# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

## FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

# "PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CAFÉ GOURMET EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

**Proyecto de Grado**

**Previo a la obtención del Título de:**

**ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL, ESPECIALIZACIÓN TEORÍA Y POLÍTICA ECONÓMICA**

**Presentado por:**

**Cristina Edith Yoong Párraga**

**Guayaquil - Ecuador**

**2008 – 2009**

**DEDICATORIA**

A mi madre y a Iván, por su amor y apoyo incondicional.

**AGRADECIMIENTO**

Al Econ. Felipe Álvarez, director de tesis, por su ayuda
y colaboración en la realización de este trabajo.

**<u>TRIBUNAL DE GRADUACIÓN</u>**

_______________________________

**Ing. Oscar Mendoza Macías**
**DECANO FACULTAD ICHE**

_______________________________

**Econ. Felipe Álvarez**
**DIRECTOR DE TESIS**

**DECLARACIÓN EXPRESA**

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".

(Reglamento de Graduación de la ESPOL).

_____________________________

Cristina E. Yoong Párraga

# Índice General

**CAPÍTULO II**

**Estudio Técnico**



**CAPÍTULO III**

**Plan de Marketing**

**CAPÍTULO IV**

**Estudio Financiero**



**ANEXOS**

**BIBLIOGRAFÍA**

# Índice de Tablas

# Índice de Figuras

Capítulo

1

# FUNDAMENTOS TEÓRICOS

# Tabla de contenido

# CAPÍTULO I.- FUNDAMENTOS TEÓRICOS

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA

El presente estudio busca analizar el mercado de los restaurantes y pastelerías y probar la rentabilidad de una cafetería con algunas características que la diferencien de las que comúnmente se conocen en Guayaquil, las mismas que se detallan a continuación.

Montar un café con un estilo elegante, música de fondo, meseros amables, una carta gourmet y donde sus platos sean servidos con decoraciones llamativas; un café donde la carta incluya helados y sorbetes hechos en casa con sabores diferentes a los típicos, postres variados, piqueos, sánduches y bebidas frías y calientes. También se podrá ofrecer postres y tortas grandes, empacados en cajas con lazos vistosos, cajas de *cupcakes* y cajas de galletas, también fabricadas con motivos de regalo; todo hecho en casa. Son precisamente estas características las que dirigen al café propuesto hacia las clases media y alta.

Adicionalmente, la idea es que el café esté disponible por lo menos hasta la medianoche de lunes a miércoles y, quizá hasta un par de horas más tarde de jueves a domingo.

## 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dada la cantidad de restaurantes, pastelerías y cafeterías que se han desarrollado a partir de los años 90 en Guayaquil, una nueva alternativa de este tipo de servicio para los consumidores podría generar una demanda alta, que lleve al proyecto de inversión a alcanzar una rentabilidad muy atractiva.

Es común salir tarde de las clases o del trabajo y buscar sitios con una música tenue donde pasar un buen rato con los amigos y disfrutar de una pequeña pero agradable comida, donde se pueda conversar amenamente sin la estruendosa música de un bar y sin tener que consumir los platos fuertes de un restaurante. No obstante, también es común tener que recorrer más de un lugar, puesto que muchos restaurantes están cerrados los días lunes debido a que laboran los domingos o, porque muchas cafeterías están cerradas debido a que su horario de atención no incluye horas más allá de las 10 p.m.

La carencia de cafeterías que ofrezcan un buen servicio a toda hora, exquisitos piqueos, dulces y sánduches originales, cuyo plato más sencillo llegue a la mesa servido de manera sorprendente, y que además brinde la opción de poder adquirir un regalo como una torta o cajas de *cupcakes* y galletas, favorece mucho a que este negocio sea visto como una excelente alternativa por los asiduos clientes de restaurantes y atraiga a muchos consumidores potenciales.

Por otro lado, a menudo ocurre tener que ir a reuniones en casa de los amigos, cumpleaños, fiestas navideñas y demás celebraciones de días especiales, y no saber qué obsequiar o no disponer del tiempo o de un gran presupuesto para comprar un regalo. El café propuesto ofrece una solución original y detallista al problema, pues qué mejor que una torta diferente, delicadamente decorada y envuelta en una caja con lazos, para dar una buena impresión al momento de asistir a una reunión en casa de alguien. Y, qué mejor regalo de cumpleaños o de navidad que una caja con *cupcakes* decorados con motivos curiosos o navideños, según la ocasión. Esto reducirá el tiempo de búsqueda de un regalo, la probabilidad de que no le guste a la persona homenajeada, el gasto en el regalo y en la envoltura.

## 1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Uno de los incentivos más importantes para realizar este proyecto es la certeza de que todavía se puede instalar negocios de este tipo en la ciudad y, a su vez, obtener ganancias significativas, pues la diferenciación de este café va a llamar la atención del gran grupo de personas que acostumbra a visitar cafeterías y restaurantes y, que por lo general, siempre está en busca de nuevos estilos, nuevos sabores y nuevos conceptos de servicio.

La importancia de este proyecto se puede traducir en la satisfacción de la necesidad del público de salir y encontrar una cafetería con comida novedosa y exquisita al estilo gourmet y, donde se pueda gozar de la buena compañía en un ambiente de excelente atención y con suave música de fondo, sin tener que pensar en el día o la hora.

El otro propósito fundamental que justifica el montaje de un café con estas características es ofrecer al público una opción original al momento de pensar en un regalo para otras personas, la misma que acortará el tiempo de búsqueda del regalo, el presupuesto y, sobretodo, será algo del agrado de la mayoría, como lo son las tortas, *cupcakes* y las galletas hechas en casa.

Para llevar a cabo la idea de este café, es necesario incluir en el proyecto un adecuado análisis e investigación de mercados, que permita conocer las preferencias de los consumidores y qué productos ofrecerles y, de esta forma, aumentar las probabilidades de tener un negocio exitoso. También es imprescindible la realización de un costeo apropiado para este tipo de empresa y un análisis financiero para determinar su rentabilidad.

## 1.4. MARCO TEÓRICO

En esta sección se detallará qué tipo de comida y servicio se planea ofrecer en el café gourmet del cual se trata este proyecto; también se relatará una breve reseña histórica del café, puesto que este producto junto a su bebida han sido la inspiración para negocios de este tipo. Finalmente, se describirá la estructura del mercado al que pertenecería el café gourmet.

Como se mencionó en los primeros apartados, la idea de este café gourmet es ofrecer a las personas una alternativa diferente al momento de decidir dónde comer, es decir, poner a su disposición un lugar donde se pueda consumir platos finamente servidos, incluyendo dentro del menú: Ensaladas, sánduches, piqueos, postres, bebidas frías y bebidas calientes. Todos estos platos y bebidas serán hechos a base de ingredientes especiales y contarán con la influencia de las distintas cocinas del mundo.

Adicionalmente, uno de los objetivos del café gourmet es satisfacer a aquellos consumidores que buscan cafeterías abiertas en horas pasadas las 10 pm. Por ello, se planea abrirlo de lunes a miércoles, por lo menos hasta la medianoche y, de jueves a domingo hasta unas dos horas más tarde. Otra de las propuestas de este café gourmet es contar con una sección de pastelería, donde el cliente pueda adquirir tortas, dulces, cajas de galletas y cajas de *cupcakes* decorados para varias ocasiones.

Por lo que al café respecta, es posible encontrar muchas leyendas que narran su origen. He aquí la más popular: La leyenda dice que un día un pastor se dio cuenta del extraño comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. El arbusto del que el pastor pensó que sus cabras habían comido las frutas tenía como frutas unas parecidas a las cerezas. Entonces, decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía. El pastor después llevó algunos frutos y ramas de ese arbusto a un monasterio. Allí le contó al Abad la historia de las cabras y de cómo se había sentido después de haber comido las hojas. El Abad decidió cocinar las ramas y las “cerezas”; el resultado fue una bebida muy amarga que él tiró de inmediato al fuego. Cuando las “cerezas” cayeron en las brazas empezaron a hervir y los granos verdes que tenían en su interior produjeron un delicioso aroma que hicieron que el Abad pensara en hacer una bebida basada en el café tostado y, es así como nace la bebida del café.

En cuanto a la dispersión y cultivo de este grano y de su bebida, fue recién en 1600 que el café se difunde por Europa: en Italia lo llamaron "*cafee*", en España "café", en Inglaterra "*coffee*". Una variedad muy aromática la llevan del Puerto Yemenita de Al Mukha, por lo que en Italia denominaron a esta variedad "*caffe mocha*".

Pronto se abrieron en todas partes establecimientos para vender esta nueva bebida; los llamaron "*coffehouses*" en Inglaterra, "*cafés*" en Francia y en España. A mediados del siglo XVII, en las tertulias en México y Perú, llamaron "cafetería" a estos lugares y luego pasó a todo el mundo de habla castellana, donde se difundió esta nueva palabra "cafetería"; es así que, a partir de estos hechos, el café comenzó a difundirse por el mundo adoptando distintas clases y nuevas formas de preparar bebidas a base de este grano; además, surgieron las cafeterías como una innovadora idea de negocio.

Volviendo al tema del proyecto, es importante definir la estructura del mercado del que formará parte la empresa, con el objeto de definir las barreras de entrada y salida, identificar los competidores, y establecer correctamente las estrategias de marketing y precios. El café gourmet propuesto formaría parte del amplio mercado de restaurantes y cafeterías, el cual se caracteriza por ser de competencia monopolística. La competencia monopolística es uno de los tipos de competencia imperfecta de los mercados, donde hay libertad de entrada, existen muchos compradores y muchos vendedores que ofrecen productos similares pero tratan de diferenciar su producto, con la finalidad de ser un monopolio.

## 1.5. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad económica de establecer un café gourmet en Guayaquil.

## 1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer los competidores directos e indirectos para el negocio.
- Identificar las barreras de entrada y salida al mercado.
- Conocer el perfil y las preferencias del consumidor objetivo.
- Establecer una adecuada estrategia de comercialización.
- Determinar la localización óptima, las instalaciones adecuadas y la capacidad del negocio.
- Establecer los requerimientos de personal y las funciones que deben cumplir.
- Calcular la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

# 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

## 2.1. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Identificar los problemas y necesidades de los consumidores objetivos, implementando el proceso adecuado de recolección y análisis de datos.

## 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Entre los objetivos específicos que se espera conseguir con esta investigación de mercado, se pueden detallar los siguientes:

- Establecer el segmento de mercado y el grado de aceptación que tendría el café gourmet.

- Conocer qué tipo de alimentos ingieren los consumidores objetivos cuando salen a comer a un establecimiento, con el fin de elaborar una carta acorde a sus gustos.

- Determinar la ubicación que prefiere el consumidor para el café gourmet.

- Saber cuáles son las características que los consumidores valoran más en un establecimiento de comida y en su servicio, para aplicarlas en el café gourmet y satisfacer a los clientes.

- Obtener un rango del gasto (disponibilidad a pagar) que hacen los consumidores cuando salen a comer, para tener una referencia sobre su disponibilidad a pagar por los platos del café gourmet.

- Conocer qué días de la semana los consumidores acuden con mayor frecuencia a un establecimiento de comida (frecuencia de consumo), con la finalidad de tener un horario que ponga al café gourmet a disposición de los clientes en los momentos adecuados y, sobretodo, en los momentos que ellos más lo necesiten.

## 2.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO "N"

Se tiene previsto instalar el café gourmet en la ciudad de Guayaquil y, por el tipo de comida que se servirá en él, será orientado a la clase media – alta.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población de Guayaquil para el 2008 es de 2,252,727 habitantes, de la cual el 20% concentra la clase con mayores ingresos. Esto significa que para este año la población objetivo del café gourmet es $N$ = 450,546 habitantes, aproximadamente.

A partir de estos datos, se realizarán proyecciones de la población utilizando una tasa de crecimiento del 2%, que es un promedio de las tasas que utiliza el INEC para realizar sus proyecciones anuales.

## 2.4. TIPO DE MUESTREO

La selección de la muestra se realizará por muestreo probabilístico, porque los resultados que se desean obtener con esta investigación son para un análisis descriptivo que proporcione estadísticas útiles para estimar la posible aceptación del negocio. En cuanto al método elegido para la obtención de la muestra, se ha optado por el muestreo aleatorio simple. Los resultados esperados con este método, ofrecen un punto de vista general acerca de las preferencias del consumidor objetivo.

## 2.5. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA "n"

Para determinar el tamaño de la muestra que se utilizará en la investigación de mercado de este proyecto, se trabajará con un nivel de confianza del 95% y un nivel de significancia del 5%, lo que implica un estadístico de prueba, basado en la distribución normal estándar, de *z*=1.96. El error de diseño establecido es del 5%. A la vez, se asumirá una probabilidad de éxito para el negocio del 50% (y una probabilidad de fracaso del 50%), puesto que proporciona la máxima varianza que permite encontrar un tamaño muestral óptimo, tal que se cometa a lo mucho el error estipulado.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \left[\frac{\theta(1-\theta)}{\varepsilon^2}\right] Z^2_{\alpha/2}$$

Donde:

$\theta$: Probabilidad de éxito del negocio.

$(1-\theta)$: Probabilidad de fracaso del negocio.

$\varepsilon$ : Error de diseño.

$Z_{\alpha/2}$ : Estadístico de prueba

$\alpha$ : Nivel de significancia.

Reemplazando los valores indicados en el inicio, se obtiene un tamaño muestral de *n*=385:

$$n = \left[\frac{0.5 * 0.5}{(0.05)^2}\right](1.96)^2$$

$$n = 385 \text{ personas}$$

Aunque el tamaño muestral obtenido haya sido menor, se procederá a encuestar 400 personas, lo cual favorece al estudio porque se está investigando más de lo estrictamente necesario.

## 2.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA

La encuesta consta de 15 preguntas y será realizada a personas de entre 18 y 50 años.

**ENCUESTA**

Marque con una “X” sus respuestas.

1. Género:
   - Masculino ☐
   - Femenino ☐
2. Edad:
   - 18-25 años ☐
   - 26-30 años ☐
   - 31-35 años ☐
   - 36-40 años ☐
   - 41-50 años ☐
3. Estado Civil
   - Soltero ☐
   - Casado ☐
   - Divorciado ☐
   - Viudo ☐
4. Lugar de residencia:
   - Vía Samborondón ☐
   - Norte de la ciudad ☐
   - Centro de la ciudad ☐
   - Sur de la ciudad ☐
5. ¿Sale usted a comer por las tardes/noches?
   - Sí ☐
   - No ☐

   *Si contestó “Sí”, continúe la encuesta, caso contrario, termine aquí.*

6. Indique con qué frecuencia sale a comer por las tardes/noches:
   - 1 vez por semana ☐

2 veces por semana ☐
3 veces por semana ☐
4 o más veces por semana ☐

7. ¿En qué días de la semana suele salir a comer por las tardes/noches?

Fines de semana ☐
Lunes ☐
Martes a miércoles ☐
Jueves ☐

8. En general, cuando sale a comer a un establecimiento, lo hace:

Solo ☐
Entre amigos ☐
Con compañeros de trabajo ☐
En familia ☐
En pareja ☐

9. Indique el tipo de alimento que consume cuando sale a comer por las tardes/noches:

Platos fuertes ☐
Frutas ☐
Bocadillos (sánduches, piqueos, etc.) ☐
Postres ☐
Ensaladas ☐
Otros ☐

10. ¿Cuál considera usted es la variable más importante al momento de decidir dónde comer, fuera de casa?

Variedad de platos ☐
Lugar acogedor ☐
Precios ☐
Servicio al cliente ☐
Ubicación ☐
Lugar de moda ☐

11. De las siguientes opciones, ¿qué tipo de comida prefiere? Puede marcar algunas opciones.

| | |
|---|---|
| Española | ☐ |
| China | ☐ |
| Árabe | ☐ |
| Criolla | ☐ |
| Italiana | ☐ |
| Thailandesa | ☐ |

12. En general, cuánto gasta (en dólares) cada vez que sale a comer en las tardes/noches:

| | |
|---|---|
| $5 - $15 | ☐ |
| $16 - $25 | ☐ |
| $26 - $30 | ☐ |
| Más de $30 | ☐ |

13. ¿Estaría dispuesto a escuchar una nueva alternativa de café gourmet para salir a comer por las tardes/noches, donde pueda ingerir dulces, sánduches, piqueos, bebidas frías y calientes?

| | |
|---|---|
| Sí | ☐ |
| No | ☐ |

*Si contestó "Sí", continúe la encuesta, caso contrario, termine aquí.*

14. ¿Le gustaría que las instalaciones del café gourmet cuenten con una sección de pastelería?

| | |
|---|---|
| Sí | ☐ |
| No | ☐ |

15. ¿En qué lugar preferiría usted que esté ubicado el café gourmet?

| | |
|---|---|
| Vía Samborondón | ☐ |
| Norte de la ciudad | ☐ |
| Centro de la ciudad | ☐ |
| Sur de la ciudad | ☐ |

## 2.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

**1. Género:**

Masculino ☐

Femenino ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Masculino | 243 | 60.75 |
| Femenino | 157 | 39.25 |
| *TOTAL* | *400* | *100.00* |

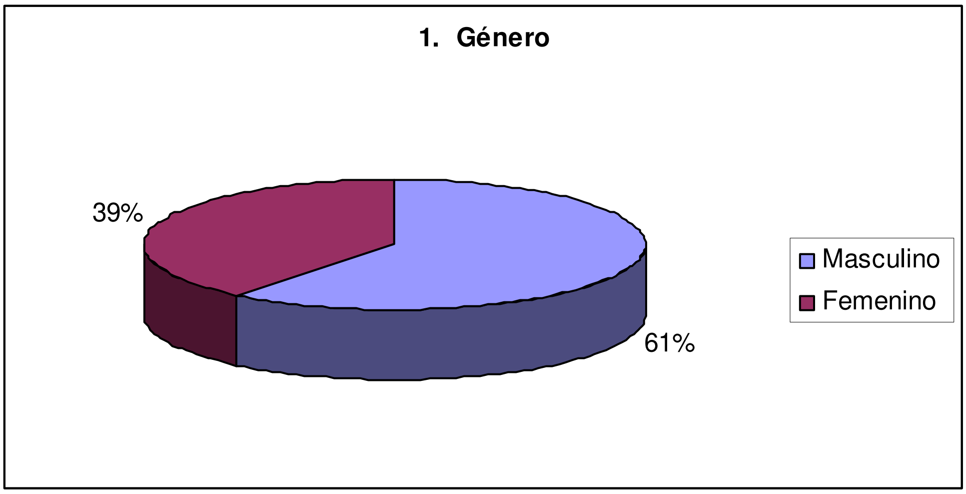



**FIGURA 1. Género de los encuestados**

Como se observa, el 60.75% de los encuestados fueron hombres, mientras que el 39.25% restante fueron mujeres. Esto se debe a que la mayor parte de la población de Guayaquil, según datos del INEC, corresponden a personas del género masculino, siendo así más probable encuestar a una de ellas.

2. **Edad:**

18-25 años ☐

26-30 años ☐

31-35 años ☐

36-40 años ☐

41-50 años ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| 18-25 años | 60 | 15.00 |
| 26-30 años | 118 | 29.50 |
| 31-35 años | 101 | 25.25 |
| 36-40 años | 76 | 19.00 |
| 41-50 años | 45 | 11.25 |
| *TOTAL* | *400* | *100.00* |

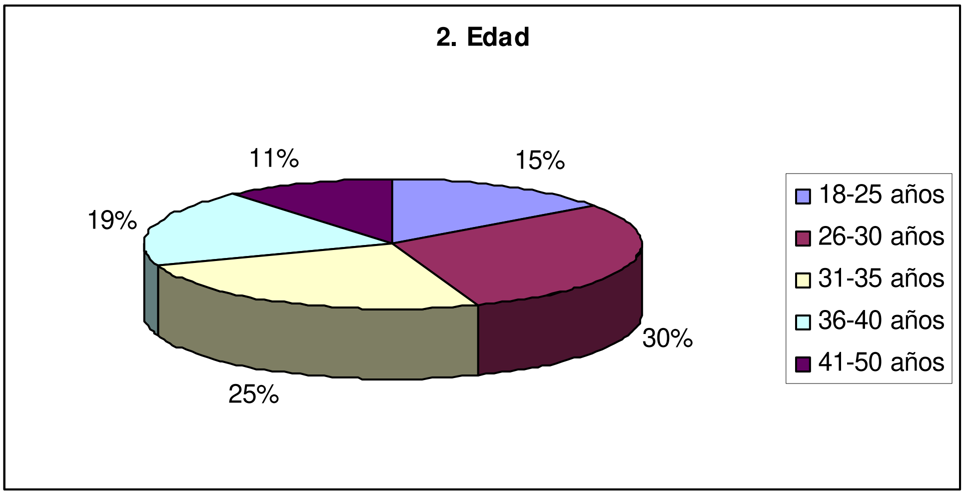



**FIGURA 2. Edad de los encuestados**

El 11.25% de los encuestados tenía entre 41 y 50 años, mientras que el 15% tenía entre 18 y 25 años.

Los mayores porcentajes los concentraron las personas con edades entre 26 y 40 años, correspondiendo el 19% a personas entre 36 y 40 años, el 25.25% a personas entre 31 y 35 años y, finalmente, el 29.50% a personas entre 26 y 30 años. Esto favorece al proyecto del café gourmet, debido a que está dirigido a personas con mayor disponibilidad a pagar, las mismas que, además de tener altos niveles de ingresos, por lo general son personas situadas entre estas edades.

### 3. Estado Civil

Soltero ☐

Casado ☐

Divorciado ☐

Viudo ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Soltero | 165 | 41.25 |
| Casado | 219 | 54.75 |
| Divorciado | 13 | 3.25 |
| Viudo | 3 | 0.75 |
| *TOTAL* | *400* | *100.00* |

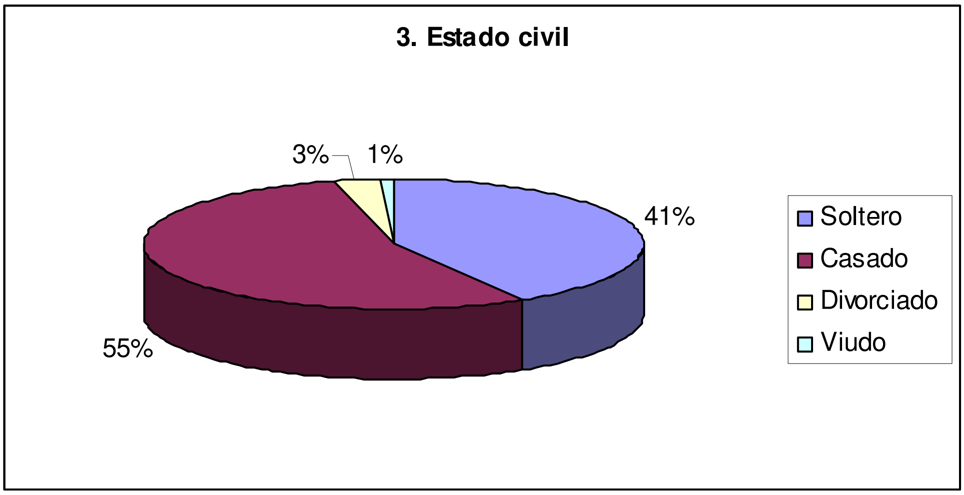



**FIGURA 3. Estado civil de los encuestados**

El 54.75% de los encuestados eran personas casadas, el 41.25% eran solteros, mientras que una pequeña porción correspondía a personas divorciadas o viudas, teniendo el 0.75% la categoría de “viudo” y el 3.25% la categoría de “divorciado”. Estos datos nos proporcionan información del perfil de los consumidores, importantes para determinar el tipo de ambiente que tendrá el café gourmet.

4. **Lugar de residencia:**

Vía Samborondón ☐
Norte de la ciudad ☐
Centro de la ciudad ☐
Sur de la ciudad ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Vía Samborondón | 42 | 10.50 |
| Norte | 141 | 35.25 |
| Centro | 119 | 29.75 |
| Sur | 98 | 24.50 |
| *TOTAL* | *400* | *100.00* |

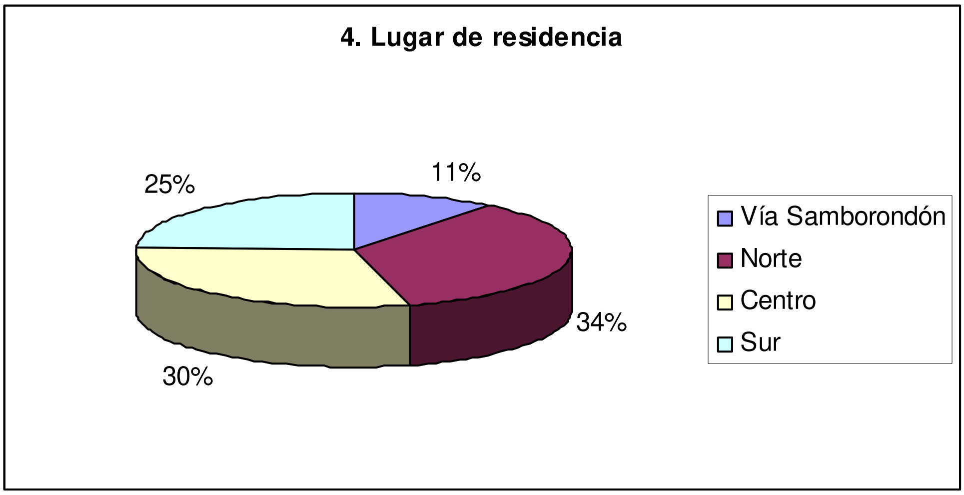



**FIGURA 4. Lugar de residencia de los encuestados**

La mayor parte de los encuestados, el 35.25% exactamente, tienen su residencia en el norte de la ciudad, mientras que el 29.75% la tienen en el centro de la ciudad, el 24.50% en el sur y, tan sólo el 10.50% vive en la vía Samborondón.

5. **¿Sale usted a comer por las tardes/noches?**

Sí ☐

No ☐

*Si contestó "Sí", continúe la encuesta, caso contrario, termine aquí.*

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Sí | 307 | 76.75 |
| No | 93 | 23.25 |
| *TOTAL* | *400* | *100.00* |

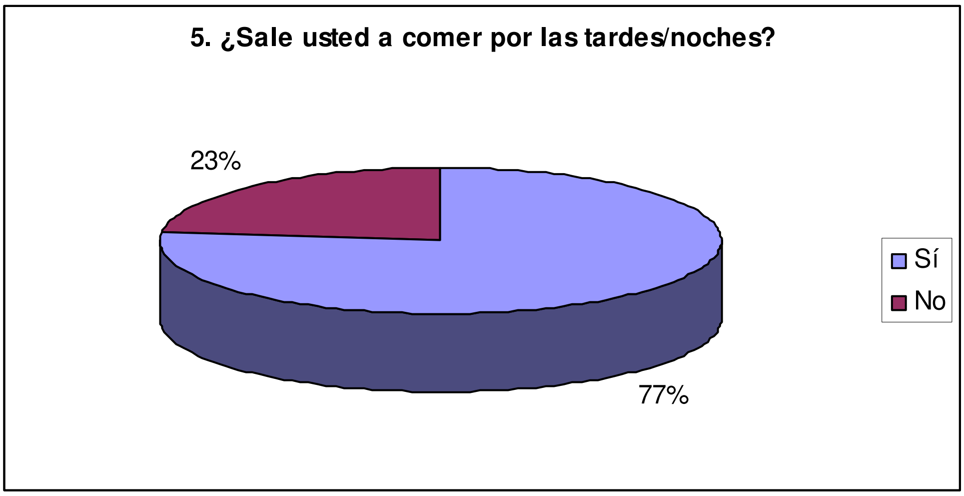



**FIGURA 5. Frecuencia de personas que salen a comer por las tardes / noches**

De las personas encuestadas, el 77% sale a comer por las tardes y/o noches, mientras que el 23% no lo hace. Esto favorece al proyecto del café gourmet, puesto que significa que más de la mitad de los habitantes de la ciudad de Guayaquil come fuera de casa en las tardes y/o noches, lo que genera buenas expectativas sobre la demanda que enfrentará.

6. **Indique con qué frecuencia sale a comer por las tardes/noches:**

| | |
|---|---|
| 1 vez por semana | ☐ |
| 2 veces por semana | ☐ |
| 3 veces por semana | ☐ |
| 4 o más veces por semana | ☐ |

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| 1 vez por sem. | 41 | 13.36 |
| 2 veces por sem. | 56 | 18.24 |
| 3 veces por sem. | 115 | 37.46 |
| 4 o más veces por sem. | 95 | 30.94 |
| *TOTAL* | *307* | *100.00* |

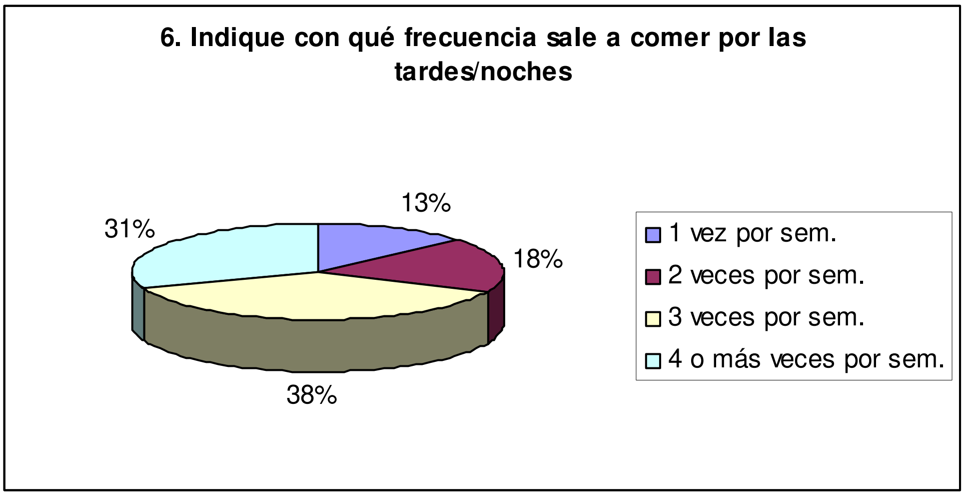



**FIGURA 6. Frecuencia de las salidas a comer por las tardes/noches**

El 13.36% de los encuestados respondieron que, por lo general, salen a comer en las tardes y/o noches 1 vez por semana, mientras que el 18.24% tiende a comer fuera de casa 2 veces por semana.

El 37.46% lo hace 3 veces por semana, mientras que el 30.94% restante lo hace con mayor frecuencia, 4 o más veces por semana. Estos datos también proporcionan información beneficiosa para el proyecto del café gourmet, puesto que indica que los residentes de Guayaquil salen a comer con mucha frecuencia.

**7. ¿En qué días de la semana suele salir a comer por las tardes/noches?**

Fines de semana ☐
Lunes ☐
Martes a miércoles ☐
Jueves ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Fines de semana | 213 | 49.77 |
| Lunes | 42 | 9.81 |
| Martes a miércoles | 77 | 17.99 |
| Jueves | 96 | 22.43 |
| *TOTAL* | *428* | *100.00* |

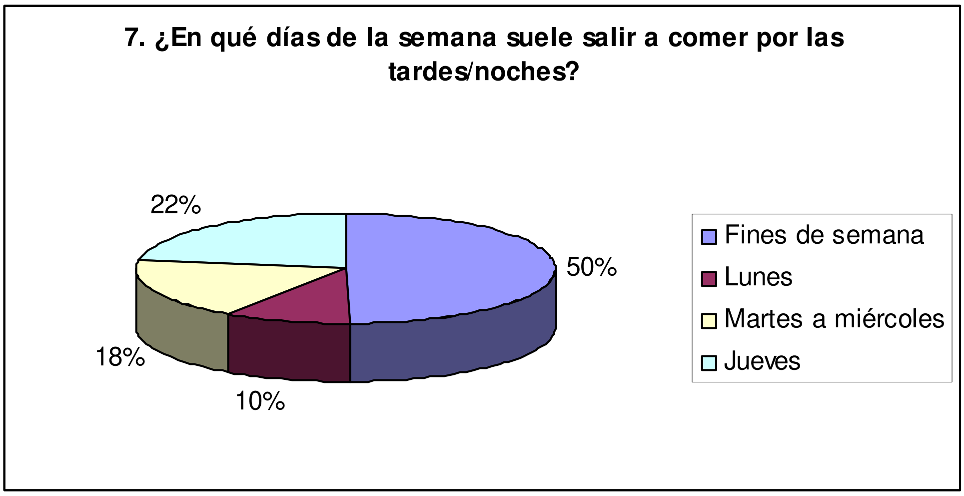



**FIGURA 7. Días en que los encuestados suelen salir a comer por las tardes/noches**

El 49.77% de los encuestados sale a comer los fines de semana, el 22.43% de ellos lo hace con mayor frecuencia los jueves, mientras que el 17.99% lo hace de martes a miércoles y, tan sólo el 9.81% sale los lunes.

Esta información puede proyectar para el café gourmet una fuerte demanda los fines de semana (viernes, sábados y domingos).

**8. En general, cuando sale a comer a un establecimiento, lo hace:**

Solo ☐
Entre amigos ☐
Con compañeros de trabajo ☐
En familia ☐
En pareja ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Solo | 25 | 5.64 |
| Entre amigos | 127 | 28.67 |
| Con compañeros de trabajo | 64 | 14.45 |
| En familia | 144 | 32.51 |
| En pareja | 83 | 18.74 |
| *TOTAL* | *443* | *100.00* |

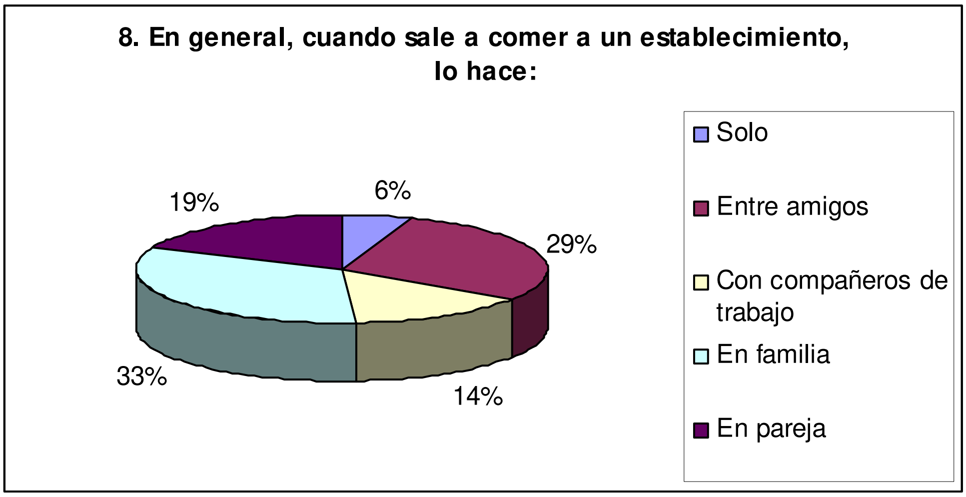



**FIGURA 8. Personas con las que los encuestados salen a comer**

Como se observa, el 5.64% sale a comer solo, el 14.45% lo hace con compañeros de trabajo, el 18.74% sale con su pareja, el 28.67% lo hace con los amigos, mientras que el

32.51% lo hace con la familia. Esta información será de mucha ayuda al momento de determinar el número y tamaño de las mesas del café gourmet. Como se observa, la mayoría sale con la familia, con los amigos y una menor porción con su pareja.

**9. Indique el tipo de alimento que consume cuando sale a comer por las tardes/noches:**

- Platos fuertes ☐
- Frutas ☐
- Bocadillos (sánduches, piqueos, etc.) ☐
- Postres ☐
- Ensaladas ☐
- Otros ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Platos fuertes | 98 | 21.08 |
| Frutas | 22 | 4.73 |
| Bocaditos (sánduches, etc.) | 140 | 30.11 |
| Postres | 100 | 21.51 |
| Ensaladas | 86 | 18.49 |
| Otros | 19 | 4.09 |
| *TOTAL* | *465* | *100.00* |

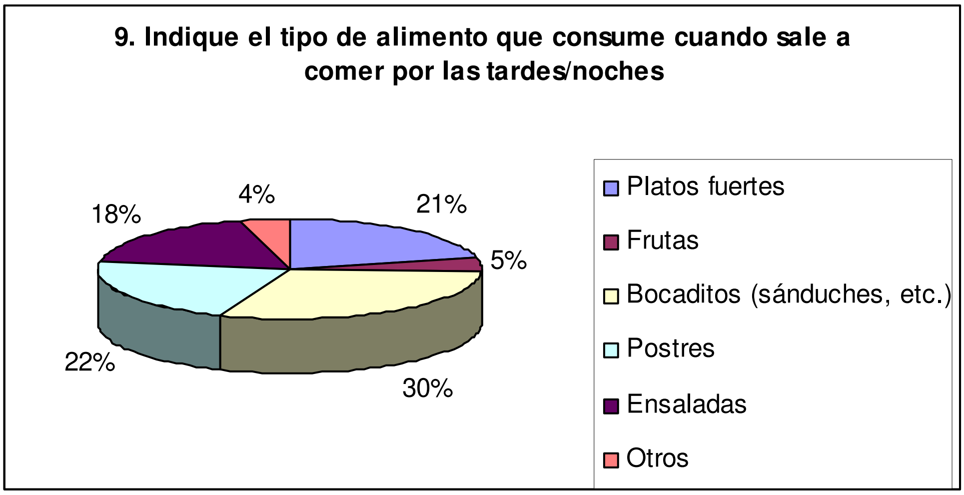



**FIGURA 9. Tipos de alimentos que las personas consumen cuando salen a comer**

El 30.11% de los encuestados respondieron que cuando salen a comer por las tardes y/o noches, por lo general, consumen bocaditos como sánduches, piqueos, etc. El 21.51% consume postres, el 21.08% prefiere los platos fuertes, mientras que el 19.48% se inclina por las ensaladas, tan sólo el 4.73% consume frutas y el 4.09% opta por otro tipo de comida.

Nuevamente, esta información favorece al tipo de negocio que estudia este proyecto, pues uno de los objetivos del café gourmet es precisamente satisfacer a aquellos consumidores que, cuando salen a comer por las tardes y/o noches, prefieren consumir tan sólo un sánduche con una bebida, un postre o algún piqueo y, como se observa en los resultados de la investigación, la mayoría de los encuestados escoge este tipo de comida.

**10. ¿Cuál considera usted es la variable más importante al momento de decidir dónde comer, fuera de casa?**

- Variedad de platos ☐
- Lugar acogedor ☐
- Precios ☐
- Servicio al cliente ☐
- Ubicación ☐
- Lugar de moda ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Variedad de platos | 68 | 14.02 |
| Lugar acogedor | 61 | 12.58 |
| Precios | 98 | 20.21 |
| Servicio al cliente | 161 | 33.20 |
| Ubicación | 74 | 15.26 |
| Lugar de moda | 23 | 4.74 |
| *TOTAL* | *485* | *100.00* |

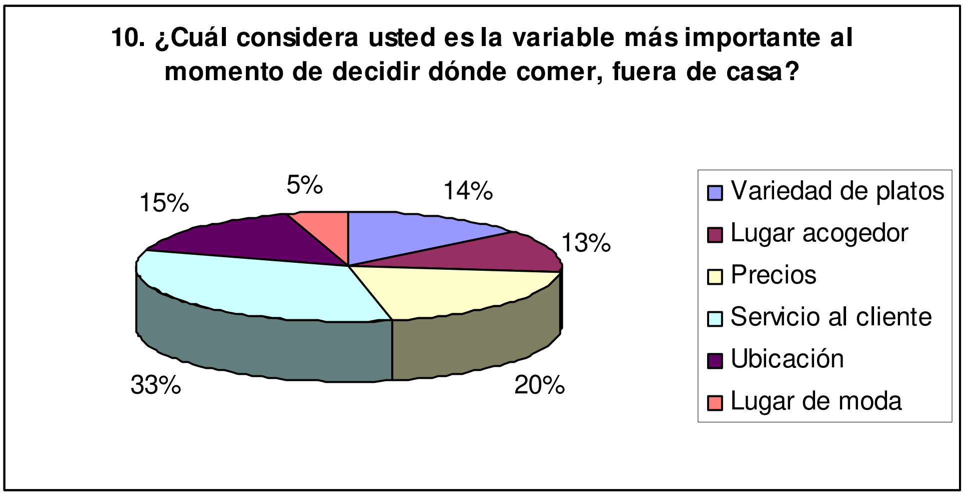



**FIGURA 10. Variables más importantes para decidir dónde comer**

El 33.20% de los encuestados piensa en el servicio al cliente cuando tiene que decidir dónde comer fuera de casa. El 20.21% se fija sobretodo en los precios del lugar, el 15.26% decide según la ubicación donde se encuentre el establecimiento, el 12.58% busca principalmente un lugar acogedor, el 14.02% se interesa más en la variedad de platos que ofrezca el lugar donde comerá, mientras que tan sólo el 4.74% hace su elección según el establecimiento que esté de moda.

Como se observa, la mayoría se fija en el servicio al cliente que preste el sitio donde va a comer. Esto le puede dar una gran ventaja al café gourmet y hasta un buen posicionamiento en la mente de los consumidores, puesto que una de sus principales características diferenciadoras es justamente la excelencia en la atención que se ofrezca.

**11. De las siguientes opciones, ¿qué tipo de comida prefiere? Puede marcar algunas opciones.**

- Española ☐
- China ☐
- Árabe ☐
- Criolla ☐
- Italiana ☐
- Thailandesa ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Española | 44 | 9.54 |
| China | 116 | 25.16 |
| Árabe | 41 | 8.89 |
| Criolla | 96 | 20.82 |
| Italiana | 110 | 23.86 |
| Thailandesa | 54 | 11.71 |
| *TOTAL* | *461* | *100.00* |

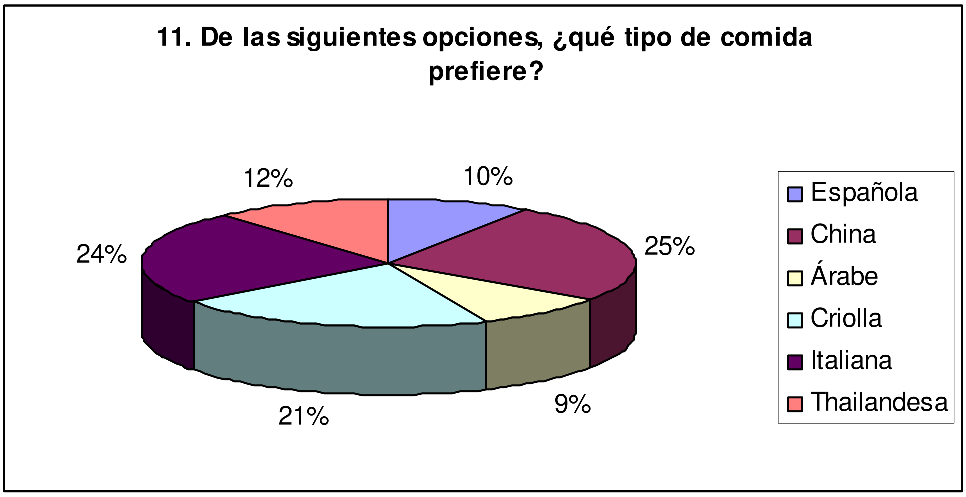



**FIGURA 11. Tipos de comida preferidos**

Según la investigación, el 25.16% de las personas prefiere la comida china, el 23.86% la comida italiana, el 20.82% la comida criolla, el 11.71% la comida tailandesa, el 9.54% la comida española y el 8.89% opta por la comida de origen árabe.

Esta información es relevante no sólo porque muestra en cierta parte la cultura culinaria de las personas, sino que también revela las tendencias de sus gustos, las mismas que servirán para elaborar una buena carta gourmet con la influencia de las cocinas más reconocidas del mundo y que sea del agrado de los clientes.

De los resultados obtenidos, se puede observar que las personas sí tienen conocimiento y sí hay preferencia por comidas muy diferentes a la típica, dándole así una ventaja al estilo gourmet del café propuesto.

12. **En general, cuánto gasta (en dólares) cada vez que sale a comer en las tardes/noches:**

$5 - $15 ☐

$16 - $25 ☐

$26 - $30 ☐

Más de $30 ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| $5-$15 | 54 | 17.59 |
| $16-$25 | 62 | 20.20 |
| $26-$30 | 108 | 35.18 |
| Más de $30 | 83 | 27.04 |
| *TOTAL* | *307* | *100.00* |

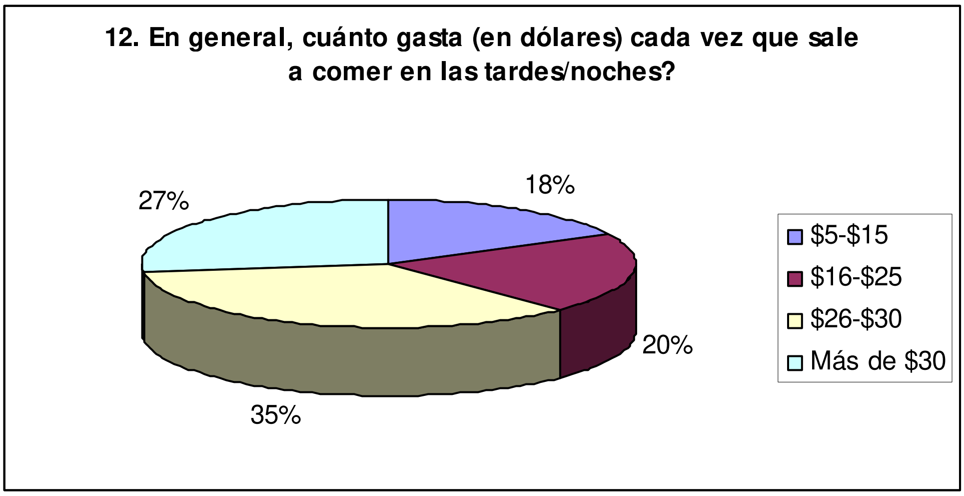



**FIGURA 12. Gasto en salidas a comer en las tardes / noches**

De los datos recolectados, se obtuvo que el 35.18% de las personas encuestadas gasta entre $26 y $30 cada vez que salen a comer en las tardes y/o noches, el 27.04% gasta más de $30, el 20.20% gasta entre $16 y $25 y, el 17.59% gasta entre $5 y $10.

Estos resultados también benefician al proyecto del café gourmet, dirigido a la clase media-alta, puesto que muestran que existe un elevado y significativo gasto por parte de las personas al momento de salir a comer. La mayoría de la gente gasta entre $26 y $30.

**13. ¿Estaría dispuesto a escuchar una nueva alternativa de café gourmet para salir a comer por las tardes/noches, donde pueda ingerir dulces, sánduches, piqueos, bebidas frías y calientes?**

Sí ☐

No ☐

*Si contestó "Sí", continúe la encuesta, caso contrario, termine aquí.*

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Sí | 289 | 94.14 |
| No | 18 | 5.86 |
| *TOTAL* | *307* | *100.00* |

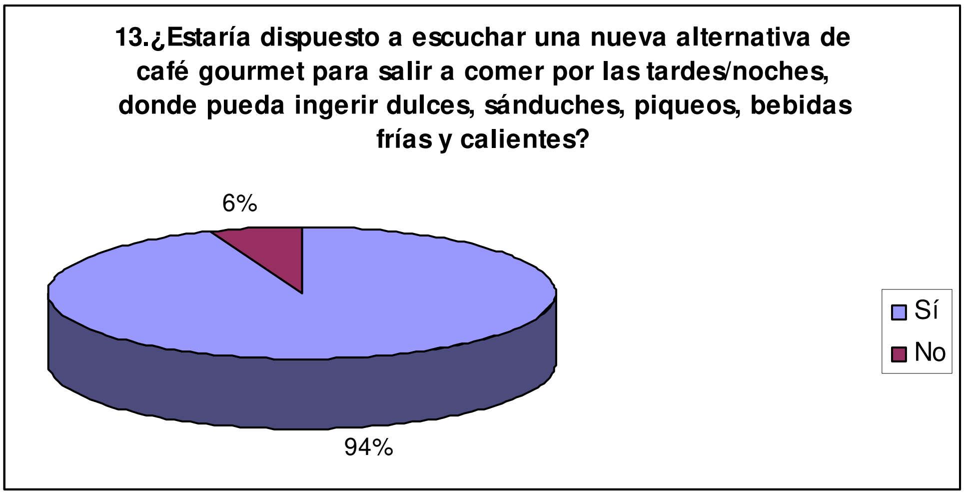



**FIGURA 13. Disposición a escuchar una nueva alternativa de café gourmet**

El 94.14% de las personas encuestadas están dispuestas a escuchar una nueva alternativa de café gourmet, mientras que tan solo el 5.86% no lo está. Esto ya es un buen comienzo para el proyecto.

**14. ¿Le gustaría que las instalaciones del café gourmet cuenten con una sección de pastelería?**

Sí ☐

No ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Sí | 286 | 98.96 |
| No | 3 | 1.04 |
| *TOTAL* | *289* | *100.00* |

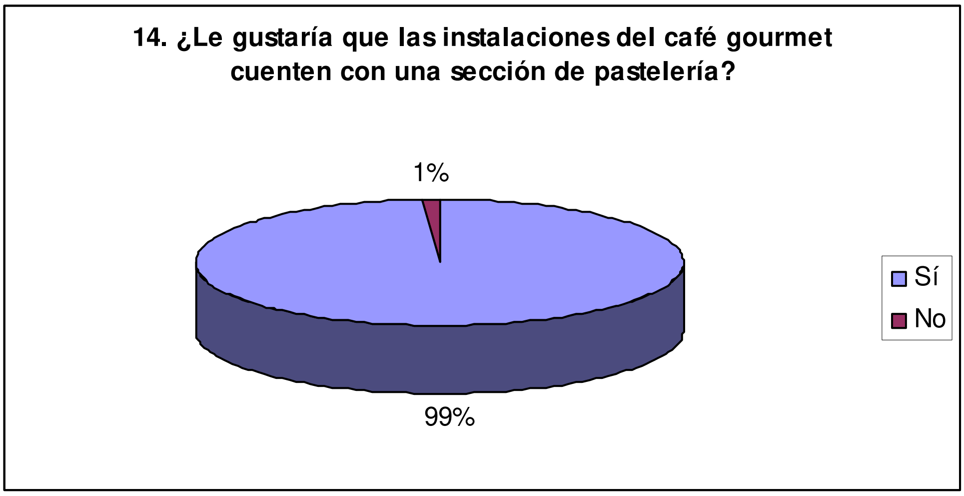



**FIGURA 14. Aceptación por parte de los consumidores de una sección de pastelería dentro del café gourmet**

Los resultados de esta pregunta indican que el 98.96% de las personas estarían a gusto si las instalaciones del café gourmet contaran con una sección de pastelería, mientras que tan solo el 1.04% muestran su descontento. El hecho de que casi todas las personas encuestadas hayan aprobado esta sección, le brinda expectativas de éxito a la venta de tortas, cajas de galletas y cupcakes, que tiene previsto incluir el café gourmet.

**15. ¿En qué lugar preferiría usted que esté ubicado el café gourmet?**

Vía Samborondón ☐

Norte de la ciudad ☐

Centro de la ciudad ☐

Sur de la ciudad ☐

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| Vía Samborondón | 40 | 13.84 |
| Norte | 124 | 42.91 |
| Centro | 68 | 23.53 |
| Sur | 57 | 19.72 |
| *TOTAL* | 289 | 100.00 |

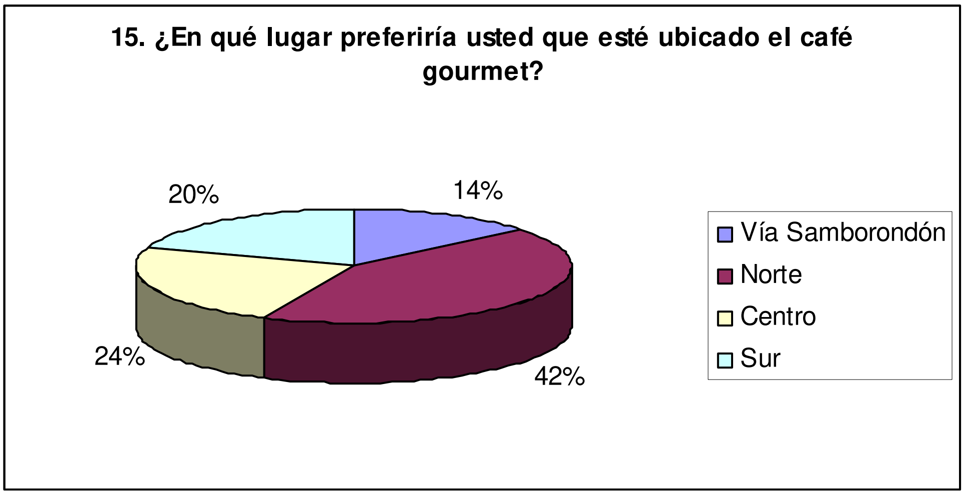



**FIGURA 15. Lugar que las personas prefieren para ubicar al café gourmet**

El 42.91% de la muestra encuestada respondió que preferirían al café gourmet en el norte de la ciudad, el

23.53% en el centro de la ciudad, el 19.72% en el sur y, un 13.84% en la vía Samborondón.

Esto ratifica la visión del proyecto de situar al café gourmet en la zona norte de Guayaquil; no obstante, de todas formas será necesario el estudio para determinar la localización óptima.

## 2.8. CONCLUSIONES GENERALES

Luego de haber recolectado, tabulado y analizado detenidamente los datos, se puede resaltar que la investigación de mercados logró satisfacer los objetivos planteados y permitió obtener suficiente información relevante de las preferencias y perfiles del consumidor meta.

A continuación se mencionarán los resultados obtenidos con la investigación, los mismos que favorecen mucho al café gourmet y llevan a concluir que es una buena idea de negocio:

- El consumidor tiene conocimiento y gusta de las comidas de otros países.

- El gasto en las salidas a comer es elevado.

- El consumidor sale frecuentemente (3 o más veces por semana) a comer por las tardes y/o noches, por lo general los fines de semana (viernes, sábados y domingos), mayormente entre amigos y en familia, teniendo preferencia por los bocaditos como sánduches y piqueos, más que por los platos fuertes, que justamente no estaban previstos dentro de la carta del café.

- Hay gran disposición por parte de las personas a escuchar una nueva propuesta.

- La variable en la que más se fijan las personas al momento de decidir dónde comer es el servicio al cliente, lo que ratifica lo explicado en el apartado introductorio de este proyecto, sobre la existencia de un mercado insatisfecho de establecimientos de comida y la carencia de lugares con buen servicio. Esto último también le dará un lugar importante al café gourmet en la mente de los consumidores, puesto que una de las cosas que más se cuidará es la excelencia en el servicio y en los productos ofrecidos.

- Las personas aprobaron la sección de pastelería, la misma que ayudará al café a darse a conocer, a llegar a más consumidores y a explotar las economías a escala y demás beneficios de los negocios de comida.

- Finalmente, las personas prefieren encontrar al café gourmet en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo

2

# ESTUDIO TÉCNICO

# Tabla de contenido

# CAPÍTULO II.- ESTUDIO TÉCNICO

## 1. ELABORACIÓN DE LA CARTA DEL CAFÉ GOURMET

La carta del café gourmet podrá ser cambiada cada 3 meses. A continuación se presenta el menú introductorio, el mismo que ha sido elaborado considerando las preferencias de los consumidores, descubiertas con la investigación de mercado. Es así, como se muestran platos que tienen influencia de la cocina asiática, criolla e italiana, que fueron las más elegidas por los consumidores.

## MENÚ

## ENTRADAS

1. TAMAL DE CERDO.

Tamal servido con lomo de cerdo braseado con julianas de vegetales.

2. ROLLITOS PRIMAVERA.

4 Rollitos de papel de arroz chino, rellenos con pollo y brunoise de vegetales. Acompañados con Salsa Primavera.

3. PIQUEO ÁRABE-GRIEGO.

Empanaditas árabes de queso y jamón, acelga, pollo, y carne. Acompañadas con queso feta y aceitunas negras y verdes.

4. SATAY TAILANDÉS

Brochetas de pollo marinado, servido con salsa de maní.

## ENSALADAS

1. ENSALADA FUSIÓN.

Ensalada de slaw americano y vinagreta de mango, servida con caramelo de tocino, en canastilla de papel de arroz chino.

2. ENSALADA ROYALE

Ensalada de pavo, roast beef, queso gruyère, lechuga, tomates cherry, huevos de codorniz, brunoise de pepino y de tocino ahumado. Aderezada con vinagreta de albahaca y anchoas.

3. ENSALADA DE MANZANAS Y FRUTOS DEL MENDIGO.
Ensalada de manzanas, lechuga morada, brunoise de tocino ahumado, nueces acarameladas, queso gorgonzola y aderezo de mostaza y miel.

4. ENSALADA CAPRESE.
Ensalada de tomates y queso mozzarella en rebanadas, servida con aceite de oliva y albahaca.

5. ENSALADA DE LANGOSTINOS.
Ensalada de langostinos, lechuga, champiñones salteados y aderezo picante de limón.

## SÁNDUCHES Y BAGELS

1. CLUB SANDWICH.
Pechuga de pavo, tocino, queso cheddar, lechuga, tomate y salsa Mil Islas, en pan de molde tostado. Acompañado con PAPAS FRITAS.

2. SÁNDUCHE ESPAÑOL.
Jamón serrano, queso manchego, lechuga, tomates deshidratados, aderezo de aceite de oliva y albahaca, en pan francés. Acompañado con PATATAS BRAVAS.

3. SÁNDUCHE EUROPEO.
Roast beef, jamón ahumado, queso provolone, tomate, lechuga y mostaza Dijon, en pan francés. Acompañado con PAPAS FRITAS.

4. SÁNDUCHE SUPREMO DE POLLO.

Suprema de pollo a la plancha, queso cheddar, salami y hojas de lechuga, en pan francés con mantequilla de ajo y orégano. Acompañado con PAPAS FRITAS.

5. BAGEL DE SALMÓN.

Salmón ahumado y queso crema en un bagel tostado.

6. BAGEL 4 QUESOS.

Queso crema con brunoise de tocino, queso cheddar, queso mozzarella y queso gruyère en un bagel tostado.

**PIZZAS**

1. PIZZA MARGARITA

Pizza de masa delgada, queso mozzarella, tomates y albahaca.

2. PIZZA ROMANA

Pizza de masa delgada, queso mozzarella, salami, pepperoni y pimiento verde.

**POSTRES**

1. MOELLEUX AU CHOCOLAT.

Volcán de chocolate tibio servido con helado de la casa y coulis de moras.

2. TORTA DE MANZANA Y NUECES.

Porción de torta de manzana y nueces, servida con decoración de caramelo.

3. HELADO FRITO SOBRE TULIPA.

Helado de la casa empanizado con nueces y frito, servido sobre una tulipa y acompañado con compota de manzanas.

4. BACHERÍN DE FRESAS.

Sorbete de fresas servido en un vol-au-vent de merengue francés, acompañado con crema chantilly, frutas de la estación y decoración de caramelo.

5. GALLETA CHOCOCHIP.

Una galleta de chocolate con chispas de chocolate servida con ganache.

6. HELADOS DE LA CASA.

Menta, cardamomo, canela y amaretto, higos, tomillo, chocolate, vainilla, frutilla.

## BEBIDAS FRÍAS

1. Limonada francesa.

2. Jugos de fruta: naranja, durazno, mora y frutilla.

3. Milkshakes: chocolate, vainilla y frutilla. Todos hechos con helados de la casa.

5. Gaseosas.

6. Agua.

## BEBIDAS CALIENTES

1. Café expresso.

2. Café americano.

3. Café irlandés.

4. Café al caramelo.

5. Café con cardamomo y ron.

6. Cappuchino.

7. Mokaccino.

Como se definió en el capítulo 1 de este proyecto, el café gourmet contará con una sección de pastelería gourmet, cuyos pasteles serán exhibidos en una vitrina a la entrada del establecimiento y entregados al cliente en cajas novedosas. A continuación se muestra la lista de los postres que se ofrecerán en esta sección.

**PASTELERÍA GOURMET**

TORTA DE MANZANA, CANELA Y NUEZ.

TORTA SELVA NEGRA.

CAKE DE CHOCOLATE Y BANANO.

PLUM CAKE DE HIGOS.

MOUSSE DE CHOCOLATE.

MOUSSE DE MARACUYÁ.

TARTA CROCANTE DE CHOCOLATE CON ALMENDRAS

CHEESECAKE DE MANJAR AL AMARETTO.

CHEESECAKE DE CHOCOLATE Y CAFÉ

CUPCAKES.

MUFFINS.

CAJAS DE GALLETAS.

CAJAS DE ALFAJORES DE NARANJA Y ALFAJORES DE CHOCOLATE

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS PLATOS

A continuación se presentarán las recetas de los platos que se servirán en el café gourmet.

### TAMALES DE CERDO

**NÚMERO DE PORCIONES:** 10 PAX

**INGREDIENTES:**

**MASA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 2 | tazas | sémola de maíz (o harina para arepas) |
| 250 | gramos | mote cocido y molido |
| 3/4 | litro | fondo de pollo |
| 8 | unidades | huevos |
| 1/2 | litro | crema de leche |
| 1/2 | libra | queso fresco |
| 1/2 | libra | mantequilla |
| 1 | cdita. | polvo de hornear |
| 2 | cditas. | sal |
| 2 | ramas | cebolla blanca |
| 10 | unid. | hojas de plátano |

**RELLENO**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 2 | libras | carne o lomo de cerdo |
| 1 | unidad | cebolla paiteña |
| 2 | unidades | pimientos (uno rojo y uno amarillo) |
| 2 | unidades | chiles frescos (o ají peruano) |
| 3 | dientes | ajo |
| 1 | taza | puré de tomates (tomates enlatados) |
| 1 | cda. | páprika ahumada |

| | | |
|---|---|---|
| 1 | cda. | pimentón dulce |
| 1 | cdita. | pimienta de cayena (picante) |
| 1/2 | cdita. | comino |
| 1/2 | litro | fondo de pollo |
| | | sal y pimienta al gusto |

**PROCEDIMIENTO:**

**RELLENO**

1. Limpiar los lomos de cerdo y quitarles el tejido blanco.
2. Poner los lomos en un bowl y agregarles pimienta, sal, comino, páprika, pimienta de cayena o picante.
3. Agregar un poco de aceite vegetal.
4. Ponerles más de todos los condimentos. Adobar bien los lomos.
5. Calentar la sartén y sellar los lomos de ambos lados.
6. Una vez bien sellados, retirarlos de la sartén y colocarlos en una bandeja. No apagar todavía.
7. En la misma sartén donde se sellaron los lomos, poner los pimientos, la cebolla colorada y el ají en juliana. Agregar más aceite si lo necesita.
   Saltear un poco los vegetales hasta que se pongan más transparentes y suaves.
8. Agregar el ajo en lonjas finas.
9. Agregar el fondo de pollo.
10. Agregar la mitad de una lata de tomates, previamente procesados. Dejar un par de minutos y apagar.
    Poner este contenido de la sartén sobre los lomos.
11. Llevar al horno para brasear a 180ºC por una hora y media.
    Darles la vuelta en la mitad del tiempo.

**MASA**

1. Procesar: mote cocinado, cebolla blanca picada, sal, ají peruano (con semillas), páprika, pimienta, fondo de pollo, queso fresco, polvo de hornear.
2. Agregar los huevos y seguir procesando.
3. Agregar la crema de leche y la mantequilla. Terminar de procesar.
4. Poner esta mezcla en un bowl.
5. Agregar la sémola de maíz o harina para arepas. Mezclar.
   Debe quedar una masa con la consistencia de la masa de las tortillas de verde rallado.
6. Adobar pequeñas bandejas de porcelana con aceite vegetal. Colocar en la base hojas de verde previamente cortadas en círculo y también colocar hojas de verde alrededor (dentro de la bandeja).
7. Rellenar con la masa.
   También se puede hacer el tamal tradicional envolviendo la masa en las hojas de verde.
8. Llevar al horno en una bandeja a baño María.
9. Para servir, voltear los tamales de las bandejitas, quitarles el círculo de la base y colocar el relleno y un poco del jugo. Abrir los otros tipos de tamales y colocar el relleno y un poco de jugo.

# ROLLITOS PRIMAVERA

**NÚMERO DE PORCIONES:** 10 PAX

## INGREDIENTES:

**ROLLITOS**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1 | cda. | salsa de pescado |
| 2 | unid. | cebolla perla |
| 1 | unid. | zanahoria |
| 1 | unid. | pakchoi (col china) |
| 100 | gr. | champiñones secos |
| 1 | cda. | azúcar morena |
| 1 | cda. | salsa de soya china |
| 500 | cc. | agua |
| 2 | unid. | ajo |
| | | sal |
| 8 | unid. | galletas de arroz deshidratadas |
| 15 | ml. | aceite de ajonjolí |
| 1 | lt. | aceite vegetal |

**SALSA PRIMAVERA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 40 | gr. | tamarindo |
| 250 | ml. | agua |
| 1 | gr. | chiles secos |
| 200 | gr. | azúcar |
| 125 | ml. | vino blanco |
| 10 | gr. | maicena |
| 100 | ml. | vinagre |

## PROCEDIMIENTO:

### RELLENO

1. Mezclar en un bowl los vegetales en brunoise fino.

2. Agregar el azúcar, el aceite de ajonjolí y la salsa de pescado.
3. Agregar sal.  Mezclar bien.
4. Calentar las galletas de arroz en vapor (utilizar la olla de bambú)
5. Rellenar las galletas de arroz en la parte rugosa.  Enrollar y sellar con clara de huevo.
6. Freír con aceite caliente.

**SALSA PRIMAVERA**

1. Poner todos los ingredientes en una olla.  Llevar al fuego.  Dejar hervir.
2. Tamizar.

# EMPANADAS ÁRABES

**NÚMERO DE PORCIONES:** 25 PAX

**INGREDIENTES:**

**MASA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1000 | gr. | harina |
| 2 | tz. | agua |
| 100 | gr. | mantequilla |
| 125 | ml. | aceite de oliva |
| 1 | cda. | sal |
| 1 | cda. | azúcar |
| 1 | cda. | levadura fresca |

**RELLENO DE ACELGA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 2 | atados | acelga blanqueada |
| 2 | unid. | cebolla blanca |
| 5 | unid. | limones |
| 2 | cdas. | aceite de oliva |
| | | sal |
| | | pimienta |

**RELLENO DE CARNE**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 300 | gr. | carne molida |
| 30 | ml. | aceite de oliva |
| 1/2 | cda. | 7 sabores |
| 2 | unid. | cebolla perla |
| 2 | unid. | tomates |
| | | sal |
| | | pimienta |

**RELLENO DE QUESO Y JAMÓN**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 150 | gr. | queso fresco |
| 100 | gr. | jamón cocido |
| 1/2 | atado | perejil |
| 30 | ml. | aceite de oliva |
| | | sal |
| | | pimienta |

**RELLENO DE POLLO**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1 | unid. | pechuga de pollo |
| 90 | ml. | aceite de oliva |
| 1 | cda. | mantequilla |
| 1 | unid. | pimiento rojo |
| 3 | unid. | huevos cocinados |
| 100 | gr. | aceitunas |
| 3 | pizcas | 7 sabores |
| | | sal |
| | | pimienta |

**ACOMPAÑANTES**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | queso feta |
| 100 | gr. | aceitunas verdes y negras |

**PROCEDIMIENTO:**

**MASA**

1. Poner en un bowl: 1 tz. de agua, la levadura fresca y el azúcar.
2. En otro recipiente, colocar: harina, mantequilla, aceite de oliva y sal.

   Esto se mezcla en la batidora a velocidad baja. Luego de 2 minutos se aumenta la velocidad. Luego de un minuto se aumenta la velocidad. Seguir mezclando por 1 minuto más.

3. Agregar la mezcla de la levadura.  Mezclar a velocidad baja por unos segundos.  Ir agregando 1 taza de agua mientras se mezcla. Si la masa está un poco seca, agregar un poco más de agua. Sacar la masa una vez formada.
4. Dejar reposar 10 minutos.
5. Coger un poco de la masa y formar un bastón largo.  Cortar en pedazos de 10 gr. aproximadamente.
6. Bolear cada pedazo con la palma de las manos.
7. Meter la bolita en harina y, luego aplanar con el rodillo, formando un disco.
8. Rellenar.
9. Dejar reposar 10 minutos.  Pintar con aceite de oliva la superficie, excepto las empanadas de carne.
10. Hornar a 220ºC por 10 minutos.

**RELLENO DE ACELGA**

1. Picar la acelga blanqueada.
2. Poner en un bowl: acelga picada, 2 cebollas blancas picadas, jugo de limón, sal y pimienta.  Mezclar todo.

**RELLENO DE CARNE**

1. En un bowl poner: carne molida (cruda), cebolla perla en brunoine fino, tomate en brunoise fino.  Mezclar.
2. Agregar con sal, pimienta, 7 sabores.  Mezclar todo.
3. Agregar aceite de oliva.  Mezclar.

**RELLENO DE QUESO Y JAMÓN**

1. Poner en un bowl: queso fresco en brunoise fino, jamón en brunoise fino, perejil picado, aceite de oliva, pimienta y sal. Mezclar.

**RELLENO DE POLLO**

1. Filetear finamente el pollo y cortarlo en trozos pequeños.
2. Poner aceite de oliva en una sartén al fuego. Agregar mantequilla. Derretir. Dejar calentar.
3. Poner los trozos de pollo.
4. Agregar sal y pimienta.
5. Agregar aceitunas picadas en brunoise fino. Remover de vez en cuando.
6. Cuando el pollo esté casi listo, agregar el huevo cocido picado y el pimiento rojo en brunoise fino.
7. Agregar los 7 sabores. Revolver. Sacar del fuego una vez que el pollo esté totalmente listo.

## SATAY TAILANDÉS

**NÚMERO DE PORCIONES:** 10 PAX

**INGREDIENTES:**

**BROCHETAS**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 2 | lb. | pechuga de pollo |
| 3 | unid. | ajo |
| 1 | cda. | jengibre |
| 1/2 | cdita. | chiles rojos machacados |
| 1 | cda. | azúcar morena |
| 3 | cdas. | jugo de lima |
| 1 | cda. | salsa de soya |
| 1 | cda. | salsa de pescado |
| 1/2 | cdita. | pulpa de tamarindo |
| | | agua |
| | | aceite |
| | | palitos de bambú |

**SALSA DE MANÍ**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 15 | ml. | aceite de pimiento rojo |
| 1 | unid. | cebolla perla |
| 1 | pizca | ají seco |
| 30 | ml. | salsa de pescado |
| 200 | ml. | leche de coco |
| | | hierba luisa |
| 30 | ml. | salsa de soya |
| 20 | ml. | jugo de lima o naranja |
| 1/2 | tz. | mantequilla de maní |
| | | sal |

**PROCEDIMIENTO:**

**BROCHETAS**

1. Remojar los palitos de bambú.
2. Cortar el pollo en dice y pincharlo en los palitos.
3. Sumergir las brochetas de pollo en la salsa para marinar. Dejar marinar dos horas.
4. Poner a la plancha con un poco de aceite. Voltear para cocinar bien de los 4 lados.

*SALSA PARA MARINAR*

Mezclar en un bowl: ajo, jengibre, chiles rojos, azúcar morena, jugo de lima, salsa de soya, salsa de pescado, pulpa de tamarindo.

**SALSA DE MANÍ**

1. Poner a calentar aceite en una sartén.
2. Agregar la cebolla perla en brunoise fino. Dejar cristalizar.
3. Agregar una pizca de ají seco y salsa de pescado. Remover.
4. Agregar la leche de coco, la salsa de soya, el jugo de lima o naranja y las ramitas de hierba luisa. Remover y dejar cocinar un momento.
5. Agregar la pasta de maní. Mezclar bien.
6. Agregar un poco más de la leche de coco o agua para soltar más la salsa.
7. Dejar hervir un poco y apagar. Probar la sal.

# ENSALADA FUSIÓN

**NÚMERO DE PORCIONES:** 2 PAX

**INGREDIENTES:**

### ENSALADA

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1 | unid. | cebolla perla |
| 1 | unid. | pimiento rojo |
| 1 | tz. | col morada |
| 1/4 | tz. | cáscara de naranja |
| 1 | tz. | zukini |
| 1 | tz. | brócoli |
| 1 | unid. | papel de arroz |
| 500 | ml. | aceite vegetal |

### VINAGRETA DE MANGO

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 45 | ml. | aceite de oliva |
| 15 | ml. | vinagre blanco |
| 1 | unid. | limón |
| 1 | cdita. | salsa de ostiones |
| 1 | unid. | mango maduro sin piel ni semilla |
| | | Sal |
| | | Pimienta roja |
| 1 | cdita. | ajo |

### CARAMELO DE TOCINO

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 80 | gr. | tocino |
| 40 | gr. | azúcar morena |
| 20 | ml. | ron |
| 1/4 | cdita. | canela |
| 1 | cdita. | miel |

**PROCEDIMIENTO:**

**ENSALADA**

1. Cortar la cebolla perla, el pimiento rojo, la cáscara de naranja, el zukini y el brócoli, en juliana fino. Cortar la col morada en chifonade. Mezclar todo.
2. Mezclar con la vinagreta de mango. Después de unos minutos, colar.
3. Servir la ensalada en una canasta de papel de arroz, frita por inmersión en aceite vegetal, utilizando una espumadera.

**VINAGRETA DE MANGO**

1. Mezclar todos los ingredientes en un bowl. Utilizar varillas.

**CARAMELO DE TOCINO**

1. Calentar el horno a 175ºC por 10 minutos.
2. Cocinar el tocino por 10 minutos.
3. En un bowl, mezclar con varillas: azúcar, ron, miel y canela.
4. Pasar cada tira de tocino por esta pasta y ponerlas en una lata.
5. Hornar por 10 minutos, aproximadamente, hasta que se ponga crocante. Sacar del horno y dejar enfriar.

# ENSALADA ROYALE

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

**INGREDIENTES:**

**ENSALADA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 70 | gr. | pechuga de pavo hornada |
| 70 | gr. | roast beef |
| 50 | gr. | queso gruyère |
| | | lechuga |
| 6 | unid. | tomates cherry |
| 5 | unid. | huevos de codorniz |
| 1 | unid. | pepino |
| 40 | gr. | tocino ahumado |

**VINAGRETA DE ALBAHACA Y ANCHOAS**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 45 | ml. | aceite de oliva |
| 15 | ml. | vinagre de vino tinto |
| 3 | hojas | albahaca |
| 30 | gr. | anchoas |
| | | sal |
| | | pimienta |

**PROCEDIMIENTO:**

**ENSALADA**

1. Cortar el queso gruyère en dice, el pimiento verde en brunoise fino, el pepino y el tocino en brunoise normal.
2. Mezclar todo con las carnes, la lechuga y los tomates cherry.
3. Añadir la vinagreta de albahaca y anchoas y mezclar.

4. Cocinar los huevos de codorniz por 4 minutos, partiendo de agua hirviendo. Decorar la ensalada con los huevos.

**VINAGRETA DE ALBAHACA Y ANCHOAS**

1. Mezclar todos los ingredientes en un bowl. Utilizar varillas.

## ENSALADA DE MANZANAS Y FRUTOS DEL MENDIGO

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

**INGREDIENTES:**

**ENSALADA Y ADEREZO**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 2 | unid. | manzanas |
| 1 | unid. | limón |
| | | hojas de lechuga morada |
| 40 | gr. | tocino ahumado |
| 40 | gr. | nueces |
| 20 | gr. | azúcar |
| 20 | ml. | vino tinto |
| 20 | ml. | agua |
| 30 | gr. | queso gorgonzola |
| ½ | cdita. | mostaza |
| 2 | cdas. | miel |

**PROCEDIMIENTO:**

1. Cortar las manzanas en dice y añadirles el jugo de limón.
2. Cortar el tocino en brunoise normal y quitarle la grasa en una sartén.

3. Poner azúcar y agua en una sartén. Disolver el azúcar. Agregar vino tinto. Incorporar las nueces partidas por la mitad. Revolver. Dejar un momento hasta acaramelar las nueces, luego sacar y escurrir.
4. Mezclar las manzanas y la lechuga morada con el tocino y las nueces. Añadir el queso desmenuzado.
5. En un recipiente mezclar la miel y la mostaza y añadir a la ensalada.

# ENSALADA CAPRESE

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

## INGREDIENTES:

**ENSALADA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1 | unid. | tomate |
| 60 | gr. | queso mozzarella |
| 1 | cda. | aceite de oliva |
| 3 | hojas | albahaca |

## PROCEDIMIENTO:

1. Cortar el queso mozzarella y el tomate en rodajas.
2. Rociar con aceite de oliva y añadir la albahaca picada.

## ENSALADA DE LANGOSTINOS

**NÚMERO DE PORCIONES:** 3 PAX

**INGREDIENTES:**

**ENSALADA Y ADEREZO**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 200 | ml. | jugo de limón |
| 100 | ml. | salsa de soya |
| 40 | gr. | ajo picado |
| 1 | unid. | ají |
| 5 | ml. | tabasco |
| 5 | gr. | pimienta en grano |
| 250 | ml. | aceite de oliva |
| 15 | unid. | langostinos |
| 80 | gr. | espinaca |
| 450 | gr. | hongos frescos |
| 350 | gr. | lechuga |
| 200 | gr. | cebolla perla |

**PROCEDIMIENTO:**

**ENSALADA**

1. Poner aceite de oliva en una sartén al fuego.
2. Agregar ajo picado y cebolla perla en brunoise fino. Dejar cristalizar.
3. Agregar los champiñones en cuartos. Adicionar sal y pimienta en polvo.
   Saltear unos minutos y, una vez listos, reservar.
4. En otra sartén poner aceite, ajo y las cabezas de los langostinos.
5. Agregar los langostinos limpios y adobados con sal y pimienta. Apagar una vez cocinados los langostinos. Reservar.

6. Aparte, en un bowl poner la lechuga picada con las manos y la cebolla perla en juliana fino. Agregar los champiñones salteados. Revolver.
7. Agregar el aderezo y revolver bien.
8. Servir con los langostinos sobre los demás ingredientes.

**ADEREZO PICANTE DE LIMÓN**

1. Mezclar en un recipiente: jugo de limón, tabasco, salsa de soya, ají picado, ajo, aceite vegetal y pimienta en grano. Revolver con varillas.

# CLUB SANDWICH

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

## INGREDIENTES:

**SANDWICH**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | pechuga de pavo hornada |
| 30 | gr. | tocino |
| 30 | gr. | queso cheddar |
| 3 | hojas | lechuga |
| ½ | unid. | tomate |
| 3 | cdas. | salsa Mil Islas |
| 4 | unid. | aceitunas |
| 4 | unid. | palillos de dientes |
| 3 | unid. | rebanadas de pan de molde |

**ACOMPAÑANTES**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | papas fritas |
| 1 | cda. | mayonesa |
| 1 | cda. | mostaza |
| 1 | cda. | salsa de tomate |

## PROCEDIMIENTO:

1. Untar las rebanadas de pan de molde con la salsa Mil Islas.
2. Para armar el sandwich: colocar una rebanada de pan, hojas de lechuga, rebanadas de tomate, queso cheddar, tocino frito, rebanadas de pechuga de pavo, otra rebanada de pan, lechuga, queso cheddar, tocino, rebanadas de pechuga de pavo y, finalizar con una rebanada de pan.

3. Tostar en plancha sanduchera. Cortar el sandwich en 4 partes y apretar con una aceituna en palillo de dientes.
4. Acompañar con papas fritas.

**SÁNDUCHE ESPAÑOL**

**NÚMERO DE PORCIONES:** 10 PAX

**INGREDIENTES:**

**SÁNDUCHE**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 500 | gr. | Jamón serrano |
| 300 | gr. | queso manchego |
| 10 | hoja | lechuga |
| 200 | gr. | tomates deshidratados |
| 30 | cdas. | aceite de oliva |
| 40 | hojas | albahaca |
| 2 | unid. | aceitunas |
| 2 | unid. | palillos de dientes |
| 10 | unid. | pan francés |

**PATATAS BRAVAS**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1000 | gr. | papas |
| ½ | unid. | tomate concassé |
| | | salsa tabasco |
| 2 | onzas | vinagre |
| ½ | litro | aceite de oliva |
| | | sal |
| 1 | cdita. | perejil picado |

**PROCEDIMIENTO:**

**SÁNDUCHE**

1. Mezclar el aceite de oliva con la albahaca finamente picada y adobar las tapas del pan.
2. Para armar el sánduche: colocar sobre una tapa de pan los tomates deshidratados, la lechuga, el jamón serrano y el queso

manchego. Terminar colocando la otra tapa del pan para cerrar el sánduche.
3. Calentar en plancha sanduchera.

**PATATAS BRAVAS**

1. Licuar el tomate concassé.
2. Añadir poco a poco el aceite de oliva.
3. Cuando se haya terminado de licuar, sacar este aderezo y colocar en un bowl. Adicionar tabasco, vinagre, sal y pimienta. Mezclar.
4. Cortar las papas en dice y freírlas. Luego, mezclar con el aderezo anterior. Decorar con perejil picado.

## SÁNDUCHE EUROPEO

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

**INGREDIENTES:**

**SÁNDUCHE**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | roast beef |
| 30 | gr. | jamón ahumado |
| 50 | gr. | queso provolone |
| ½ | unid. | tomate |
| 3 | hojas | lechuga |
| 1 | cdita. | mostaza Dijon |
| 2 | unid. | aceitunas |
| 2 | unid. | palillos de dientes |
| 1 | unid. | pan francés |

**ACOMPAÑANTES**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | papas fritas |
| 1 | cda. | mayonesa |
| 1 | cda. | mostaza |
| 1 | cda. | salsa de tomate |

**PROCEDIMIENTO:**

1. Colocar mostaza a las tapas del pan.
2. Para armar el sánduche: colocar sobre una de las tapas del pan, hojas de lechuga y rodajas de tomate, continuar con rebanadas de queso provolone, jamón ahumado, roast beef y queso provolone. Cerrar el sánduche con la otra tapa del pan. Calentar en plancha sanduchera.
3. Servir con papas fritas.

## SÁNDUCHE SUPREMO DE POLLO

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

**INGREDIENTES:**

**SÁNDUCHE**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 150 | gr. | pechuga de pollo a la plancha |
| 50 | gr. | queso cheddar |
| 50 | gr. | salami |
| 3 | unid. | hojas de lechuga |
| 2 | cdas. | mantequilla |
| 1 | cdita. | pasta de ajo |
| 5 | gr. | orégano seco |
| 1 | unid. | pan francés |
| 2 | unid. | aceitunas |
| 2 | unid. | palillos de dientes |

**ACOMPAÑANTES**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | papas fritas |
| 1 | cda. | mayonesa |
| 1 | cda. | mostaza |
| 1 | cda. | salsa de tomate |

**PROCEDIMIENTO:**

1. Mezclar la mantequilla al ambiente con la pasta de ajo.
2. Untar las tapas del pan con la mantequilla de ajo, colocar hojas de orégano seco y calentar.
3. Para armar el sánduche: colocar sobre una tapa de pan la lechuga, queso cheddar, salami, pechuga de pollo a la plancha, salami y queso cheddar.
4. Calentar el sánduche para derretir el queso. Servir con papas fritas.

## BAGEL DE SALMÓN

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

**INGREDIENTES:**

**BAGEL**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 150 | gr. | salmón ahumado |
| 40 | gr. | queso crema |
| 1 | unid. | bagel |

**PROCEDIMIENTO:**

1. Tostar el bagel partido en la mitad.
2. Untar con queso crema.
3. Colocar entre las dos tapas de bagel, el salmón ahumado.

# BAGEL 4 QUESOS

**NÚMERO DE PORCIONES:** 1 PAX

## INGREDIENTES:

**BAGEL**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 40 | gr. | queso crema |
| 15 | gr. | tocino frito |
| 30 | gr. | queso crema |
| 30 | gr. | queso cheddar |
| 30 | gr. | queso mozzarella |
| 30 | gr. | queso gruyère |

## PROCEDIMIENTO:

1. Tostar el bagel partido en dos.
2. Mezclar el queso crema con el tocino frito en brunoise fino y, untar las tapas del bagel.
3. Para armar: colocar sobre una tapa de bagel el queso cheddar, el queso mozzarella y el queso gruyère.
4. Calentar el bagel para derretir los quesos.
5. Cerrar con la otra tapa del bagel.

## PIZZA MARGARITA

**NÚMERO DE PORCIONES:** 2 PAX

**INGREDIENTES:**

**PIZZA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 500 | gr. | harina |
| 10 | gr. | levadura fresca |
| 50 | gr. | margarina |
| 10 | gr. | sal |
| 10 | gr. | azúcar |
| 230 | ml. | agua |
| 40 | ml. | aceite de oliva |
| 10 | gr. | queso parmesano |
| 5 | gr. | orégano |
| 250 | ml. | pasta napolitana o pasta de tomate |
| 600 | gr. | queso mozzarella |
| 2 | unid. | tomates |
| 20 | hojas | albahaca |

**PROCEDIMIENTO:**

1. Amasar todos los ingredientes por 10 minutos. Bolear.
2. Reposar 30 minutos.
3. Estirar con un rodillo. Dejarla muy fina, pues luego crece más.
4. Cortar en forma redonda, ponerla en una lata con aceite de oliva y pinchar con un tenedor. Dejar reposar de 15 a 20 minutos.
5. Colocar sobre la masa pasta napolitana o pasta de tomate.
6. Colocar queso mozzarella rallado, tomates en rodajas y albahaca finamente picada.
7. Hornar a 170º C por 15 minutos.

# PIZZA ROMANA

**NÚMERO DE PORCIONES:** 2 PAX

**INGREDIENTES:**

**PIZZA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 500 | gr. | harina |
| 10 | gr. | levadura fresca |
| 50 | gr. | margarina |
| 10 | gr. | sal |
| 10 | gr. | azúcar |
| 230 | ml. | agua |
| 40 | ml. | aceite de oliva |
| 10 | gr. | queso parmesano |
| 5 | gr. | orégano |
| 250 | ml. | pasta napolitana o pasta de tomate |
| 600 | gr. | queso mozzarella |
| 100 | gr. | salami |
| 100 | gr. | pepperoni |
| 1 | unid. | pimiento verde |

**PROCEDIMIENTO:**

8. Amasar todos los ingredientes por 10 minutos. Bolear.
9. Reposar 30 minutos.
10. Estirar con un rodillo. Dejarla muy fina, pues luego crece más.
11. Cortar en forma redonda, ponerla en una lata con aceite de oliva y pinchar con un tenedor. Dejar reposar de 15 a 20 minutos.
12. Colocar sobre la masa pasta napolitana o pasta de tomate.
13. Colocar queso mozzarella rallado, rodajas de salami y pepperoni, y julianas de pimiento verde.
14. Hornar a 170º C por 15 minutos.

# MOELLEUX AU CHOCOLAT

**NÚMERO DE PORCIONES:** 25 PAX

**INGREDIENTES:**

### MOELLEUX

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 200 | gr. | chocolate cobertura negro |
| 200 | gr. | mantequilla |
| 7 | unid. | huevos |
| 200 | gr. | azúcar |
| 120 | gr. | harina |
| 15 | ml. | esencia de vainilla |
| 1 | cdita. | color caramelo concentrado |

### HELADO

**PARTE 1**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 150 | gr. | azúcar |
| 8 | unid. | yema de huevo |
| 200 | ml. | agua |
| | hojas | menta |

**PARTE 2**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 150 | gr. | azúcar |
| 4 | unid. | clara de huevo |
| 1000 | ml. | crema de leche |

### COULIS DE MORAS

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 40 | gr. | moras |
| 100 | gr. | azúcar |

**PROCEDIMIENTO:**

**MOELLEUX**

1. Utilizar moldes de cerámica o porcelana. Con una brocha adobar los moldes con mantequilla y enharinarlos.
2. Fundir juntos el chocolate y la mantequilla a baño María.
3. Hacer un merengue francés con las claras y el azúcar.
4. Mezclar el merengue con la mezcla del chocolate fundido.
5. Agregar las yemas y mezclar con una espátula.
6. Agregar la harina en 3 partes y mezclar con una espátula.
7. Agregar la esencia de vainilla. Seguir mezclando con la espátula.
8. Agregar el color caramelo concentrado y mezclar con la espátula.
9. Llenar los moldes individuales hasta un poco más de la mitad.
10. Hornar de 8 a 10 minutos a 180ºC.

**NOTA: Se puede congelar la preparación antes de cocinar y mantener en el congelador por 2 meses. En el momento de cocinarlos, llevar al horno directamente, durante 13 minutos.**

**HELADO DE MENTA**

*PARTE 1:*

1. Poner en una olla al fuego las hojas de menta.
2. Cuando las hojas se hayan calentado, agregar el agua.
3. Dejar hervir y tamizar.
4. Aparte, blanquear las yemas y el azúcar a baño María. Mantener removiendo con varillas.
5. Cuando la mezcla se torne espesa y tome un color beige, agregar la infusión de menta. Mezclar con varillas. Sacar del fuego luego de un momento.

*PARTE 2:*

1. Batir la crema de leche a punto chantilly.
2. Hacer un merengue suizo con las claras y el azúcar.
3. Mezclar el merengue con la preparación de la *PARTE 1*. Utilizar una espátula.
4. Agregar la crema batida y mezclar con la espátula.
5. Poner la mezcla en un recipiente.
6. Congelar.

   También se puede hacer en la máquina para helados.

**COULIS DE MORAS**

1. Colocar en una olla las moras y cubrir con el azúcar.
2. Una vez que el azúcar se derrita por completo, licuar.

# TORTA DE MANZANA Y NUECES

**NÚMERO DE PORCIONES:** 16 PAX

**INGREDIENTES:**

**TORTA**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 500 | gr. | harina |
| 400 | gr. | azúcar morena |
| 250 | ml. | aceite vegetal |
| 5 | unid. | huevos |
| 4 | gr. | polvo de hornear |
| 4 | gr. | bicarbonato |
| 15 | ml. | esencia de vainilla |
| 5 | unid. | manzanas picadas |
| 100 | gr. | nueces picadas |
| 5 | gr. | sal |

**SALSA DE CARAMELO**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 200 | gr. | azúcar |
| 2 | cdas. | glucosa |
| | | agua |
| 200 | ml. | crema de leche |

**PROCEDIMIENTO:**

**TORTA**

1. Poner en un bowl: harina, azúcar morena, polvo de hornear y bicarbonato.
2. En otro bowl poner: aceite, huevos, sal y esencia de vainilla.

3. Mezclar manualmente los ingredientes líquidos con los ingredientes secos.
4. Agregar las manzanas y las nueces y mezclar bien.
5. Poner en un molde enmantequillado y enharinado. Llenar el molde hasta la mitad porque la masa dobla su volumen.
6. Hornar a 170ºC por 35 minutos.

**SALSA DE CARAMELO**

1. Poner en una olla el azúcar y la glucosa.
2. Ponerle agua para humedecer.
3. Llevar a fuego fuerte.
4. Esperar hasta que se forme un caramelo dorado. La temperatura del caramelo debe alcanzar los 170ºC.
5. En otra olla ir hirviendo la crema de leche.
6. Una vez que el caramelo se doró, bajar la llama y adicionarle la crema de leche hervida. Remover y apagar.

# HELADO FRITO SOBRE TULIPÁN DE GALLETA

**NÚMERO DE PORCIONES:** 25 PAX

**INGREDIENTES:**

### TULIPÁN DE GALLETA

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 10 | unid. | claras de huevo |
| 250 | gr. | azúcar impalpable |
| 250 | gr. | harina |
| 15 | ml. | esencia de almendras |
| | | colorantes |

### HELADO

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 2 | litros | helado |
| 4 | unid. | huevos |
| 300 | gr. | almendras |
| 300 | gr. | nueces |
| 1 | litro | aceite vegetal |
| 1000 | gr. | apanadura |

### SALSAS

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | gr. | moras |
| 100 | gr. | kiwi |
| 100 | gr. | tomate de árbol |
| 600 | gr. | azúcar |

**<u>PROCEDIMIENTO:</u>**

**TULIPÁN DE GALLETA**

1. Mezclar en un bowl la harina con el azúcar impalpable.
2. Agregar las claras y mezclar con varillas hasta que no haya grumos.
3. Agregar la esencia y mezclar.
4. Separar la masa en 4 recipientes.
5. Poner colorante a 3 de los recipientes y mezclar.
6. Poner una cucharada de la masa que no tiene colorante sobre el silpat. Expandir la masa con la cuchara, dándole forma redonda. Una vez formados los discos, hacer diseños sobre ellos, utilizando la masa coloreada.
7. Hornar a 170ºC por 8 minutos.
8. Antes de sacarlos del horno, formar las figuras:
   Cono: envolver el disco en un cono de metal.
   Tulipán: dejar caer el disco sobre la base de un molde para muffin.

**HELADO**

1. Poner un poco de agua en una bandeja y cubrir con un plástico.
2. Pasar la bola de helado por los huevos batidos, luego pasar por la apanadura, por los huevos nuevamente y, por las nueces y almendras picadas. Formar bien la bola con la mano.
3. Poner la bola en la lata con plástico.
4. Congelar mínimo 3 horas.
5. Freír en aceite caliente.

**SALSAS**

1. Poner las frutas picadas en distintas ollas.
2. Cubrir las frutas con azúcar granulada.
3. Llevar al fuego hasta que hierva.
4. Licuar.
5. Tamizar sólo la de tomate de árbol.

# BACHERÍN DE FRESAS

**NÚMERO DE PORCIONES:** 10 PAX

**INGREDIENTES:**

**MERENGUE**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 300 | ml. | claras de huevo |
| 600 | gr. | azúcar |

**SORBETE DE FRESAS**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1 | kilo | frutillas |
| 300 | ml. | agua |
| 300 | gr. | azúcar |
| 50 | ml. | zumo de limón |

**CREMA CHANTILLY**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 1 | litro | crema de leche |
| 100 | gr. | azúcar impalpable |

**CARAMELO**

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 250 | gr. | azúcar |
| 50 | gr. | glucosa |
| 100 | ml. | agua |

**PROCEDIMIENTO:**

**MERENGUE**

1. Hacer un merengue francés con las claras y el azúcar.

2. Precalentar el horno a 150ºC.
3. Poner papel encerado en una lata. Encima, formar los vol – au – vents con una manga llena de merengue.
4. Llevar al horno por 1 hora a 120ºC.

**SORBETE DE FRESAS**

1. Licuar las frutillas.
2. Hacer un almíbar espeso: poner azúcar, agua y zumo de limón en una olla al fuego por 15 minutos.
3. Mezclar las frutillas licuadas con este almíbar.
4. Llevar al congelador. Removerlo unas 4 veces.

   También se puede hacer en la máquina para helados.

   Para montar el postre: colocar dentro del vol-au-vent una cucharada de crema chantilly y una bola del sorbete de fresas. Decorar con frutas y caramelo.

## GALLETA CHOCOCHIP

**NÚMERO DE PORCIONES:** 10 PAX

**INGREDIENTES:**

### GALLETAS

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 200 | gramos | margarina MARVA |
| 200 | gramos | azúcar |
| 450 | gramos | harina |
| 3 | unidades | huevos |
| 4 | gramos | sal |
| 20 | gramos | leche en polvo |
| 50 | gramos | cocoa |
| 50 | ml | agua |
| | | birutas o chispas de chocolate |

### GANACHE

| Cantidad | Unidades | Ingredientes |
|---|---|---|
| 100 | ml. | leche |
| 100 | gr. | grasa |
| 300 | gr. | chocolate cobretura |

**PROCEDIMIENTO:**

**GALLETAS**

1. Cremar grasa, azúcar y sal por 10 minutos.
2. Agregar los huevos y cremar por 5 minutos.
3. Agregar la harina previamente mezclada con la leche en polvo y la cocoa. Intercalar con el agua. Mezclar por 1 minuto.
4. Agregar trozos de chocolate en barra o chispas de chocolate y mezclar con una espátula.
5. Poner en una lata con papel encerado.

6. Hornar.

**GANACHE**

1. Derretir a baño María la mantequilla en la leche.
2. Agregar el chocolate y derretir. Mezclar.

## 3. BALANCE DE OBRA FÍSICA

Para el montaje del café gourmet se necesitará una edificación con una base de 114 $m^2$, de los cuales la cocina ocupará 44.55 $m^2$ y, el resto será utilizado para el área de servicio y administrativa. Las adecuaciones e instalaciones eléctricas y de tuberías se deberán realizar de acuerdo a los requerimientos del café gourmet.

Para calcular el valor de la construcción, se ha tomado el precio por $m^2$ de construcción que publica la Cámara de Construcción de Guayaquil, \$496.67. Como el total de $m^2$ de la edificación (incluyendo paredes y techo) es de 265.20 $m^2$ , el costo de edificación sería \$131, 717.39.

**TABLA 1. Balance de construcción**

| CONSTRUCCIÓN | COSTO UNIT. ($) | CANT. (UNID.) | COSTO TOT. ($) | VIDA ÚTIL (AÑOS) | DEPRECIACIÓN ANUAL ($) |
|---|---|---|---|---|---|
| Edificio | 131,717.39 | 1 | 131,717.39 | 20 | 6,585.87 |
| ***SUBTOTAL*** | | | ***131,717.39*** | | |

En el ANEXO 1 puede revisarse el plano de la cocina del café gourmet.

## 4. BALANCE DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Una vez elaborada la carta que ofrecerá el café gourmet y los postres que pondrá a disposición del público en su sección de pastelería, se procederá a la realización del balance de la maquinaria y equipo necesarios para el montaje y funcionamiento de la cafetería, tanto en la cocina, en el área de servicio, como en el área administrativa.

A continuación se presenta las tablas que contienen los activos fijos que se instalarán, el costo unitario, las unidades requeridas, el costo total, los años de vida útil y la depreciación anual. La depreciación ha sido calculada con el *método de línea recta*, el cual al no considerar un valor de salvamento para los activos, genera un valor en libros, al final de su vida útil, igual a cero.

## TABLA 2. Balance de maquinaria y equipo (cocina)

| COCINA | COSTO UNIT. ($) | CANT. (UNID.) | COSTO TOT. ($) | VIDA ÚTIL (AÑOS) | DEPRECIACIÓN ANUAL ($) |
|---|---|---|---|---|---|
| Cocina de 4 quemadores con plancha tipo isla | 1,902.90 | 1 | 1,902.90 | 10 | 190.29 |
| Extractor tipo isla | 2,598.40 | 1 | 2,598.40 | 10 | 259.84 |
| Horno de convexión de 4 latas | 3,432.80 | 1 | 3,432.80 | 10 | 343.28 |
| Horno microondas | 250.88 | 1 | 250.88 | 10 | 25.09 |
| Cocineta de 1 hornilla | 90.72 | 1 | 90.72 | 10 | 9.07 |
| Congelador vertical panorámico | 1,310.66 | 2 | 2,621.32 | 10 | 262.13 |
| Refrigerador panorámico | 1,212.35 | 3 | 3,637.05 | 10 | 363.71 |
| Freidora de 1 pozo | 505.12 | 1 | 505.12 | 10 | 50.51 |
| Plancha sanduchera | 87.00 | 4 | 348.00 | 5 | 69.60 |
| Licuadora | 509.79 | 2 | 1,019.58 | 5 | 203.92 |
| Máquina para milkshakes | 544.02 | 1 | 544.02 | 5 | 108.80 |
| Máquina para hacer helados | 147.00 | 1 | 147.00 | 5 | 29.40 |
| Batidora Kitchen Aid | 806.00 | 2 | 1,612.00 | 10 | 161.20 |
| Cafetera de agua y vapor | 1,200.00 | 1 | 1,200.00 | 10 | 120.00 |
| Máquina para jugos (4 recipientes) | 800.00 | 1 | 800.00 | 5 | 160.00 |
| Olla de bambú | 35.00 | 1 | 35.00 | 5 | 7.00 |
| Balanzas digitales | 50.00 | 2 | 100.00 | 5 | 20.00 |
| Mesa de trabajo tipo isla | 823.20 | 1 | 823.20 | 10 | 82.32 |
| Mesa a la pared para equipos | 784.00 | 1 | 784.00 | 10 | 78.40 |
| Mesa para platos servidos | 657.44 | 1 | 657.44 | 10 | 65.74 |
| Mesa de pastelería | 414.40 | 1 | 414.40 | 10 | 41.44 |
| Zona de steward con 3 pozos y escurridor | 948.64 | 1 | 948.64 | 10 | 94.86 |
| Colgador para zona de steward | 280.00 | 1 | 280.00 | 10 | 28.00 |
| Línea de 4 pozos refrigerantes | 1,568.00 | 1 | 1,568.00 | 10 | 156.80 |
| Estanterías | 624.40 | 1 | 624.40 | 10 | 62.44 |
| Estanterías para vajillas | 403.20 | 1 | 403.20 | 10 | 40.32 |
| Estantería para postres | 501.76 | 1 | 501.76 | 10 | 50.18 |
| Pozo lavamanos | 238.00 | 1 | 238.00 | 10 | 23.80 |
| Colgador de papel para secar las manos | 30.00 | 1 | 30.00 | 10 | 3.00 |
| Juego de 4 ollas y sartén | 304.40 | 2 | 608.80 | 10 | 60.88 |
| Sartenes | 30.00 | 4 | 120.00 | 10 | 12.00 |
| Juego de 3 bowls | 6.00 | 6 | 36.00 | 5 | 7.20 |
| Tablas para picar | 32.00 | 12 | 384.00 | 5 | 76.80 |
| Antideslizante para tablas para picar | 11.00 | 12 | 132.00 | 5 | 26.40 |
| Cucharetas | 5.00 | 9 | 45.00 | 5 | 9.00 |
| Cuchillo cebollero | 4.00 | 12 | 48.00 | 5 | 9.60 |
| Cuchillo deshuesador | 4.00 | 4 | 16.00 | 5 | 3.20 |
| Cuchillo puntilla | 3.00 | 12 | 36.00 | 5 | 7.20 |
| Cuchillo de sierra | 4.48 | 4 | 17.92 | 5 | 3.58 |
| Cuchillo de cocina | 5.00 | 4 | 20.00 | 5 | 4.00 |
| Chaira | 8.00 | 1 | 8.00 | 5 | 1.60 |
| Cortapizzas | 10.00 | 2 | 20.00 | 5 | 4.00 |
| Rallador de 4 lados | 6.38 | 4 | 25.52 | 5 | 5.10 |
| Juego de 3 cernideras | 10.42 | 2 | 20.84 | 5 | 4.17 |
| Descorazonador | 3.08 | 2 | 6.16 | 5 | 1.23 |

| COCINA | COSTO UNIT. ($) | CANT. (UNID.) | COSTO TOT. ($) | VIDA ÚTIL (AÑOS) | DEPRECIACIÓN ANUAL ($) |
|---|---|---|---|---|---|
| Juegos de 3 varillas para batir | 10.42 | 2 | 20.84 | 5 | 4.17 |
| Rodillo de madera | 7.00 | 2 | 14.00 | 5 | 2.80 |
| Cuchara espumadera | 3.00 | 2 | 6.00 | 5 | 1.20 |
| Espátula de goma | 5.00 | 8 | 40.00 | 5 | 8.00 |
| Espátula de decoración pequeña | 3.50 | 4 | 14.00 | 5 | 2.80 |
| Espátula de decoración grande | 4.37 | 3 | 13.11 | 5 | 2.62 |
| Rejillas para enfriar galletas | 12.00 | 3 | 36.00 | 5 | 7.20 |
| Cuchara de helado | 9.04 | 5 | 45.20 | 5 | 9.04 |
| Abrelatas | 4.20 | 2 | 8.40 | 5 | 1.68 |
| Latas para hornar carnes | 31.00 | 4 | 124.00 | 10 | 12.40 |
| Latas | 10.00 | 8 | 80.00 | 10 | 8.00 |
| Termómetro para carnes | 12.00 | 1 | 12.00 | 5 | 2.40 |
| Reloj | 8.00 | 2 | 16.00 | 5 | 3.20 |
| Silpat | 50.00 | 3 | 150.00 | 5 | 30.00 |
| Jarra medidora Pirex | 5.49 | 6 | 32.94 | 5 | 6.59 |
| Pinzas | 3.33 | 8 | 26.64 | 5 | 5.33 |
| Mangas decoradoras grandes de poliéster | 12.00 | 4 | 48.00 | 5 | 9.60 |
| Mangas decoradoras pequeñas de poliéster | 8.00 | 8 | 64.00 | 5 | 12.80 |
| Boquillas pequeñas | 1.50 | 24 | 36.00 | 5 | 7.20 |
| Boquillas grandes | 2.50 | 6 | 15.00 | 5 | 3.00 |
| Molde para pie | 3.00 | 4 | 12.00 | 5 | 2.40 |
| Juego de 3 moldes redondos desmoldables | 20.00 | 2 | 40.00 | 5 | 8.00 |
| Juego de 2 moldes redondos no desmoldables | 7.00 | 6 | 42.00 | 5 | 8.40 |
| Molde para plum cake | 10.00 | 4 | 40.00 | 5 | 8.00 |
| Moldes para muffins | 14.00 | 4 | 56.00 | 5 | 11.20 |
| Molde con centro hueco | 9.74 | 4 | 38.96 | 5 | 7.79 |
| Moldes redondos para postres individuales | 1.50 | 22 | 33.00 | 5 | 6.60 |
| Juego de 3 cortadores | 3.00 | 2 | 6.00 | 5 | 1.20 |
| Jarra de plástico | 2.18 | 15 | 32.70 | 5 | 6.54 |
| Recipientes de plástico pequeños | 1.15 | 10 | 11.50 | 5 | 2.30 |
| Recipientes de plástico medianos | 1.60 | 20 | 32.00 | 5 | 6.40 |
| Recipientes de plástico grandes | 2.00 | 10 | 20.00 | 5 | 4.00 |
| Recipientes para especias | 1.30 | 10 | 13.00 | 5 | 2.60 |
| Recipientes para harinas y granos | 15.00 | 5 | 75.00 | 5 | 15.00 |
| Basureros | 8.00 | 4 | 32.00 | 5 | 6.40 |
| Recipientes para polvos | 2.50 | 5 | 12.50 | 5 | 2.50 |
| Charoles | 11.00 | 4 | 44.00 | 5 | 8.80 |
| Acondicionador de aire | 500.00 | 1 | 500.00 | 10 | 50.00 |
| Repisas a la pared | 110.00 | 3 | 330.00 | 10 | 33.00 |
| Extintor para fuego B-C | 56.00 | 1 | 56.00 | 10 | 5.60 |
| ***SUBTOTAL*** | | | ***31,890.86*** | | ***3,683.87*** |

## TABLA 3. Balance de maquinaria y equipo (área de servicio)

| ÁREA DE SERVICIO | COSTO UNIT. ($) | CANT. (UNID.) | COSTO TOT. ($) | VIDA ÚTIL (AÑOS) | DEPRECIA-CIÓN ANUAL ($) |
|---|---|---|---|---|---|
| Mesas cuadradas con 4 sillas | 150.00 | 12 | 1,800.00 | 10 | 180.00 |
| Exhibidor de tortas | 2,800.00 | 1 | 2,800.00 | 10 | 280.00 |
| Servilletas de tela | 0.50 | 432 | 216.00 | 5 | 43.20 |
| Salero, pimentero, azucarera, servilletero | 17.53 | 16 | 280.48 | 5 | 56.10 |
| Platos grandes | 6.00 | 72 | 432.00 | 5 | 86.40 |
| Platos para ensalada | 6.00 | 72 | 432.00 | 5 | 86.40 |
| Platos para postre | 4.00 | 72 | 288.00 | 5 | 57.60 |
| Plato y taza para café | 6.50 | 72 | 468.00 | 5 | 93.60 |
| Platos para pan | 4.00 | 18 | 72.00 | 5 | 14.40 |
| Platos para mantequillas | 3.00 | 18 | 54.00 | 5 | 10.80 |
| Vasos para jugos y gaseosas | 2.20 | 72 | 158.40 | 5 | 31.68 |
| Vasos para milkshakes | 1.60 | 72 | 115.20 | 5 | 23.04 |
| Vasos para mokaccino y capuccino | 2.50 | 72 | 180.00 | 5 | 36.00 |
| Cuchillo y tenedor para la entrada | 2.50 | 72 | 180.00 | 5 | 36.00 |
| Cuchillo y tenedor para plato fuerte | 2.80 | 72 | 201.60 | 5 | 40.32 |
| Cuchara para postre | 1.25 | 72 | 90.00 | 5 | 18.00 |
| Paleta para mantequillas | 1.50 | 18 | 27.00 | 5 | 5.40 |
| Cucharas para sopas | 1.50 | 72 | 108.00 | 5 | 21.60 |
| Recipientes de porcelana para salsas | 1.50 | 100 | 150.00 | 5 | 30.00 |
| Mueble para portatortas | 200.00 | 1 | 200.00 | 10 | 20.00 |
| Equipo de sonido | 500.00 | 1 | 500.00 | 10 | 50.00 |
| Extintor para fuego A-B-C | 25.76 | 1 | 25.76 | 10 | 2.58 |
| ***SUBTOTAL*** | | | ***8,778.44*** | | ***1,223.11*** |

## TABLA 4. Balance de maquinaria y equipo (administración)

| ADMINISTRACIÓN | COSTO UNIT. ($) | CANT. (UNID.) | COSTO TOT. ($) | VIDA ÚTIL (AÑOS) | DEPRECIA-CIÓN ANUAL ($) |
|---|---|---|---|---|---|
| Equipo de Computación | 800.00 | 2 | 1,600.00 | 3 | 533.33 |
| Escritorio | 250.00 | 1 | 250.00 | 10 | 25.00 |
| Counter para caja | 200.00 | 1 | 200.00 | 10 | 20.00 |
| Material de oficina | 150.00 | 1 | 150.00 | 5 | 30.00 |
| Acondicionador de aire | 300.00 | 1 | 300.00 | 10 | 30.00 |
| ***SUBTOTAL*** | | | ***2,500.00*** | | ***638.33*** |

## 5. BALANCE DE INGRESOS ADICIONALES POR VENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Aunque en el balance de maquinaria y equipo elaborado en el apartado anterior se haya establecido un valor contable de cero al final de la vida útil de los activos, en la mayoría de los casos es posible obtener algún ingreso adicional vendiendo el equipo en ese período. A continuación se muestra un balance de dichos ingresos.

## TABLA 5. Balance de ingresos adicionales por vta. De maquinaria (cocina)

| COCINA | AÑO DE VENTA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Cocina de 4 quemadores con plancha tipo isla | | | | | | | | | | 190.29 |
| Extractor tipo isla | | | | | | | | | | 259.84 |
| Horno de convexión de 4 latas | | | | | | | | | | 343.28 |
| Horno microondas | | | | | | | | | | 25.09 |
| Cocineta de 1 hornilla | | | | | | | | | | 9.07 |
| Congelador vertical panorámico | | | | | | | | | | 262.13 |
| Refrigerador panorámico | | | | | | | | | | 363.71 |
| Freidora de 1 pozo | | | | | | | | | | 50.51 |
| Plancha sanduchera | | | | | 104.40 | | | | | |
| Licuadora | | | | | 305.87 | | | | | |
| Máquina para milkshakes | | | | | 163.21 | | | | | |
| Máquina para hacer helados | | | | | 44.10 | | | | | |
| Batidora Kitchen Aid | | | | | | | | | | 161.20 |
| Cafetera de agua y vapor | | | | | | | | | | 120.00 |
| Máquina para jugos (4 recipientes) | | | | | 240.00 | | | | | |
| Olla de bambú | | | | | 10.50 | | | | | |
| Balanzas digitales | | | | | 30.00 | | | | | |
| Mesa de trabajo tipo isla | | | | | | | | | | 82.32 |
| Mesa a la pared para equipos | | | | | | | | | | 78.40 |
| Mesa para platos servidos | | | | | | | | | | 65.74 |
| Mesa de pastelería | | | | | | | | | | 41.44 |
| Zona de steward con 3 pozos y escurridor | | | | | | | | | | 94.86 |
| Colgador para zona de steward | | | | | | | | | | 28.00 |
| Línea de 4 pozos refrigerantes | | | | | | | | | | 156.80 |
| Estanterías | | | | | | | | | | 62.44 |
| Estanterías para vajillas | | | | | | | | | | 40.32 |
| Estantería para postres | | | | | | | | | | 50.18 |
| Pozo lavamanos | | | | | | | | | | 23.80 |
| Colgador de papel para secar las manos | | | | | | | | | | 3.00 |
| Juego de 4 ollas y sartén | | | | | | | | | | 60.88 |
| Sartenes | | | | | | | | | | 12.00 |
| Juego de 3 bowls | | | | | 10.80 | | | | | |
| Tablas para picar | | | | | 115.20 | | | | | |
| Antideslizante para tablas para picar | | | | | 13.20 | | | | | |
| Cucharetas | | | | | 13.50 | | | | | |
| Cuchillo cebollero | | | | | 14.40 | | | | | |
| Cuchillo deshuesador | | | | | 4.80 | | | | | |
| Cuchillo puntilla | | | | | 10.80 | | | | | |
| Cuchillo de sierra | | | | | 5.38 | | | | | |
| Cuchillo de cocina | | | | | 6.00 | | | | | |
| Chaira | | | | | 2.40 | | | | | |
| Cortapizzas | | | | | 6.00 | | | | | |
| Rallador de 4 lados | | | | | 7.66 | | | | | |
| Juego de 3 cernideras | | | | | 6.25 | | | | | |
| Descorazonador | | | | | 1.85 | | | | | |

| COCINA | AÑO DE VENTA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Juegos de 3 varillas para batir | | | | | 6.25 | | | | | |
| Rodillo de madera | | | | | 4.20 | | | | | |
| Cuchara espumadera | | | | | 1.80 | | | | | |
| Espátula de goma | | | | | 12.00 | | | | | |
| Espátula de decoración pequeña | | | | | 4.20 | | | | | |
| Espátula de decoración grande | | | | | 3.93 | | | | | |
| Rejillas para enfriar galletas | | | | | 10.80 | | | | | |
| Cuchara de helado | | | | | 13.56 | | | | | |
| Abrelatas | | | | | 2.52 | | | | | |
| Latas para hornar carnes | | | | | | | | | | 12.40 |
| Latas | | | | | | | | | | 8.00 |
| Termómetro para carnes | | | | | 1.20 | | | | | |
| Reloj | | | | | 4.80 | | | | | |
| Silpat | | | | | 45.00 | | | | | |
| Jarra medidora Pyrex | | | | | 9.88 | | | | | |
| Pinzas | | | | | 7.99 | | | | | |
| Mangas decoradoras grandes de poliéster | | | | | 4.80 | | | | | |
| Mangas decoradoras pequeñas de poliéster | | | | | 6.40 | | | | | |
| Boquillas pequeñas | | | | | 3.60 | | | | | |
| Boquillas grandes | | | | | 1.50 | | | | | |
| Molde para pie | | | | | 3.60 | | | | | |
| Juego de 3 moldes redondos desmoldables | | | | | 12.00 | | | | | |
| Juego de 2 moldes redondos no desmoldables | | | | | 12.60 | | | | | |
| Molde para plum cake | | | | | 12.00 | | | | | |
| Moldes para muffins | | | | | 16.80 | | | | | |
| Molde con centro hueco | | | | | 11.69 | | | | | |
| Moldes redondos para postres individuales | | | | | 9.90 | | | | | |
| Juego de 3 cortadores | | | | | 1.80 | | | | | |
| Jarra de plástico | | | | | 9.81 | | | | | |
| Recipientes de plástico pequeños | | | | | 3.45 | | | | | |
| Recipientes de plástico medianos | | | | | 9.60 | | | | | |
| Recipientes de plástico grandes | | | | | 6.00 | | | | | |
| Recipientes para especias | | | | | 3.90 | | | | | |
| Recipientes para harinas y granos | | | | | 22.50 | | | | | |
| Basureros | | | | | 9.60 | | | | | |
| Recipientes para polvos | | | | | 3.75 | | | | | |
| Charoles | | | | | 13.20 | | | | | |
| Acondicionador de aire | | | | | | | | | | 50.00 |
| Repisas a la pared | | | | | | | | | | 33.00 |
| Extintor para fuego B-C | | | | | | | | | | 5.60 |
| ***SUBTOTAL*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***1,422.95*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***2,694.30*** |

## TABLA 6. Balance de ingresos adicionales por vta. De maquinaria (área de servicio)

| ÁREA DE SERVICIO | AÑO DE VENTA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Mesas cuadradas con 4 sillas | | | | | | | | | | 180.00 |
| Exhibidor de tortas | | | | | | | | | | 280.00 |
| Servilletas de tela | | | | | 21.60 | | | | | |
| Salero, pimentero, azucarera, servilletero | | | | | 28.05 | | | | | |
| Platos grandes | | | | | 43.20 | | | | | |
| Platos para ensalada | | | | | 43.20 | | | | | |
| Platos para postre | | | | | 28.80 | | | | | |
| Plato y taza para café | | | | | 46.80 | | | | | |
| Platos para pan | | | | | 7.20 | | | | | |
| Platos para mantequillas | | | | | 5.40 | | | | | |
| Vasos para jugos y gaseosas | | | | | 15.84 | | | | | |
| Vasos para milkshakes | | | | | 11.52 | | | | | |
| Vasos para mokaccino y capuccino | | | | | 18.00 | | | | | |
| Cuchillo y tenedor para la entrada | | | | | 18.00 | | | | | |
| Cuchillo y tenedor para plato fuerte | | | | | 20.16 | | | | | |
| Cuchara para postre | | | | | 9.00 | | | | | |
| Paleta para mantequillas | | | | | 2.70 | | | | | |
| Cucharas para sopas | | | | | 10.80 | | | | | |
| Recipientes de porcelana para salsas | | | | | 15.00 | | | | | |
| Mueble para portatortas | | | | | | | | | | 20.00 |
| Equipo de sonido | | | | | | | | | | 50.00 |
| Extintor para fuego A-B-C | | | | | | | | | | |
| ***SUBTOTAL*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***345.27*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***530.00*** |

## TABLA 7. Balance de ingresos adicionales por vta. De maquinaria (administración)

| ADMINISTRACIÓN | AÑO DE VENTA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Equipo de Computación | | | 480.00 | | | 480.00 | | | 480.00 | 800.00 |
| Escritorio | | | | | | | | | | 25.00 |
| Counter para caja | | | | | | | | | | 20.00 |
| Material de oficina | | | | | 15.00 | | | | | |
| Acondicionador de aire | | | | | | | | | | 30.00 |
| ***SUBTOTAL*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***480.00*** | ***0.00*** | ***15.00*** | ***480.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***480.00*** | ***875.00*** |

## 6. BALANCE DE REINVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

Una vez que los activos fijos se deprecian, es necesario reponer su existencia comprando un equipo nuevo, lo que implica un flujo negativo de dinero en el período en el que se acaba su vida útil. A continuación se puede observar una tabla con el balance de reinversión en maquinaria y equipo:

## TABLA 8. Balance de reinversión en maquinaria y equipo (cocina)

| COCINA | AÑO DE COMPRA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Cocina de 4 quemadores con plancha tipo isla | | | | | | | | | | |
| Extractor tipo isla | | | | | | | | | | |
| Horno de convexión de 4 latas | | | | | | | | | | |
| Horno microondas | | | | | | | | | | |
| Cocineta de 1 hornilla | | | | | | | | | | |
| Congelador vertical panorámico | | | | | | | | | | |
| Refrigerador panorámico | | | | | | | | | | |
| Freidora de 1 pozo | | | | | | | | | | |
| Plancha sanduchera | | | | | 348.00 | | | | | |
| Licuadora | | | | | 1,019.58 | | | | | |
| Máquina para milkshakes | | | | | 544.02 | | | | | |
| Máquina para hacer helados | | | | | 147.00 | | | | | |
| Batidora Kitchen Aid | | | | | | | | | | |
| Cafetera de agua y vapor | | | | | | | | | | |
| Máquina para jugos (4 recipientes) | | | | | 800.00 | | | | | |
| Olla de bambú | | | | | 35.00 | | | | | |
| Balanzas digitales | | | | | 100.00 | | | | | |
| Mesa de trabajo tipo isla | | | | | | | | | | |
| Mesa a la pared para equipos | | | | | | | | | | |
| Mesa para platos servidos | | | | | | | | | | |
| Mesa de pastelería | | | | | | | | | | |
| Zona de steward con 3 pozos y escurridor | | | | | | | | | | |
| Colgador para zona de steward | | | | | | | | | | |
| Línea de 4 pozos refrigerantes | | | | | | | | | | |
| Estanterías | | | | | | | | | | |
| Estanterías para vajillas | | | | | | | | | | |
| Estantería para postres | | | | | | | | | | |
| Pozo lavamanos | | | | | | | | | | |
| Colgador de papel para secar las manos | | | | | | | | | | |
| Juego de 4 ollas y sartén | | | | | | | | | | |
| Sartenes | | | | | | | | | | |
| Juego de 3 bowls | | | | | 36.00 | | | | | |
| Tablas para picar | | | | | 384.00 | | | | | |
| Antideslizante para tablas para picar | | | | | 132.00 | | | | | |
| Cucharetas | | | | | 45.00 | | | | | |
| Cuchillo cebollero | | | | | 48.00 | | | | | |
| Cuchillo deshuesador | | | | | 16.00 | | | | | |
| Cuchillo puntilla | | | | | 36.00 | | | | | |
| Cuchillo de sierra | | | | | 17.92 | | | | | |
| Cuchillo de cocina | | | | | 20.00 | | | | | |
| Chaira | | | | | 8.00 | | | | | |
| Cortapizzas | | | | | 20.00 | | | | | |
| Rallador de 4 lados | | | | | 25.52 | | | | | |
| Juego de 3 cernideras | | | | | 20.84 | | | | | |
| Descorazonador | | | | | 6.16 | | | | | |

| COCINA | AÑO DE COMPRA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Juegos de 3 varillas para batir | | | | | 20.84 | | | | | |
| Rodillo de madera | | | | | 14.00 | | | | | |
| Cuchara espumadera | | | | | 6.00 | | | | | |
| Espátula de goma | | | | | 40.00 | | | | | |
| Espátula de decoración pequeña | | | | | 14.00 | | | | | |
| Espátula de decoración grande | | | | | 13.11 | | | | | |
| Rejillas para enfriar galletas | | | | | 36.00 | | | | | |
| Cuchara de helado | | | | | 45.20 | | | | | |
| Abrelatas | | | | | 8.40 | | | | | |
| Latas para hornar carnes | | | | | | | | | | |
| Latas | | | | | | | | | | |
| Termómetro para carnes | | | | | 12.00 | | | | | |
| Reloj | | | | | 16.00 | | | | | |
| Silpat | | | | | 150.00 | | | | | |
| Jarra medidora Pyrex | | | | | 32.94 | | | | | |
| Pinzas | | | | | 26.64 | | | | | |
| Mangas decoradoras grandes de poliéster | | | | | 48.00 | | | | | |
| Mangas decoradoras pequeñas de poliéster | | | | | 64.00 | | | | | |
| Boquillas pequeñas | | | | | 36.00 | | | | | |
| Boquillas grandes | | | | | 15.00 | | | | | |
| Molde para pie | | | | | 12.00 | | | | | |
| Juego de 3 moldes redondos desmoldables | | | | | 40.00 | | | | | |
| Juego de 2 moldes redondos no desmoldables | | | | | 42.00 | | | | | |
| Molde para plum cake | | | | | 40.00 | | | | | |
| Moldes para muffins | | | | | 56.00 | | | | | |
| Molde con centro hueco | | | | | 38.96 | | | | | |
| Moldes redondos para postres individuales | | | | | 33.00 | | | | | |
| Juego de 3 cortadores | | | | | 6.00 | | | | | |
| Jarra de plástico | | | | | 32.70 | | | | | |
| Recipientes de plástico pequeños | | | | | 11.50 | | | | | |
| Recipientes de plástico medianos | | | | | 32.00 | | | | | |
| Recipientes de plástico grandes | | | | | 20.00 | | | | | |
| Recipientes para especias | | | | | 13.00 | | | | | |
| Recipientes para harinas y granos | | | | | 75.00 | | | | | |
| Basureros | | | | | 32.00 | | | | | |
| Recipientes para polvos | | | | | 12.50 | | | | | |
| Charoles | | | | | 44.00 | | | | | |
| Acondicionador de aire | | | | | | | | | | |
| Repisas a la pared | | | | | | | | | | |
| Extintor para fuego B-C | | | | | | | | | | |
| ***SUBTOTAL*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***4,952.83*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** |

**TABLA 9. Balance de reinversión en maquinaria y equipo (área de servicio)**

| ÁREA DE SERVICIO | AÑO DE VENTA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Mesas cuadradas con 4 sillas | | | | | | | | | | |
| Exhibidor de tortas | | | | | | | | | | |
| Servilletas de tela | | | | | 216.00 | | | | | |
| Salero, pimentero, azucarera, servilletero | | | | | 280.48 | | | | | |
| Platos grandes | | | | | 432.00 | | | | | |
| Platos para ensalada | | | | | 432.00 | | | | | |
| Platos para postre | | | | | 288.00 | | | | | |
| Plato y taza para café | | | | | 468.00 | | | | | |
| Platos para pan | | | | | 72.00 | | | | | |
| Platos para mantequillas | | | | | 54.00 | | | | | |
| Vasos para jugos y gaseosas | | | | | 158.40 | | | | | |
| Vasos para milkshakes | | | | | 115.20 | | | | | |
| Vasos para mokaccino y capuccino | | | | | 180.00 | | | | | |
| Cuchillo y tenedor para la entrada | | | | | 180.00 | | | | | |
| Cuchillo y tenedor para plato fuerte | | | | | 201.60 | | | | | |
| Cuchara para postre | | | | | 90.00 | | | | | |
| Paleta para mantequillas | | | | | 27.00 | | | | | |
| Cucharas para sopas | | | | | 108.00 | | | | | |
| Recipientes de porcelana para salsas | | | | | 150.00 | | | | | |
| Mueble para portatortas | | | | | | | | | | |
| Equipo de sonido | | | | | | | | | | |
| Extintor para fuego A-B-C | | | | | | | | | | |
| ***SUBTOTAL*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***3,452.68*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** |

**TABLA 10. Balance de reinversión en maquinaria y equipo (administración)**

| ADMINISTRACIÓN | AÑO DE VENTA | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Equipo de Computación | | | 1,600.00 | | | 1,600.00 | | | 1,600.00 | |
| Escritorio | | | | | | | | | | |
| Counter para caja | | | | | | | | | | |
| Material de oficina | | | | | 150.00 | | | | | |
| Acondicionador de aire | | | | | | | | | | |
| ***SUBTOTAL*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***1,600.00*** | ***0.00*** | ***150.00*** | ***1,600.00*** | ***0.00*** | ***0.00*** | ***1,600.00*** | ***0.00*** |

# 7. ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

El método utilizado para realizar este estudio es el *método cualitativo por puntos*.

Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles un peso en porcentaje, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. Los pesos de los factores, cuya suma debe dar 100%, dependen fuertemente del criterio y experiencia del evaluador. Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en cada localización de acuerdo con una escala predeterminada como, por ejemplo, de 0 a 10.

Luego se ponderan las calificaciones de cada factor en cada localización por el peso asignado al factor. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

En cuanto al estudio de la localización del proyecto del café gourmet, se han considerado 5 factores importantes: disponibilidad de insumos, costos de transporte, cercanía al mercado, disponibilidad de servicios básicos, costo y disponibilidad de terrenos. Las ubicaciones tomadas en cuenta son: norte, centro, sur de la ciudad y vía Samborondón.

**TABLA 11. Estudio de localización**

| FACTOR | PESO (%) | NORTE | | CENTRO | | SUR | | VÍA SAMBORONDÓN | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | CALIFI-CACIÓN | PONDE-RACIÓN | CALIFI-CACIÓN | PONDE-RACIÓN | CALIFI-CACIÓN | PONDE-RACIÓN | CALIFI-CACIÓN | PONDE-RACIÓN |
| 1. Disponibilidad de insumos | 20 | 8 | 1.6 | 4 | 0.8 | 8 | 1.6 | 4 | 0.8 |
| 2. Costos de transporte | 5 | 6 | 0.3 | 8 | 0.4 | 6 | 0.3 | 3 | 0.15 |
| 3. Cercanía al mercado | 35 | 10 | 3.5 | 6 | 2.1 | 2 | 0.7 | 8 | 2.8 |
| 4. Disponibilidad de servicios básicos | 18 | 9 | 1.62 | 9 | 1.62 | 7 | 1.26 | 8 | 1.44 |
| 5. Disponibilidad de terrenos | 22 | 8 | 1.76 | 4 | 0.88 | 6 | 1.32 | 6 | 1.32 |
| ***TOTALES*** | ***100*** | | ***8.78*** | | ***5.8*** | | ***5.18*** | | ***6.51*** |

Como puede observarse, la ubicación que obtuvo mayor puntaje fue el norte de la ciudad, con lo que queda determinada la localización del café gourmet.

Cabe resaltar que esta ubicación es muy conveniente pues, acorde con los resultados de la investigación de mercado, los consumidores le dan una valoración considerable al lugar donde se encuentre situado el establecimiento de comida y, el sector que prefirió la mayoría de los encuestados fue precisamente el norte de Guayaquil.

# 8. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

## 8.1. ORGANIGRAMA

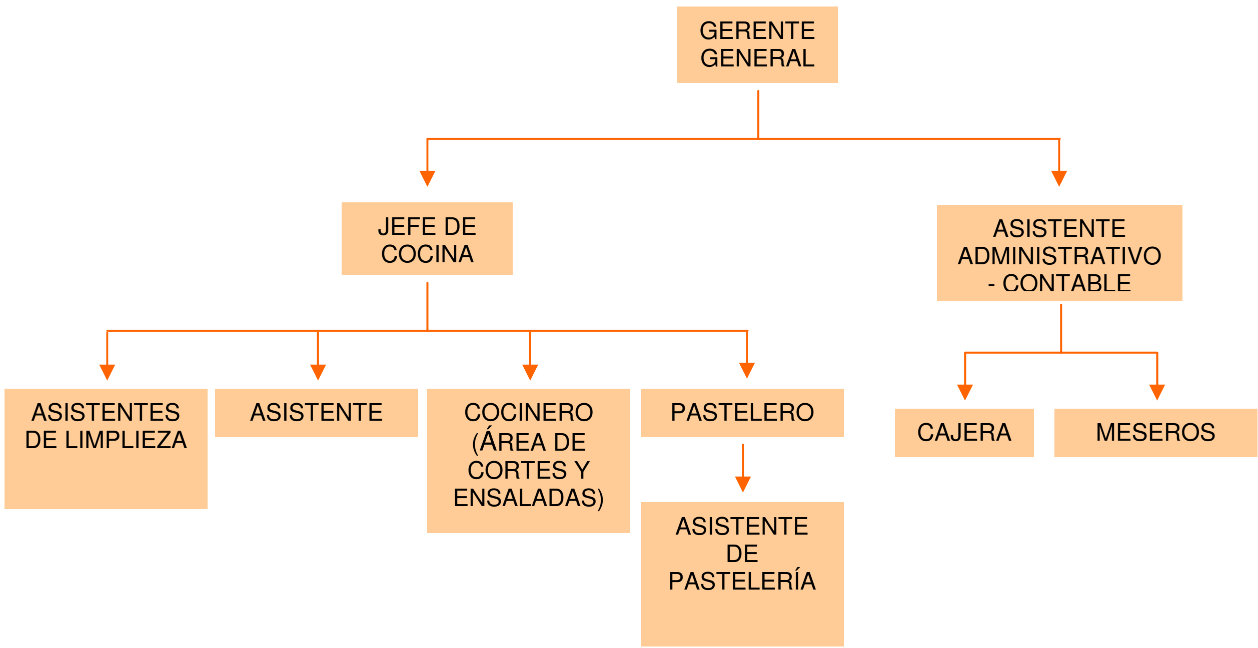



**FIGURA 16. Organigrama**

## 8.2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- *Gerente General*
    - Supervisar las operaciones de cada departamento.
    - Analizar los estados financieros de la empresa.

- Toma de decisiones administrativas, de financiamiento, de ampliación de la capacidad productiva.
- Realizar planes de marketing.
- Negociar con los proveedores.
- Realizar inspecciones periódicas para verificar la calidad de los productos y el desempeño de los demás empleados.
- Establecer las políticas y normas de funcionamiento del café gourmet.
- Capacitar al personal en higiene y seguridad alimenticia.

- *Asistente Administrativo – Contable*
  - Realizar las actividades encomendadas por el Gerente General.
  - Llevar la contabilidad de la empresa.
  - Elaborar informes y estados financieros.
  - Llevar un informe de los materiales e insumos en stock, para calcular la fecha y las cantidades de nuevo pedido.
  - Recibir los pedidos de materiales e insumos y, revisarlos junto al Jefe de Cocina.

    - Realizar el pago a proveedores.

- *Cajera*

    - Realizar las actividades encomendadas por la Asistente administrativo-contable.

    - Emitir facturas proformas a los clientes y entregarlas a los meseros.

    - Emitir facturas a los clientes y entregarlas a los meseros.

    - Corregir los errores de las facturas proformas.

    - Efectivizar el cobro de las cuentas de los clientes.

- *Meseros*

    - Realizar las actividades encomendadas por la Asistente administrativo-contable.

    - Cumplir las políticas de buena atención a los clientes, normas de higiene y demás normas del establecimiento.

    - Tomar los pedidos de los clientes y notificarlos a la cocina.

    - Servir los platos a los clientes.

  - Atender cualquier requerimiento de los clientes.

  - Limpiar y ordenar las mesas.

  - Retirar y llevar los platos sucios a la zona *steward* de la cocina, una vez que los clientes han terminado de comer.

  - Pedir las facturas proformas a la cajera cuando el cliente solicite la cuenta.

  - Pedir las facturas a la cajera, una vez que el cliente ha revisado y aprobado la factura proforma. Si hubiere algún reclamo por parte del cliente, solucionarlo con la cajera.

- *Jefe de cocina*

  - Realizar las actividades encomendadas por el Gerente General.

  - Coordinar y dirigir las funciones en la cocina.

  - Preparar la *mise en place* antes de abrir el café gourmet.

  - Recibir los pedidos de materiales e insumos y, revisarlos junto a la Asistente Administrativo-Contable.

  - Cumplir e inspeccionar que se cumplan las normas de higiene y seguridad alimenticia dentro de la cocina.

  - Encargarse de la preparación de carnes y mariscos.

- *Asistente de Cocina*

  - Cumplir las actividades encomendadas por el Jefe de Cocina.

  - Verificar que los platos salgan en perfecto estado a la mesa.

  - Preparar la *mise en place* antes de abrir el café gourmet.

  - Encargarse de las bebidas.

  - Preparar los sánduches.

  - Cumplir las normas de higiene y seguridad alimenticia establecidas en el café gourmet.

- *Cocinero (Área de Cortes y Ensaladas)*

  - Cumplir las actividades encomendadas por el Jefe de Cocina.

  - Preparar la *mise en place* antes de abrir el café gourmet.

  - Preparar las ensaladas.

  - Cumplir las normas de higiene y seguridad alimenticia establecidas en el café gourmet.

- *Pastelero*

    - Cumplir las actividades encomendadas por el Jefe de Cocina.

    - Preparar la *mise en place* antes de abrir el café gourmet.

    - Coordinar y dirigir la sección de pastelería del café gourmet.

    - Elaborar los pasteles, pizzas y postres.

    - Verificar que los postres sean servidos adecuadamente.

    - Cumplir las normas de higiene y seguridad alimenticia establecidas en el café gourmet.

- *Asistente de Pastelería*

    - Cumplir las actividades encomendadas por el Pastelero.

    - Preparar la *mise en place* antes de abrir el café gourmet.

    - Asistir en la preparación de los pasteles, pizzas y postres.

    - Cumplir las normas de higiene y seguridad alimenticia establecidas en el café gourmet.

- *Asistentes de Limpieza*

    - Cumplir las actividades encomendadas por el Jefe de Cocina.

    - Cumplir las normas de higiene y seguridad alimenticia establecidas en el café gourmet.

    - Lavar, secar, pulir y ordenar los platos.

    - Verificar que la cocina permanezca siempre limpia.

    - Encargarse de la limpieza del establecimiento.

Capítulo

3

# PLAN DE MARKETING

# Tabla de contenido

# CAPÍTULO III.- PLAN DE MARKETING

## 1. ANTECEDENTES

Luego de haber estudiado el mercado de establecimientos de comida y, una vez ratificada la existencia de necesidades insatisfechas y consumidores potenciales, es el momento de establecer las estrategias adecuadas para la buena comercialización del servicio que planea ofrecer el café gourmet, tomando en cuenta las preferencias reveladas por los consumidores en la investigación de mercados realizada al inicio, las capacidades y los objetivos del establecimiento.

De esta manera, el plan de marketing se transforma en una herramienta imprescindible para dar a conocer los servicios que ofrecería el café gourmet y atraer, sobretodo, a aquellos consumidores que teniendo el poder de compra suficiente, buscan innovación y excelencia en el servicio, en la atención, en la calidad de los alimentos y en la presentación de los mismos.

## 2. CICLO DE VIDA

Aunque el mercado de establecimientos de comida ya exista, el café gourmet constituiría un elemento nuevo de este mercado, puesto que cuenta con características que lo diferencian de los demás y que precisamente le pueden dar muchas ventajas en la mente del consumidor que está decidiendo dónde comer fuera de casa. Esto hace que el servicio que preste el café gourmet se ubique en la etapa de introducción de su ciclo de vida.

Como es de esperarse, las ventas de los primeros períodos de vida del café gourmet serán pequeñas, pero a medida que el servicio se va posicionando, es previsible que éstas vayan en aumento, debido al crecimiento del sector.

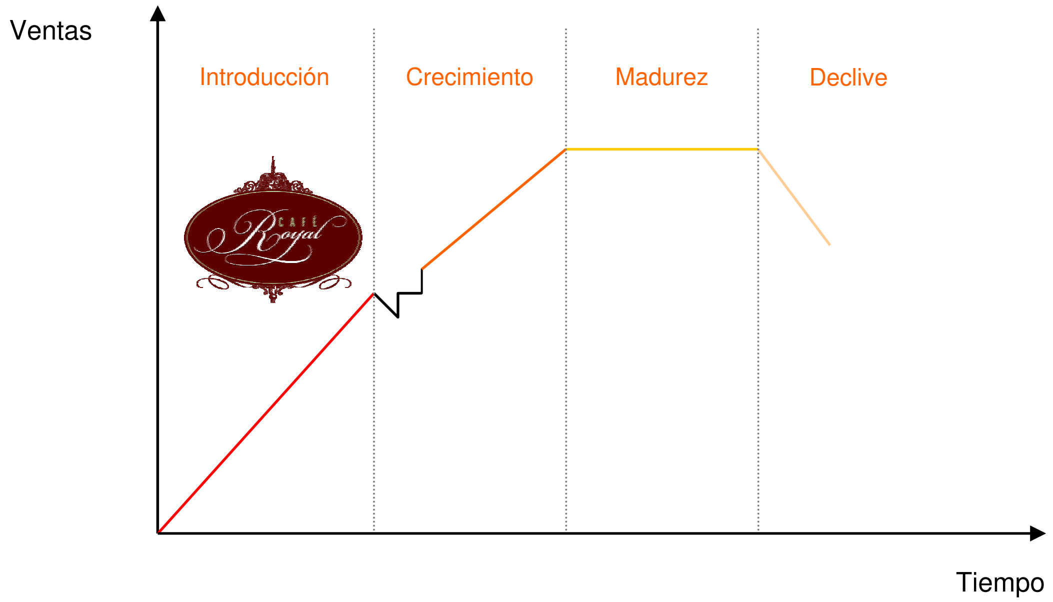



**FIGURA 17. Ciclo de vida del café gourmet**

# 3. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

## 3.1. OBJETIVOS FINANCIEROS

- Obtener ingresos que logren cubrir los egresos, de tal forma que se generen utilidades.

- Obtener flujos de caja positivos que superen a los negativos.

- Recuperar el monto de la inversión inicial en el menor tiempo posible.

## 3.2. OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- Introducir el café gourmet como un mejor concepto de servicio.

- Posicionar al café gourmet en la mente de los consumidores como un servicio que inspire confianza y que haga pensar en calidad y buena atención siempre.

- Aumentar progresivamente la participación del mercado.

- Conseguir un incremento en las ventas en un 5% anual.

# 4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

## 4.1. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)

La matriz *Boston Consulting Group* (*BCG*) clasifica el producto o servicio en estudio, de acuerdo a su participación relativa del mercado y al índice de crecimiento del mercado (industria). Así, se pueden identificar cuatro grupos de unidades estratégicas de negocios o productos:

- *Estrellas*

  Son negocios o productos de elevado crecimiento y que cuentan con una elevada participación del mercado. Con frecuencia se requieren fuertes inversiones par financiar su rápido crecimiento. En el largo plazo, el crecimiento suele tornarse más lento, transformándose en vacas de efectivo.

- *Vacas de Efectivo*

  Son negocios o productos de bajo crecimiento y que cuentan con una elevada participación de mercado. Generalmente son unidades estratégicas de negocios ya establecidas y exitosas que requieren una inversión menor (en comparación con la "estrellas") para mantener su participación de mercado. Por tanto, producen una cantidad de efectivo mayor al que necesita la empresa para pagar sus cuentas y para apoyar a otros productos o unidades estratégicas de negocios que demandan la realización de un gasto de inversión.

- *Interrogantes*

  Son unidades de negocios o productos de baja participación y elevado crecimiento en el mercado. Generalmente estos productos demandan una cantidad considerable de efectivo para mantener su actual participación de mercado y más que todo incrementarla. Es vital considerar cuáles interrogaciones deben de tratar de transformarse en “estrellas” y cuáles deben de ser convertidas en “perros”.

- *Perros*

  Son aquellos negocios o productos de bajo crecimiento y baja participación de mercado. Generalmente generan el efectivo suficiente para mantenerse por ellas mismas, pero no generan expectativas de convertirse, en un futuro, en fuentes significativas de efectivo.

En base a lo expuesto anteriormente, se puede concluir que dada la baja participación que tendrá el café gourmet al principio (puesto que es un nuevo establecimiento) y debido al elevado crecimiento que se ha venido presentando en el sector, el servicio del café gourmet está situado en el cuadrante superior derecho de la matriz *Boston Consulting Group (BCG)*, correspondiendo a la *“interrogante”.*

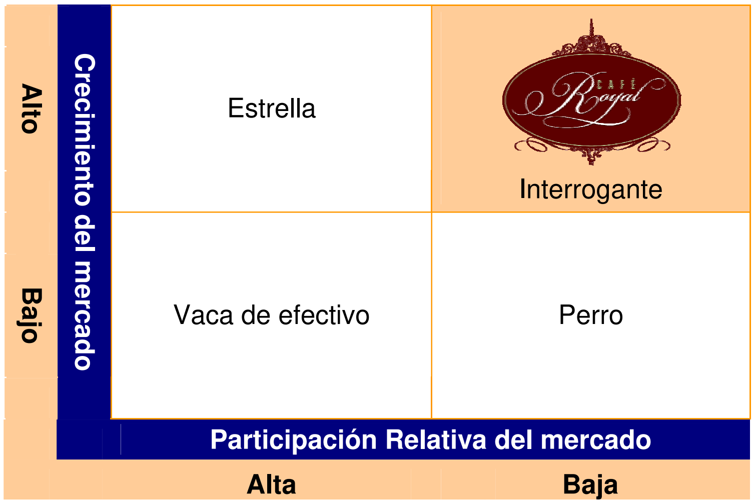



**FIGURA 18. Matriz Boston Consulting Group (BCG)**

### 4.2. MATRIZ DE OPORTUNIDADES PRODUCTO – MERCADO (ANSOFF)

La matriz Ansoff busca ubicar el producto de acuerdo a su estrategia de crecimiento intensivo en el mercado, en una de las siguientes secciones:

- *Penetración en el mercado*

  Pretende aumentar el consumo de productos actuales en mercados actuales, sea por:

  - Aumento del nivel de consumo de clientes actuales.
  - Captación de clientes de la competencia.

- Captación de no consumidores actuales.

- *Desarrollo del producto*

Busca la venta de nuevos productos en mercados actuales, sea por:

  - Desarrollo de nuevos valores del producto.
  - Desarrollo de nuevas gamas del producto.
  - Desarrollo de nuevos tamaños y/o modelos.

- *Desarrollo del mercado*

Busca la venta de productos actuales en nuevos mercados, sea por:

  - Apertura a nuevos mercados geográficos.
  - Atracción de otros sectores del mercado.

- *Diversificación*

Se da cuando la empresa pretende lanzar un nuevo producto en un mercado nuevo.

En el caso del café gourmet, éste puede ser considerado como un servicio existente en un mercado actual. Estas características lo catalogan en la sección de *“penetración en el mercado“*, dentro de la matriz Ansoff.

## 4.3. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA constituye una herramienta que permite identificar y estudiar las fortalezas y debilidades de un producto o servicio (factores endógenos), así como las eventuales oportunidades y amenazas (factores exógenos) que se pudiesen presentar en el entorno dentro del cual se los va a comercializar.

- *Fortalezas*

    - Excelencia en la atención al cliente.

    - Higiene alimenticia, que hace mucha falta en los establecimientos de comida.

    - Elaboración de platos que no son servidos en otros establecimientos de la ciudad.

    - Contar con un menú variado que pueda satisfacer a gustos y necesidades diferentes.

- *Oportunidades*

    - Presencia de economías de escala en la elaboración de comida.

    - El mercado de establecimientos de comida no está saturado y existe una demanda insatisfecha que el café gourmet puede cubrir.

    - Los consumidores actuales de este mercado tienen cultura sobre las cocinas de otras partes del mundo y gustan de ellas.

    - Los consumidores actuales de este mercado valoran mucho la calidad del servicio y los platos sofisticados.

    - El grupo de potenciales consumidores hacia el cual se dirige el servicio del café gourmet (las personas de estrato social medio y alto), se caracteriza por presentar un excedente del consumidor significativo.

- *Debilidades*

    - Al no ofrecer platos fuertes, no podrá atenderse a aquellos consumidores que los demanden.

    - Posible problema de insuficiencia de espacio físico en horas "pico".

- *Amenazas*

    - Presencia de factores exógenos de índole macroeconómica que pudiesen afectar negativamente a la economía del país y reducir el consumo de las personas.

    - Mayor capacidad de otros establecimientos de comida y posterior crecimiento del número de cafeterías que puedan afectar la participación de mercado del café gourmet.

    - Incertidumbre política.

## 5. MERCADO META

### 5.1. MACRO – SEGMENTACIÓN

El análisis de macro-segmentación permite tomar un mercado referencial desde el punto de vista del consumidor, considerando tres dimensiones: funciones o necesidades, tecnología y los grupos de compradores.

- *Funciones: ¿Qué necesidades satisfacer?*

  El café gourmet pretende satisfacer la necesidad que tienen los consumidores de encontrar una cafetería con comida novedosa y sofisticada, donde se pueda pasar un buen momento solo o acompañado, recibiendo siempre la mejor atención, sin tener que preocuparse por el día y la hora.

- *Tecnología: ¿Cómo satisfacer la necesidad existente?*

  El café gourmet estará dotado de todos los instrumentos que una cocina industrial necesita y, además, contará con los equipos especializados, necesarios para elaborar los platos que ofrece.

- *Grupos/Compradores: ¿A quién satisfacer?*

  El café gourmet está dirigido a personas del estrato social medio y alto, a las que les agrade la comida gourmet y les preocupe la atención al cliente y la higiene alimenticia.

## 5.2. MICRO – SEGMENTACIÓN

La micro – segmentación es una herramienta que permite identificar los grupos de compradores, mediante una clasificación basada en la localización, género, edad, actividad e intereses.

- *Localización*
  Personas del estrato social medio y alto.

- *Género*
  Masculino y femenino.

- *Edad*

  Personas mayores de 18 años.

- *Actividad*

  Profesionales, empresarios, amas de casa, estudiantes universitarios.

- *Intereses*

  Excelente atención al cliente, higiene y seguridad alimenticia, comida sofisticada y bien servida.

## 6. POSICIONAMIENTO

### 6.1 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

Las estrategias de posicionamiento tienen como principal objetivo establecer un determinado concepto de un producto o servicio en la mente de los consumidores.

Actualmente, los consumidores reciben tanta información sobre los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, que en muchas ocasiones tienden a desecharla.

Esto hace importante que las estrategias de marketing sean las adecuadas y estén dirigidas a los consumidores objetivos, de tal forma que el individuo se sienta estimulado, genere una percepción hacia el producto o servicio, tome en cuenta su necesidad, se sienta motivado a satisfacerla y, finalmente, forme una actitud hacia el producto o servicio que lo lleve a tomar su decisión de compra.

En el caso particular del café gourmet, éste puede ser posicionado en la mente de los consumidores como un establecimiento con excelencia en el servicio, calidad e higiene en sus alimentos y elegancia e innovación en sus platos.

## 7. MARKETING MIX

### 7.1. PRODUCTO

El café gourmet ofrecerá entradas, ensaladas, sánduches y bagels, pizzas, postres (incluyendo helados hechos en casa), bebidas frías y calientes y, además contará con una sección de pastelería. La carta será cambiada cada tres meses y se elaborará considerando las diversas necesidades y preferencias de los consumidores.

El café gourmet se preocupará siempre por brindar atención excelente, por usar productos de calidad y mantener políticas rigurosas de higiene alimenticia.

El nombre del café gourmet será “CAFÉ ROYAL”.

### 7.2. PRECIO

El gasto promedio que un consumidor realizaría en el “CAFÉ ROYAL” se estimará en base a la información obtenida en la investigación de mercado:

**TABLA 12. Gasto promedio individual en salidas a comer**

| RANGO DE GASTO ($) | MEDIA SIMPLE ($) | PONDERADOR (%) |
|---|---|---|
| 5.00-15.00 | 10.00 | 17.59 |
| 16.00-25.00 | 20.50 | 20.20 |
| 26.00-30.00 | 28.00 | 35.18 |
| 31.00-40.00 | 35.50 | 27.04 |

Para determinarlo, se obtendrá un promedio ponderado de los posibles gastos que está dispuestos a realizar un consumidor en un establecimiento de esta índole:

$$\bar{x} = \$10\ (17.59\%) + \$20.50\ (20.20\%) + \$28\ (35.18\%) + \$35.50\ (27.04\%)$$
$$= \$25.35$$

En cuanto a la relación precio – calidad de los platos que ofrecerá el "CAFÉ ROYAL", se seguirá una "estrategia superior", que implica un precio alto (debido a la categoría gourmet de los platos) y una calidad alta (debido a los ingredientes y la tecnología utilizados para elaborar los platos).

| | | PRECIO | | |
|---|---|---|---|---|
| | | ALTO | MEDIANO | BAJO |
| CALIDAD | ALTA | Estrategia superior | Estrategia de valor alto | Estrategia de súper valor |
| | MEDIANA | Estrategia de sobrecobro | Estrategia de valor medio | Estrategia de buen valor |
| | BAJA | Estrategia de imitación | Estrategia de economía falsa | Estrategia de economía |

**FIGURA 19. Estrategia de precios**

## 7.3. PLAZA

El café gourmet prestará sus servicios en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la zona norte.

## 7.4. PROMOCIÓN

Dado que el café gourmet será un nuevo establecimiento dentro de la ciudad, será promocionado en las principales revistas a las que tengan acceso las personas de clase media y alta, tales como:

- La Revista
- Hogar
- Diners
- Gestión
- Cosas
- Vanidades
- Soho

Esta publicidad será contratada 4 veces al año en La Revista y 6 veces en cada una del resto de revistas, siendo más agresiva en los meses de introducción del negocio.

Para estimular a los clientes, se tendrán obsequios en días especiales como cumpleaños y, se ofrecerán degustaciones como cortesía de la casa, mientras esperan que su pedido sea servido.

### 7.4.1. MERCHANDISING

El merchandising incluye todas aquellas técnicas y estudios comerciales que buscan presentar el producto o servicio al consumidor final en las mejores condiciones posibles, haciendo que el producto sea visto de forma más atractiva.

En el caso del “CAFÉ ROYAL”, los platos serán montados con elegancia y decoraciones creativas que vayan de acuerdo con la comida gourmet.  Asimismo, los pasteles también serán decorados con originalidad y, además, serán exhibidos a la entrada del establecimiento.

**FIGURA 20. Logo del café gourmet**

**FIGURA 21. Bagel de Salmón** **FIGURA 22. Torta de Chocolate**

**FIGURA 23. Cupcakes**

**FIGURA 24. Moelleux au chocolat**

Capítulo

# 4

# ESTUDIO FINANCIERO

# Tabla de contenido

# CAPÍTULO IV.- ESTUDIO FINANCIERO

## 1. INVERSIONES

En el capítulo 2 se estimaron los rubros correspondientes a las inversiones en maquinarias y equipos, necesarias para el montaje del café gourmet, tanto para la cocina, la administración y el área de servicio. (Ver TABLAS 2, 3 y 4).

En la TABLA 1, se determinó el monto de la construcción del establecimiento donde operaría el café gourmet.

En lo que se refiere al terreno, una vez realizado el estudio de localización, se ha estimado el valor de un terreno situado en Urdesa, en la Av. Víctor Emilio Estrada:

**TABLA 13. Inversión inicial en terreno**

| TERRENO | |
|---|---:|
| Costo por $m^2$ ($) | 500.00 |
| Total de $m^2$ | 114 |
| ***INV. INICIAL ($)*** | **57,000.00** |

A continuación se presenta un balance de inversiones condensado:

**TABLA 14. Balance de inversiones iniciales**

| INVERSIÓN | ($) |
|---|---:|
| Cocina | 31,890.86 |
| Administración | 2,500.00 |
| Área de servicio | 8,778.44 |
| Construcción | 131,717.39 |
| Terreno | 57,000.00 |
| ***INVERSIÓN INICIAL TOT.*** | ***231,886.69*** |

## 1.1. FINANCIAMIENTO

Las inversiones iniciales se financiarán el 60% vía deuda y el 40% vía capital propio.

**TABLA 15. Estructura de financiamiento**

| | MONTO ($) | % |
|---|---:|---:|
| CAPITAL PROPIO | 92,754.68 | 40.00% |
| PRÉSTAM0 | 139,132.01 | 60.00% |
| ***TOTAL*** | ***231,886.69*** | ***100.00%*** |

Utilizando una tasa de interés de mercado del 12.01% se ha calculado la amortización del préstamo en un período de 5 años, con pagos constantes.

**TABLA 16. Amortización del préstamo**

| PERÍODO | PAGO | INTERÉS | AMORTIZACIÓN | CAPITAL AMORTIZADO | SALDO INSOLUTO |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 139,132.01 |
| 1 | 38,606.14 | 16,709.75 | 21,896.38 | 21,896.38 | 117,235.63 |
| 2 | 38,606.14 | 14,080.00 | 24,526.14 | 46,422.52 | 92,709.50 |
| 3 | 38,606.14 | 11,134.41 | 27,471.73 | 73,894.25 | 65,237.77 |
| 4 | 38,606.14 | 7,835.06 | 30,771.08 | 104,665.33 | 34,466.69 |
| 5 | 38,606.14 | 4,139.45 | 34,466.69 | 139,132.01 | 0.00 |
| ***TOTAL*** | ***193,030.68*** | ***53,898.67*** | ***139,132.01*** | | |

## 2. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA Y PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

Para calcular la demanda esperada del café gourmet, se procedió de la siguiente manera:

Como el establecimiento del café gourmet está dirigido a la clase media y alta, se calculó el número de habitantes de Guayaquil que se encuentra en el 20% más rico de la ciudad.

Luego, utilizando la información del estudio de mercado (pregunta 5 de la encuesta) se obtuvo el 76.75% de este grupo, que corresponden a aquellas personas que salen a comer por las tardes y/o noches. De este segmento, se calculó el 70.11% (pregunta 9 de la encuesta), que corresponde a las personas que consumen bocaditos, ensaladas y postres, cuando salen a comer por las tardes y/o noches.

Para obtener la cantidad de personas que atenderá el café gourmet, se calculó el 5% de este último grupo, considerando el *criterio de Porter*. El *criterio de Porter* asume una participación inicial del mercado del 5% para un negocio.

Finalmente, utilizando la frecuencia media de salidas a comer de los consumidores (pregunta 6 de la encuesta), se multiplicó el último resultado por 2.8598 veces y luego por el gasto promedio calculado en la sección 7.2., para obtener los ingresos por ventas.

Con el objetivo de proyectar la demanda del café gourmet a lo largo de los 10 años, se utilizó un crecimiento de la población de Guayaquil del 2.40% (dato proporcionado por el INEC).

**TABLA 17. Proyección de la demanda e ingresos por ventas**

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Población de Guayaquil | 2,252,727.00 | 2,306,792.45 | 2,362,155.47 | 2,418,847.20 | 2,476,899.53 |
| 20% más rico de la ciudad | 450,545.40 | 461,358.49 | 472,431.09 | 483,769.44 | 495,379.91 |
| Personas que salen a comer por las tardes y/o noches (76.75%) | 345,793.59 | 354,092.64 | 362,590.86 | 371,293.04 | 380,204.08 |
| Personas que comen bocaditos, postres y ensaladas (70.11%) | 242,055.52 | 247,864.85 | 253,813.60 | 259,905.13 | 266,142.85 |
| ***PARTICIPACIÓN DEL MERCADO (5%)*** | 12,102.78 | 12,393.24 | 12,690.68 | 12,995.26 | 13,307.14 |
| Gasto promedio por persona ($) | 25.35 | 25.35 | 25.35 | 25.35 | 25.35 |
| Frecuencia media de salidas a comer | 2.8598 | 2.8598 | 2.8598 | 2.8598 | 2.8598 |
| ***INGRESOS POR VENTA ($)*** | ***877,401.99*** | ***898,459.64*** | ***920,022.67*** | ***942,103.21*** | ***964,713.69*** |

| | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---|---|---|---|---|---|
| Población de Guayaquil | 2,536,345.12 | 2,597,217.40 | 2,659,550.62 | 2,723,379.83 | 2,788,740.95 |
| 20% más rico de la ciudad | 507,269.02 | 519,443.48 | 531,910.12 | 544,675.97 | 557,748.19 |
| Personas que salen a comer por las tardes y/o noches (76.75%) | 389,328.98 | 398,672.87 | 408,241.02 | 418,038.80 | 428,071.74 |
| Personas que comen bocaditos, postres y ensaladas (70.11%) | 272,530.28 | 279,071.01 | 285,768.71 | 292,627.16 | 299,650.22 |
| ***PARTICIPACIÓN DEL MERCADO (5%)*** | 13,626.51 | 13,953.55 | 14,288.44 | 14,631.36 | 14,982.51 |
| Gasto promedio por persona ($) | 25.35 | 25.35 | 25.35 | 25.35 | 25.35 |
| Frecuencia media de salidas a comer | 2.8598 | 2.8598 | 2.8598 | 2.8598 | 2.8598 |
| ***INGRESOS POR VENTA ($)*** | ***987,866.82*** | ***1,011,575.62*** | ***1,035,853.43*** | ***1,060,713.92*** | ***1,086,171.05*** |

## 3. CAPITAL DE TRABAJO

Además de la inversión inicial en activos fijos, es de vital importancia calcular la inversión que se necesita para financiar los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto. Este rubro corresponde al capital de trabajo.

Se ha decidido calcular el monto de esta inversión mediante el *método del déficit acumulado máximo*. Para esto, se necesita obtener el saldo de caja en cada mes del primer año, restando los egresos de los ingresos y, luego obtener el saldo acumulado en cada mes. El capital de trabajo del proyecto corresponderá al rubro que represente el mayor déficit en los saldos acumulados.

Antes de proceder al cálculo del capital de trabajo es necesario estimar los egresos que serán considerados: Gastos de Sueldos y Salarios, Gastos de Publicidad y Promoción y Gastos de Servicios Básicos.

## TABLA 18. Balance de personal

| CARGO | CANT. DE EMPLEADOS | GASTO EN SALARIOS MENSUAL ($) | GASTO EN SALARIOS ANUAL ($) |
|---|---|---|---|
| Gerente General | 1 | 1000.00 | 12000.00 |
| Asistente Adm. - Contable | 1 | 500.00 | 6000.00 |
| Cajera (o) | 1 | 300.00 | 3600.00 |
| Jefe de cocina | 1 | 700.00 | 8400.00 |
| Cocineros | 4 | 400.00 | 19200.00 |
| Meseros | 6 | 230.00 | 16560.00 |
| Personal de limpieza | 2 | 230.00 | 5520.00 |
| Guardián | 1 | 230.00 | 2760.00 |
| ***TOTAL*** | | | ***74040.00*** |

## TABLA 19. Gasto de publicidad y promoción

| NOMBRE DEL MEDIO | DETALLE | COSTO DEL ANUNCIO ($) | CANT. DE ANUNCIOS | COSTO TOT. ANUAL ($) |
|---|---|---|---|---|
| La Revista | 1/3 pag. Vertical | 1,150.00 | 4 | 4,600.00 |
| Hogar | 1/3 pag. Horizontal | 2,550.00 | 6 | 15,300.00 |
| Diners | 1/3 pag. Horizontal | 2,100.00 | 6 | 12,600.00 |
| Gestión | 1 página | 4,750.00 | 6 | 28,500.00 |
| Cosas | 1/3 pag. Horizontal | 2,100.00 | 6 | 12,600.00 |
| Vanidades | 1/3 pag. Horizontal | 2,250.00 | 6 | 13,500.00 |
| Soho | 1 página | 4,200.00 | 6 | 25,200.00 |
| | | | | ***112,300.00*** |

## TABLA 20. Gasto en energía eléctrica

| ENERGÍA ELÉCTRICA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **EQUIPO** | **CANT. DE EQUIPOS** | **KW** | **HORAS DIARIAS DE USO** | **KWH/MES** | **GASTO MENSUAL POR EQUIPO** | **GASTO TOT. MENSUAL** | **GASTO TOT. ANUAL** |
| Central de aire acondicionado | 1 | 1.20 | 17 | 612 | 52.57 | 52.57 | 630.84 |
| Horno de convexión de 4 latas | 1 | 0.50 | 17 | 255 | 19.37 | 19.37 | 232.44 |
| Horno microondas | 1 | 0.70 | 2 | 42 | 2.86 | 2.86 | 34.32 |
| Congelador vertical panorámico | 2 | 0.50 | 24 | 360 | 29.13 | 58.26 | 699.12 |
| Refrigerador panorámico | 3 | 0.25 | 24 | 180 | 13.00 | 39.00 | 468.00 |
| Plancha sanduchera | 4 | 1.20 | 5 | 180 | 13.00 | 52.00 | 624.00 |
| Licuadora | 2 | 0.19 | 5 | 28.05 | 1.91 | 3.82 | 45.84 |
| Máquina para milkshakes | 1 | 0.19 | 5 | 28.05 | 1.91 | 1.91 | 22.92 |
| Máquina para hacer helados | 1 | 0.19 | 5 | 28.05 | 1.91 | 1.91 | 22.92 |
| Batidora Kitchen Aid | 2 | 0.19 | 8 | 44.88 | 3.05 | 6.10 | 73.20 |
| Cafetera de agua y vapor | 1 | 0.90 | 5 | 135 | 9.50 | 9.50 | 114.00 |
| Máquina para jugos (4 recipientes) | 1 | 0.19 | 12 | 67.32 | 4.63 | 4.63 | 55.56 |
| Acondicionador de aire | 2 | 2.85 | 17 | 1454 | 130.83 | 261.66 | 3,139.92 |
| Equipo de sonido | 1 | 0.08 | 17 | 40.8 | 2.77 | 2.77 | 33.24 |
| Focos | 20 | 0.10 | 17 | 51 | 3.47 | 69.40 | 832.80 |
| Equipo de Computación | 2 | 0.40 | 12 | 144 | 10.16 | 20.32 | 243.84 |
| ***TOTAL*** | | | | | | ***606.08*** | ***7,272.96*** |
| Fuente: *Corporación para la Administración temporal Eléctrica de Guayaquil (CATEG)* | | | | | | | |

## TABLA 21. Gastos de servicios básicos

| SERVICIO BÁSICO | GASTO TOT. MENSUAL | GASTO TOT. ANUAL |
|---|---|---|
| Energía Eléctrica | 606.08 | 7,272.96 |
| Agua Potable | 50.00 | 600.00 |
| Teléfono | 50.00 | 600.00 |
| ***TOTAL*** | ***706.08*** | ***8,472.96*** |

Para aclarar la lectura de la tabla que se mostrará a continuación, es preciso indicar que se ha establecido un margen de costo de ventas muy conservador del 60% de los ingresos por ventas. Este margen se mantendrá al momento de elaborar el flujo de caja.

Otra aclaración importante es que se ha prorrateado el Gasto anual de Publicidad y Promoción ($112,300.00), mostrado en la TABLA 19, de la siguiente manera: el 25% del gasto en el mes de enero, el 20% en el mes de febrero y, el resto se ha repartido por igual entre los demás meses. Esto debido a la agresividad de la publicidad que debe mostrarse en los meses de introducción del negocio.

**TABLA 22. Capital de trabajo (*método del déficit acumulado máximo*)**

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % Ventas en cada mes | 0.02 | 0.03 | 0.03 | 0.06 | 0.08 | 0.08 |
| Ventas del primer año | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 |
| ***TOTAL DE INGRESOS*** | ***17,548.04*** | ***26,322.06*** | ***26,322.06*** | ***52,644.12*** | ***70,192.16*** | ***70,192.16*** |
| Costo de Venta | 10,528.82 | 15,793.24 | 15,793.24 | 31,586.47 | 42,115.30 | 42,115.30 |
| Gastos de Sueldos y Salarios | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 |
| Gastos de Publicidad y Promoción | 28,075.00 | 22,460.00 | 6,176.50 | 6,176.50 | 6,176.50 | 6,176.50 |
| Gastos de Servicios Básicos | 706.08 | 706.08 | 706.08 | 706.08 | 706.08 | 706.08 |
| ***TOTAL DE EGRESOS*** | ***-45,479.90*** | ***-45,129.32*** | ***-28,845.82*** | ***-44,639.05*** | ***-55,167.88*** | ***-55,167.88*** |
| ***FLUJOS MENSUALES*** | ***-27,931.86*** | ***-18,807.26*** | ***-2,523.76*** | ***8,005.07*** | ***15,024.28*** | ***15,024.28*** |
| ***SALDO ACUMULADO*** | ***-27,931.86*** | ***-46,739.12*** | ***-49,262.88*** | ***-41,257.81*** | ***-26,233.53*** | ***-11,209.24*** |

| | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % Ventas en cada mes | 0.08 | 0.08 | 0.08 | 0.08 | 0.08 | 0.30 |
| Ventas del primer año | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 | 877,401.99 |
| ***TOTAL DE INGRESOS*** | ***70,192.16*** | ***70,192.16*** | ***70,192.16*** | ***70,192.16*** | ***70,192.16*** | ***263,220.60*** |
| Costo de Venta | 42,115.30 | 42,115.30 | 42,115.30 | 42,115.30 | 42,115.30 | 157,932.36 |
| Gastos de Sueldos y Salarios | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 | 6,170.00 |
| Gastos de Publicidad y Promoción | 6,176.50 | 6,176.50 | 6,176.50 | 6,176.50 | 6,176.50 | 6,176.50 |
| Gastos de Servicios Básicos | 706.08 | 706.08 | 706.08 | 706.08 | 706.08 | 706.08 |
| ***TOTAL DE EGRESOS*** | ***-55,167.88*** | ***-55,167.88*** | ***-55,167.88*** | ***-55,167.88*** | ***-55,167.88*** | ***-170,984.94*** |
| ***FLUJOS MENSUALES*** | ***15,024.28*** | ***15,024.28*** | ***15,024.28*** | ***15,024.28*** | ***15,024.28*** | ***92,235.66*** |
| ***SALDO ACUMULADO*** | ***3,815.04*** | ***18,839.33*** | ***33,863.61*** | ***48,887.89*** | ***63,912.18*** | ***156,147.84*** |

Como se observa en la TABLA 22, el capital de trabajo para el proyecto es de $49,262.88, puesto que corresponde al máximo déficit acumulado.

## 4. VALOR DE DESECHO

El valor de desecho se lo ha calculado utilizando el *método contable,* puesto que es un método más conservador.

El valor contable o valor en libros corresponde al valor de adquisición de cada activo menos la depreciación que tenga acumulada a la fecha de su cálculo.

Los activos fijos que tienen una vida útil de 10 años, estarán depreciados completamente en el año 10. Los equipos con duración de 5 años se depreciaron en el año 5, se volvieron a adquirir en ese año y, terminaron con un valor contable de cero en el año 10.

El equipo de computación, con duración de 3 años, se depreció en el año 3, se lo repuso en ese año, se volvió a depreciar en el año 6, se lo adquirió nuevamente en ese período, se volvió a depreciar en el año 9, se lo repuso en ese mismo año, quedando esta vez, con un valor de desecho al final del año 10.

El terreno no se deprecia con el paso del tiempo, por lo que se considera a su valor de compra como valor de desecho.

El edificio tiene una vida útil de 20 años, lo que significa que para finales del período 10, este activo fijo se ha depreciado en la mitad de su valor.

A continuación se muestra una tabla con los activos fijos que todavía tienen un valor contable al final del año 10:

**TABLA 23. Valor de desecho contable**

| VALOR DE DESECHO (MÉTODO CONTABLE) | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **ACTIVOS** | **VALOR DE COMPRA ($)** | **VIDA CONTABLE (AÑOS)** | **DEPRECIA-CIÓN ANUAL ($)** | **AÑOS DEPRECIÁN-DOSE** | **DEPRECIA-CIÓN ACUMULADA ($)** | **VALOR EN LIBROS ($)** |
| Terreno | 57,000.00 | | | | | 57,000.00 |
| Edificio | 131,717.39 | 20 | 6,585.87 | 10 | 65,858.70 | 65,858.70 |
| Equipo de Computación | 1,600.00 | 3 | 533.33 | 2 | 1,066.67 | 533.33 |
| ***VALOR DE DESECHO*** | | | | | | ***123,392.03*** |

## 5. TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)

Dado que el proyecto requiere de un préstamo para su ejecución, se ha optado por el método del *Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)* para obtener la TMAR con la que se descontarán los flujos de caja. Este método permite calcular la rentabilidad mínima que la empresa deberá esperar para satisfacer las rentabilidades exigidas por sus accionistas y acreedores.

La fórmula que se utiliza para calcular el rendimiento del capital es:

$$r_k = r_d * L * (1-T) + r_e (1-L)$$

Donde:

$r_k$ : Rendimiento del capital (TMAR).

$r_d$: Rentabilidad sobre la deuda. En este caso, como sólo se tiene una deuda, $r_d$ corresponde a la tasa de interés del préstamo.

*L:* Nivel de endeudamiento.

1-*L:* Porcentaje de capital propio.

*T:* Tasa de impuestos.

$r_e$: Rentabilidad de los accionistas.

Ahora, para obtener la rentabilidad de los accionistas, se ha utilizado el *Método de Valoración de Activos de Capital (CAPM )*, el mismo que maneja la siguiente fórmula:

$$r_e = Rf_{U.S.A.} + \beta\left(Rm - Rf_{U.S.A..}\right) + Rf_{ECU..}$$

Donde:

$Rf_{U.S.A.}$: Tasa de los Bonos del Tesoro Americano (con vencimiento de 10 años).

$\beta$ : Beta de la industria comparable de EE.UU. (puesto que no se conoce el beta del negocio). El $\beta$ utilizado es el de la industria de restaurantes de EE.UU.

*Rm*: Rentabilidad del mercado.

$Rf_{ECU.}$: Riesgo país de Ecuador.

Las TABLAS 25 y 26 el cálculo correspondiente de la rentabilidad de los accionistas (*CAPM*) y de la TMAR (*CCPP*).

**TABLA 24. Tasas de los bonos del tesoro americano**

| U.S. TREASURY BONDS RATES | | | | |
|---|---|---|---|---|
| MATURITY | YIELD | YESTERDAY | LAST WEEK | LAST MONTH |
| 3 Month | 0.27 | 0.27 | 0.15 | 0.04 |
| 6 Month | 0.38 | 0.37 | 0.31 | 0.25 |
| 2 Year | 0.98 | 0.96 | 0.84 | 0.77 |
| 3 Year | 1.41 | 1.38 | 1.25 | 1.04 |
| 5 Year | 1.93 | 1.90 | 1.69 | 1.67 |
| ***10 Year*** | ***2.92*** | 2.88 | 2.67 | 2.48 |
| 30 Year | 3.68 | 3.67 | 3.43 | 3.02 |
| FUENTE: *Yahoo Finance* | | | | |

**TABLA 25. Rentabilidad del accionista**

| VALORACIÓN DE ACTIVOS DE CAPITAL (CAPM) | |
|---|---|
| Rm | 3.14% |
| Beta | 0.68 |
| Rf (T-Bonds) | 2.92% |
| Riesgo País (Ecuador) | 39.58% |
| ***Re*** | ***42.65%*** |

**TABLA 26. TMAR**

| COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (CCPP) | |
|---|---|
| Rentabilidad sobre la deuda (*Rd*) | 0.12 |
| Nivel de endeudamiento (*L*) | 0.60 |
| Tasa impositiva (*T*) | 0.25 |
| Escudo Fiscal (1-*T*) | 0.75 |
| Porcentaje de capital propio (1-*L*) | 0.40 |
| Rentabilidad del accionista (*Re*) | 0.4265 |
| ***Rk*** | ***22.46%*** |

## 6. FLUJO DE CAJA

### TABLA 27. Flujo de caja

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ingresos por Ventas | | 877,401.99 | 898,459.64 | 920,022.67 | 942,103.21 | 964,713.69 |
| Costo de Venta | | 526,441.19 | 539,075.78 | 552,013.60 | 565,261.93 | 578,828.21 |
| **Margen Bruto** | | 350,960.80 | 359,383.85 | 368,009.07 | 376,841.28 | 385,885.48 |
| Ingresos Vta. Maq. Reemplazo | | 0.00 | 0.00 | 480.00 | 0.00 | 1,783.22 |
| Gastos de Sueldos y Salarios | | 74,040.00 | 74,040.00 | 74,040.00 | 74,040.00 | 74,040.00 |
| Gastos de Publicidad y Promoción | | 112,300.00 | 112,300.00 | 112,300.00 | 112,300.00 | 112,300.00 |
| Gastos de Servicios Básicos | | 8,472.96 | 8,472.96 | 8,472.96 | 8,472.96 | 8,472.96 |
| Gastos por Depreciación | | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 |
| Gastos de Interés | | 16,715.71 | 14,085.02 | 11,138.38 | 7,837.85 | 4,140.92 |
| **Utilidad Antes de Impuestos (U.A.I.)** | | **127,300.94** | **138,354.69** | **150,406.55** | **162,059.29** | **176,583.62** |
| Participación Trabajadores 15% | | 19,095.14 | 20,753.20 | 22,560.98 | 24,308.89 | 26,487.54 |
| **Utilidad Antes de Impuesto a la Renta** | | **108,205.80** | **117,601.49** | **127,845.56** | **137,750.40** | **150,096.08** |
| Impuesto a la Renta 25% | | 27,051.45 | 29,400.37 | 31,961.39 | 34,437.60 | 37,524.02 |
| **Utilidad Neta** | | **81,154.35** | **88,201.12** | **95,884.17** | **103,312.80** | **112,572.06** |
| Gastos de Depreciación | | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 |
| Inversión Inicial Maq. Y Equipos | 43,169.30 | 0.00 | 0.00 | 1,600.00 | 0.00 | 8,550.51 |
| Inv. Inicial Obra Física | 131,717.39 | | | | | |
| Inv. Terreno | 57,000.00 | | | | | |
| Préstamo | 139,132.01 | | | | | |
| Gastos de Amortización | | 21,904.18 | 24,534.87 | 27,481.51 | 30,782.04 | 34,478.97 |
| Capital de Trabajo | 49,262.88 | | | | | |
| Valor de Desecho | | | | | | |
| ***Flujos Anuales*** | ***-142,017.55*** | ***71,381.35*** | ***75,797.43*** | ***78,933.84*** | ***84,661.94*** | ***81,673.77*** |

| | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|---|---|---|---|---|---|
| Ingresos por Ventas | 987,866.82 | 1,011,575.62 | 1,035,853.43 | 1,060,713.92 | 1,086,171.05 |
| Costo de Venta | 592,720.09 | 606,945.37 | 621,512.06 | 636,428.35 | 651,702.63 |
| **Margen Bruto** | 395,146.73 | 404,630.25 | 414,341.37 | 424,285.57 | 434,468.42 |
| Ingresos Vta. Maq. Reemplazo | 480.00 | 0.00 | 0.00 | 480.00 | 4,099.30 |
| Gastos de Sueldos y Salarios | 74,040.00 | 74,040.00 | 74,040.00 | 74,040.00 | 74,040.00 |
| Gastos de Publicidad y Promoción | 112,300.00 | 112,300.00 | 112,300.00 | 112,300.00 | 112,300.00 |
| Gastos de Servicios Básicos | 8,472.96 | 8,472.96 | 8,472.96 | 8,472.96 | 8,472.96 |
| Gastos por Depreciación | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 |
| Gastos de Interés | | | | | |
| **Utilidad Antes de Impuestos (U.A.I.)** | **188,682.58** | **197,686.10** | **207,397.23** | **217,821.42** | **231,623.58** |
| Participación Trabajadores 15% | 28,302.39 | 29,652.92 | 31,109.58 | 32,673.21 | 34,743.54 |
| **Utilidad Antes de Impuesto a la Renta** | **160,380.20** | **168,033.19** | **176,287.65** | **185,148.21** | **196,880.04** |
| Impuesto a la Renta 25% | 40,095.05 | 42,008.30 | 44,071.91 | 46,287.05 | 49,220.01 |
| **Utilidad Neta** | **120,285.15** | **126,024.89** | **132,215.73** | **138,861.16** | **147,660.03** |
| Gastos de Depreciación | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 | 12,131.18 |
| Inversión Inicial Maq. Y Equipos | 1,600.00 | 0.00 | 0.00 | 1,600.00 | 0.00 |
| Inv. Inicial Obra Física | | | | | |
| Inv. Terreno | | | | | |
| Préstamo | | | | | |
| Gastos de Amortización | | | | | |
| Capital de Trabajo | | | | | |
| Valor de Desecho | | | | | 123,392.03 |
| ***Flujos Anuales*** | ***130,816.33*** | ***138,156.08*** | ***144,346.92*** | ***149,392.34*** | ***283,183.24*** |
| **TMAR** | **22.46%** | | | | |
| **VAN ($)** | **195,376.64** | | | | |
| **TIR** | **57.46%** | | | | |

## 6.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

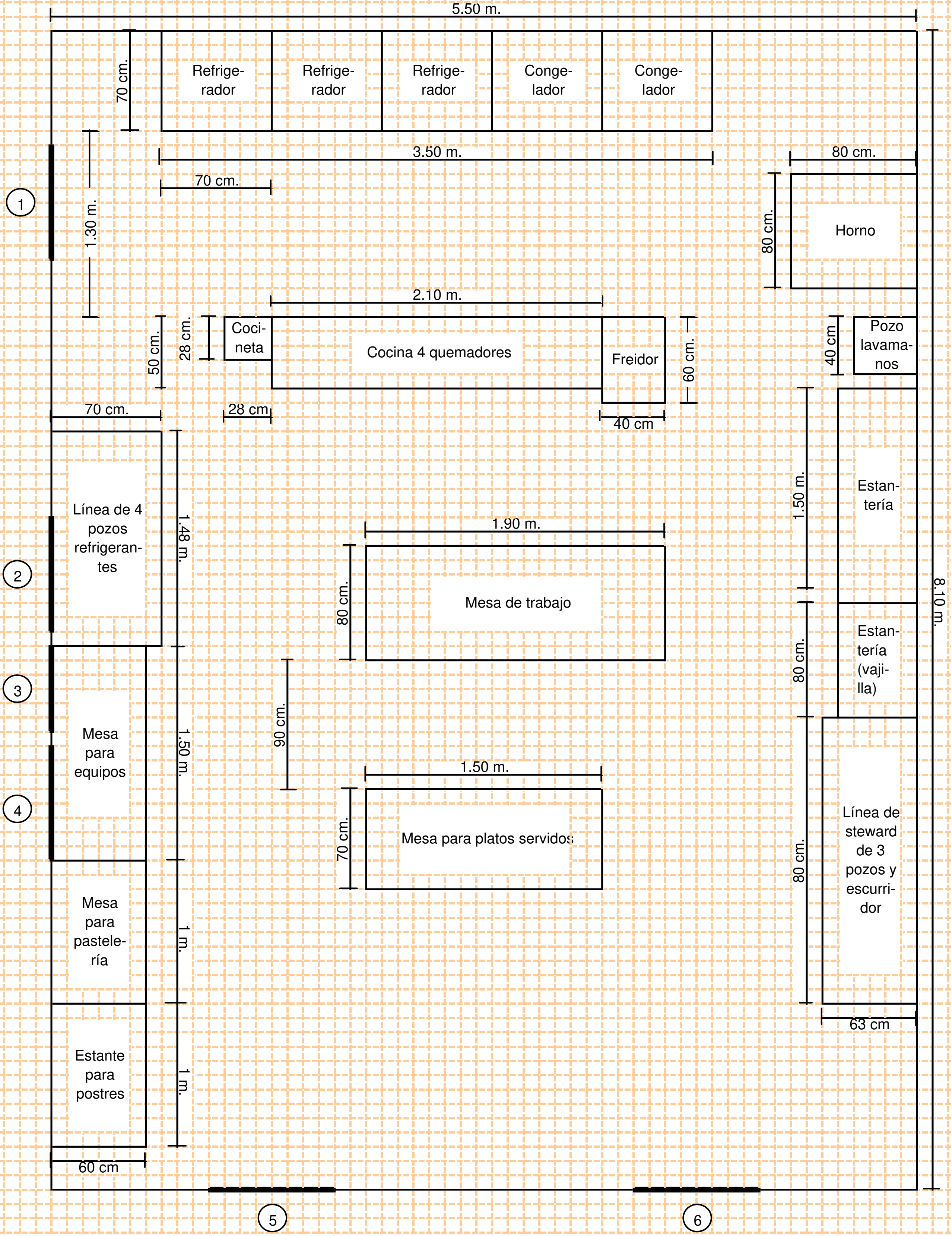
Al hacer una evaluación global de los resultados de los estudios realizados en este proyecto, podemos concluir que el café gourmet tiene grandes posibilidades de ser aceptado dentro del mercado y de lograr una participación relevante, lo cual se ve reflejado en el nivel de ventas proyectadas y en el significativo VAN que se obtuvo.

Luego de analizar la TIR y observar que es mayor a la TMAR, se puede concluir que el proyecto es rentable.

No obstante, es necesario mantener siempre estándares superiores de calidad, higiene y seguridad alimenticia, tener personal especializado en la cocina y en la atención a los clientes, innovar constantemente el servicio que ofrece el café gourmet y, sobretodo, preocuparse por satisfacer las necesidades variantes de los consumidores.

# ANEXOS

## ANEXO 1. PLANO DE LA COCINA DEL PROYECTO DEL CAFÉ GOURMET




| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Puerta de entrada de mercadería | 4 | Repisa |
| 2 | Repisa | 5 | Puerta de salida de la cocina |
| 3 | Repisa para microondas | 6 | Puerta de entrada a la cocina |

# Bibliografía


- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. *Fundamentos de Mercadotécnia*. Cuarta Edición. Prentice Hall, México, 1998.

- KOTLER, Philip. *Dirección de Marketing*. Décima Edición. Pearson Educación, México, 2001.

- BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición. McGraw – Hill, México, 2001.

- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición. Mc Graw Hill Interamericana, Chile, 2000.