223,50



FLUJO DE EFECTIVO.

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas (P*Q)	-	\$1.262.016	\$1.284.732	\$1.307.857	\$1.331.399	\$1.355.364
Cap de operación (Anexo B)	-	\$386.896	\$393.861	\$400.950	\$408.167	\$415.514
Financiero (Cuadro H)	-					
Interés	-					
Inve. Fija (Cuadro #2)	\$108.467,13	\$21.693	\$21.693	\$21.693	\$21.693	\$21.693
Beneficio Neto (Total)		\$853.426	\$869.178	\$885.214	\$901.538	\$918.157

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

BN = \$853.426

i = 12% (0.12)

I = \$495.363,53

t = 5 años

VAN 1 = \$ - 11.106,59

$$VAN1 = \left[\frac{BN}{(1+i)^t} \right] - I$$

BN = \$853.426

i = 12%

I = \$495.363,53

t = 5 años

$$VAN1 = \left[\frac{853.426}{(1+0,12)^5} \right] - 495.363,53$$

VAN1 = \$ - 11.106,59

VAN 2 = \$11.103,37

BN = \$853.426

i = 11% (0.11)

I = \$495.363,53

t = 5 años

$$VAN2 = \left[\frac{BN}{(1+i)^t} \right] - I$$

$$VAN2 = \left[\frac{853.426}{(1+0,11)^5} \right] - 495.363,53$$

VAN2 = \$11.103,37

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$i_1 = 12\%$$

$$i_2 = 11\%$$

$$VAN_1 = \$ - 11.106,59$$

$$VAN_2 = \$ 11.103,37$$

$$TIR = 11,50\%$$

$$TIR = i_2 - VAN_2 \left[\frac{(i_2 - i_1)}{(VAN_2 - VAN_1)} \right]$$

$$TIR = 0,11 - 11.103,37 \left[\frac{(0,11 - 0,12)}{(11.103,37 - 11.106,59)} \right]$$

$$TIR = 11,50\%$$

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

$$C = \$ 408.590$$

$$B = \$ 853.426$$

$$Rbc = \$ 2,09$$

$$Rbc = \frac{B}{C}$$

$$Rbc = \frac{853.426}{408.590}$$

$$Rbc = \$ 2,09$$

7. CONCLUSIONES

Después de analizar etapas para saber si es factible o no el proyecto, se determinaron los siguientes puntos:

龍 Se puede concluir que el tamaño del mercado es amplio, lo cual se esperaría que el volumen de ventas tuviera una gran repercusión a la hora de invertir en el negocio. La estrategia de ingresar al mercado con un precio alto con relación al de la competencia funcionaría, solo si el consumidor percibe las ventajas de obtener los productos.

龍 Para obtener una ganancia se debe vender 16.800 platos al mes.

龍 La creación de un establecimiento, como toda industria sea pequeña, media o grande, demanda de un estudio previo de mercado, competencias y preferencias de los consumidores.

龍 La competencia que se encuentra en el sector donde se asentaría el establecimiento es muy fuerte, por eso se debe implementar técnicas para atraer a la clientela.

龍 Los márgenes de utilidad que se han proyectado pueden incrementarse, debido a que, aun así, aumentándose, seguirían siendo inferior a los precios de la competencia

8. RECOMENDACIONES

- 龍 Controlar la rotación del menú que se ofrecerá en el establecimiento, teniendo en cuenta los platos que más se vendan ya que ellos generarían más ganancias en el establecimiento.
- 龍 Crear sucursales en sectores estratégicos para la expansión de la marca.
- 龍 Capacitar de manera constante a los trabajadores para que puedan brindar un servicio de calidad.
- 龍 Mejorar constantemente la infraestructura interna y externa del establecimiento.
- 龍 Mantener un registro de las preparaciones mediante la implementación de la receta estándar, así se mantendrá la misma sazón, aunque el chef se sustituya.

Wok Dragon

Chinese Food



Bibliografia



Bibliografía

Aristizábal S., J. (2016). *Cinco Estados Financieros* (7ma ed.). Gráficas Buda Ltda.

Ayala Molina, J. (2015). *Tema de Finanzas* (1era ed.). S/N.

Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de Proyectos* (4ta ed.). McGraw Hill.

Gonzales-Alba-Ordieres. (2014). *Ingeniería de Proyectos* (1era ed.). Dextra.

Guerrero Macias, G. (2013). *Proyectos de Inversión* (2da ed.). Espol.

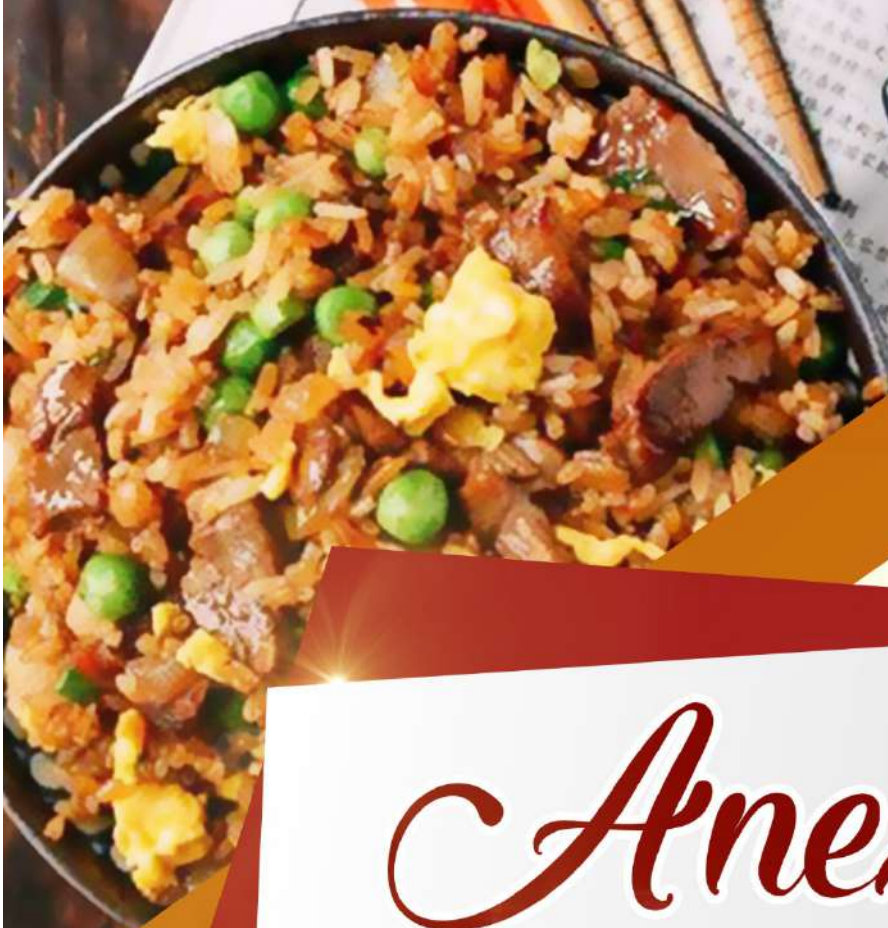
Lira Briceño, P. (2014). *Evaluación de Proyectos de Inversión* (1era ed.). UPC.

Sapag Chain, N. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (4ta ed.). McGraw Hill.

Sapag Chain, N. (2011). *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa* (1era ed.). Prentice Hall.

Wok Dragon

Chinese Food



Anexos



ANA OTILIA GUILLEN TUFÍÑO:

- Ingeniera Comercial de la Universidad Técnica de Babahoyo; Master en Administración de Empresas, Universidad Técnica de Babahoyo; Quince años de experiencia en formulación y evaluación de proyectos de inversión; Docente Universidad de Guayaquil; Consultora Independiente.

IVAN PATRICIO VITERI GARCÍA:

- Ingeniero Químico de la Universidad de Guayaquil, Diplomado en Gerencia de Marketing Universidad de Los Andes; Especialista en Gerencia de Proyectos Universidad de Los Andes, Master en Administración de Negocios Universidad de Los Andes; Master en Gestión Ambiental. Dieciocho años de experiencia en formulación y evaluación de proyectos de inversión, Docente Universidad de Guayaquil en la Facultad de Ingeniería Química; Consultor Independiente; Columnista-Editorialista. Autor de 4 libros de relevancia en el campo de la Formulación de Proyectos en editoras internacionales.

ROBERT WILLIAM MOREIRA MACIAS:

- Ingeniero Industrial de la Universidad de Guayaquil; Máster en Procesamiento y Conservación de Alimentos en la Universidad de Guayaquil; veinte años de experiencia en industrias como Gerente de Procesos, Gerente de Seguridad Industrial, diez años de Docente en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Consultor Independiente.

ANDREA CORTEZ ESPINOZA:

- Ingeniera Agro-Industrial Universidad Técnica del Cotopaxi; Máster en Procesamiento y Conservación de Alimentos; Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

ISBN: 978-9942-33-016-1



compAS