

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

COLEGIO DE HOSPITALIDAD Y ARTE CULINARIO
ARTE CULINARIO

Creación, de un restaurante de cocina fusión Asiática en la Isla de San Cristóbal –
Galápagos

Creación, de un restaurante de cocina Tex –Mex para las Universidades de la
ciudad de Quito

AUTOR

PABLO MISAEEL VIERA MOPOSITA

TUTOR

CLAUDIO IANOTTI

QUITO – ECUADOR

2012

Universidad San Francisco de Quito

Creación, de un restaurante de cocina fusión Asiática en la Isla de San Cristóbal – Galápagos

Creación, de un restaurante de cocina Tex –Mex para las Universidades de la ciudad de Quito

Pablo Viera

Claudio Ianotti

Asesor del proyecto de titulación

Analista en producción y administración Agropecuaria

Profesor en Arte Culinario

Mauricio Cepeda

Decano del Colegio de Hospitalidad y Arte Culinario

Máster en Hospitalidad

Quito, Ecuador 2012

Derechos de autor (Copyright). El decanato tiene el derecho de pedir al estudiante que se le provea de una copia impresa de la tesis o disertación, y de ciertos originales de las grabaciones y otros materiales para ser retenidos como propiedad de la Universidad. Sin embargo, los derechos de publicación de la tesis o disertaciones están reservados para el estudiante como autor, como dicta la actual Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Incluir los siguientes datos:

- Derechos de autor
- Pablo Viera
- 2012

Dedicatoria.

Esta tesina, va dedicada a mis padres Bertha Elena Moposita Garrido y Segundo Misael Viera Viera, que con su esmero y buenos valores supieron encaminarme y apoyarme en toda mi vida universitaria.

Agradecimiento.

Agradezco a todo el personal docente de la, prestigiosa Universidad San Francisco de Quito, por el compartir todos sus conocimientos en todos estos años de Estudiante de la misma.

Índice

Capitulo 1

1.1 Creación, de un restaurante de cocina fusión Asiática en la Isla de San Cristóbal – Galápagos

Capitulo 2

2.1 Creación, de un restaurante de cocina Tex –Mex para las Universidades de la ciudad de Quito

Creación, de un restaurante de cocina fusión Asiática en la Isla de San Cristóbal - Galápagos.

Misión.

El motivo de creación de la empresa, se debe a que en la localidad de La Isla San Cristóbal, es un lugar turístico y las opciones o variedad para el turista dentro de restaurantes o variedad de comida es limitada, además la creación de esta es dar a conocer el estilo de cocina sana al turista ya sea extranjero, nacional o de la propia localidad dando así más amplitud a la hora de seleccionar un lugar para comer o compartir.

Visión.

Nosotros como empresa, queremos dar a nuestros clientes, la calidad y la confianza de que nuestro producto siempre va hacer sano, nutritivo; además siempre estar pendiente de las nuevas tendencias dentro de la cocina Asiática Fusión, para prestar una mejor atención y un mejor servicio, llevando así al restaurante hacia el futuro con esa garantía de ser siempre un producto innovador y de durabilidad.

Plan de Marketing.

- Análisis de la situación
- Análisis del mercado
- Análisis de la demanda
- Ver el mercado objetivo
- Crear un nuevo producto
- Crear el posicionamiento del mismo
- Crear un seguimiento del mismo ante otros similares
- Generar más competencia ante los otros
- Delimitar el mercado, la plaza, el precio y la promoción
- Tener un análisis del FODA
- Aumentar la participación en el mercado de mi producto

Análisis situacional.

En la isla de San Cristóbal, es muy limitado el mercado de restaurantes que ofrezcan variedad y calidad ya que no existe el interés por parte del mercado de seguir innovando y creciendo para una demanda de calidad, ya que a la Isla llegan al año 1.300.000 turistas ya sean estos extranjeros o nacionales; existen algunos problemas en la isla que de alguna manera limita a seguir creciendo, que es el hecho de que todo los productos primarios deben llegar desde el continente, debido a leyes que protegen el Parque Nacional Galápagos.

Frase de posicionamiento.

“Comida sana, para personas que quieren sentirse sanos”

Estrategias de producto.

Beneficios tangibles.

- Más opciones para los turistas
- Enseñar un nuevo estilo de comida para la localidad
- Mas económico
- Comida sana

Beneficios intangibles.

- Servicio de calidad
- Ambiente único

Costos no monetarios.

- El pagar por un nuevo servicio
- El tener acceso a la comida siempre
- Comida diferente

Marca.

The Original Wok

Logotipo.



San Cristóbal-ECU

Garantía implícita – explícita.

Dar a nuestro consumidor, un show en vivo de la cocina asiática y cuidar siempre la salud del mismo dando el concepto a su vez de cocina chifa.

Formas de pago.

Siendo un lugar turístico, hemos llegado a la conclusión que la mejor forma de trabajar y satisfacer a nuestros clientes de una mejor manera es aceptando todo tipo de tarjeta de crédito, además efectivo para las personas que desconfían de este servicio.

Matriz línea de productos.

Cerdo con salsa dulce picante y fideo salteado al Wok

- * Plato de 500 gramos
- *Plato de 500 gramos estilo gourmet
- *Plato de 250 gramos (media porción)
- *Plato de 200 gramos (Para niños)
- *Plato de 500 y 250 para llevar

Salteado de res a lo chifa

- *Plato de 500 gramos
- *Plato de 500 gramos estilo gourmet
- *Plato de 500 gramos para llevar
- *Plato de 500 gramos vegetariano

Asían Chicken Noodle Soup

- *Plato sopero 400 ml
- *Plato sopero 400 ml estilo gourmet
- *Tarrina de espuma 500 ml para llevar
- *Plato sopero de 200 gramos (porción infantil)

Mix de carnes con arroz frito y salsa curry thai

- *Plato de 500 gramos
- *Plato de 500 gramos estilo gourmet
- *Plato de 500 gramos para llevar
- *Plato de 250 gramos (Media porcino)
- *Plato de 200 gramos porción infantil
- *Plato de 250 gramos para llevar

Servicios complementarios.

Dentro del restaurante, contara con servicio de WIFI, además de una área para fumadores.

Ubicación exacta del servicio.

El restaurante, se va a encontrar en la isla de San Cristóbal, exactamente en la Av. Charles Darwin y calle de los marinos Barrio Frío, Malecón de San Cristóbal.

Área de cobertura del servicio.

La cobertura del restaurante, se va ubicar únicamente en la isla de San Cristóbal, mas especifico en la limitación con la parte alta de la isla; para esto contaremos con servicio a domicilio.

Potenciales intermediarios.

Con el tiempo, se tiene pensado prestar el mismo estilo de restaurante para las demás islas, dando como franquicias para poder llegar a más personas; estos serian agentes.

Intensidad de distribución.

El servicio que estamos ofreciendo es exclusivo debido al target al que nos estamos dirigiendo; el producto a quien está dirigido, es a personas que quieran experimentar una nueva cocina en la localidad con productos frescos, sanos y con productos del mar.

Perfil de consumidor.

El consumidor a quien me dirigido, no tiene un límite de edad, solo debe tener el interés en conocer, saborear y descubrir nuevos sabores; este puede ir desde los 18 hasta los 60 años de un nivel socio económico medio.

También debe mi consumidor adaptare a un estilo diferente ya que el restaurante cuenta con mesas bajas y para ingresar al mismo se debe ingresar descalzo, además el producto final a servir se debe comer con palillos chinos, que vienen

con un manual de instrucciones como utilizarlos; el consumidor de mi producto debe estar dispuesto a llevarse sorpresas dentro del mismo ya que se hace un show en vivo mientras se cocinan sus pedidos. Así damos un plus a nuestro producto y llamar la atención de nuestros futuros clientes de este manera.

Precio.

Los precios, para el ingreso de este producto van hacer manejados con un precio de penetración, dependiendo de la aceptación del mismo se ira incrementando en el tiempo, en productos como comida no se pueden realizar descuento, pero se pueden hacer cupones para la compra de algo, puede reclamar una gaseosa, además se puede hacer combos para dar otra opción al consumidor.

Listado precios competencia directa / indirecta.

La competencia, en la Isla de San Cristóbal va desde hamburguesas, pizzas y comida familiar o almuerzos; puesto que para el producto que se va ofrecer se podría decir que no existe competencia ya que es nuevo en todo sentido variedad, forma de montaje, calidad y sabor, pero con relación a precios dos de los restaurantes que tienen mayor cantidad de clientes, sus precios van los mas económicos desde 7 dólares y los mas caros 12 dólares.

Promoción.

Los medios en los que se el producto se va a promocionar van hacer radio y televisión, ya que estos medios son los que los posibles clientes usarían en la Isla, el otro sería el de boca a boca, que es mas rápido y llega a las personas, el mensaje que se quiere transmitir es el de un restaurante nuevo, que ofrece comida sana y el de ir al restaurante es generar en el consumidor status, además como lanzamiento del restaurante se va hacer un evento de inauguración, donde se van a generar relaciones con posibles consumidores o personas del medio.

Anexos.

Estudio demográfico de galápagos, para la implementación de un nuevo producto en la isla de San Cristóbal, vamos a tomar cuantas personas habitan propias de las islas, cuantos turistas ingresan por avión, crucero; cuanto es el ingreso por persona, en que edades se encuentra esta población y cuáles son las principales necesidades.

En galápagos, el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) informó que las Islas Galápagos cuentan con 19.184 habitantes permanentes, que se dividen en 9.950 pertenecen al sexo masculino y 9.234 al femenino.

CENSO POBLACIONAL GALÁPAGOS 2006

POBLACION GALAPAGOS: 19.184

Hombres: 9.950

Mujeres: 9.234

HABITANTES POR CANTONES:

SANTA CRUZ: 11.262

Hombres: 5.753

Mujeres: 5.509

SAN CRISTOBAL: 6142
Hombres: 3.247
Mujeres: 2.895

ISABELA: 1.780
Hombres: 950
Mujeres: 830

GRANDES GRUPOS DE EDAD

Menores de 15 años: 6.121
De 15 a 24 años: 3.486
De 25 a 64 años: 9.019
De 65 años y más: 558

AREAS GEOGRAFICAS:
Area Urbana: 16.317
Area Rural: 2.867

Las cifras que vamos a tomar para seguir con nuestro estudio son las de la Isla San Cristóbal, son 6142 personas que habitan en la isla el 8% de esta vive en la zona rural de la isla, pero siempre este 8% tienen que cubrir sus necesidades, así que tienen acceso a la zona urbana, donde lo que más consume la población es productos de primera necesidad, comida, luego se encuentran ropa, electrodomésticos, educación. Es por el hecho de que entre sus principales necesidades está en consumir comida hace que nuestro proyecto sea viable para ese grupo.

Según el banco central del Ecuador, las tasas de interés en el 2010 van en este porcentaje.

SEPTIEMBRE 2010 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.04	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.27	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.86	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.75	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.99	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.45	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.25	Depósitos de Ahorro	1.31
Depósitos monetarios	1.13	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.38		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.55	Plazo 121-180	4.73
Plazo 61-90	3.50	Plazo 181-360	5.55
Plazo 91-120	4.39	Plazo 361 y más	6.51

Las tasas de inflación.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

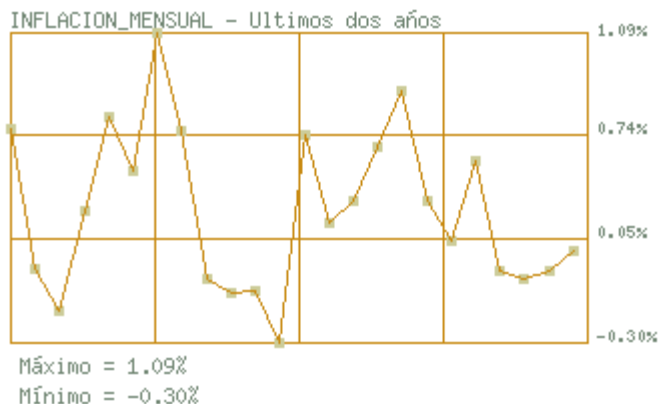
Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico.

La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativa, racionales, etc.), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.



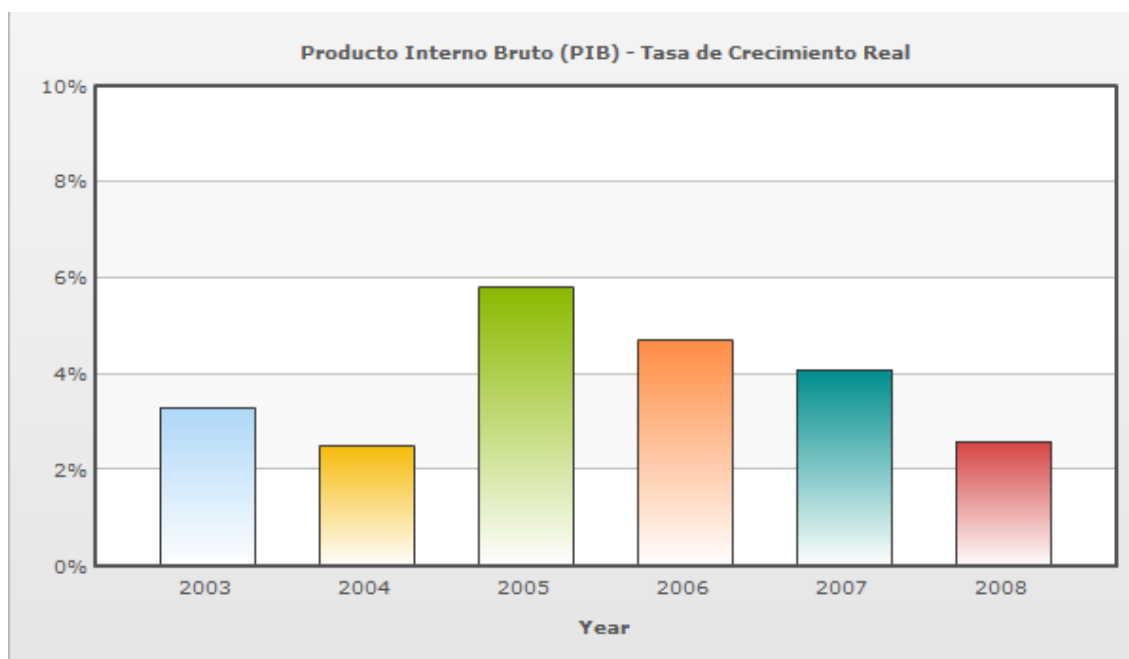
Impuestos que tiene el Ecuador.

En el Ecuador existen los siguientes impuestos: impuesto a los Consumos Especiales, Impuesto a los Vehículos Motorizados, Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a la Salida de Divisas, Impuesto a los activos en el exterior, Impuesto a las Tierras Rurales, Impuesto a los Ingresos Extraordinarios; estos están administrados por el SRI, estos impuestos sirven para financiar los servicios y obras de carácter general que debe proporcionar el Estado a la sociedad. Destacan los servicios de educación, salud, seguridad y justicia y en infraestructura, lo relativo a la vialidad y la infraestructura comunal.

El producto interno Bruto del Ecuador.

Producto Interno Bruto (PIB): \$98.28 miles de millones (2007 est.)

El producto interno bruto, es el valor de todos los servicios y bienes dentro de un país o nación de un año, este también ve el valor adquisitivo que tiene la nación con la suma de los valores de todos los bienes y servicios producidos, este valor se mide con respecto a precios o valores de Estados Unidos, la mayoría de economías prefieren utilizar esta cuando estudian en nivel per cápita de una sociedad.



Año	Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2003	3,30 %	90		2002 est.
2004	2,50 %	129	-24,24 %	2003 est.
2005	5,80 %	59	132,00 %	2004 est.
2006	4,70 %	104	-18,97 %	2005 est.
2007	4,10 %	128	-12,77 %	2006 est.
2008	2,60 %	172	-36,59 %	2007 est.

Los gastos del estado en que se dividen.

El gasto público, que realiza el Estado para comprar bienes y servicios y así atender las necesidades públicas se clasifican en los siguientes rubros:

- 1.- Administración general.
- 2.- Defensa.
- 3.- Seguridad.
- 4.- Salud.
- 5.- Educación.
- 6.- Desarrollo de la economía.
- 7.- Bienestar social.
- 8.- Ciencia y Técnica.
- 9.- Deuda Pública.

Estos gastos pueden ser corrientes cuando se destinan para el normal funcionamiento, o de capital cuando contribuyen a aumentar el patrimonio público.

Los impuestos: Los impuestos son fijados por ley y pueden ser directos, como lo son el impuesto a las ganancias o a los bienes personales o indirectos, como el IVA o Ingresos Brutos. También se los clasifica como fijos, por ejemplo ciertos impuestos de sellos, proporcionales como el IVA donde se aplica una misma tasa y progresivos, como el impuesto a la Ganancias donde la alícuota aumenta a medida que aumenta el monto sujeto a impuesto.

Desde el punto de vista económico, los impuestos son de tres clases:

- a) En función de los ingresos (Ej. Ganancias).
- b) En función del patrimonio (Ej. Bienes personales).
- c) En función del consumo (Ej. IVA, impuestos internos que no pagan por ejemplo el tabaco o bebidas alcohólicas).

Creación, de un restaurante de cocina Tex –Mex para las Universidades de la ciudad de Quito.

Nombre:

El sas del Chavo.

Logotipo.



Misión.

Satisfacer las necesidades de un amplio grupo como es el universitario, dando a conocer una nueva manera de cocinar o degustar la comida tex-mex, manteniéndonos en el mercado con nuestro producto el cual sin duda es novedoso y llamativo, de fácil impregnación en la mente de nuestros clientes

Visión.

El ofrecer un producto de alta calidad con los mayores estándares del mercado posicionándonos como una marca reconocida dentro del mismo.

Concepto.

El concepto que nuestro grupo a escogido es:

Self service Tex-Mex food.

Mercado.

Al observar detenidamente el mercado universitario en Cumbayá específicamente en la universidad San Francisco, con posibilidades de hacerlo franquicia y colocar

un SAS en cada Universidad , pudimos darnos cuenta que tienen muy poca variedad al escoger su comida por lo que nos vamos a centrar en ellos, teniendo en cuenta que nuestro target va a variar entre los 20 años y los 40 ya que también existen profesores, y personas en los sectores que colindan con la universidad y viendo que existe una misma variedad de comida, queremos hacer que nuestro producto sea mas de variedad, que lo rutinario. Pensamos que este producto es fácil de posicionar ya que vamos a dar un producto de calidad, variedad y un excelente precio.

Siendo esta universidad y el sector de Cumbayá un nivel medio, medio alto es propicio para la realización de este ambicioso proyecto.

Sabemos que por la ubicación tendremos un costo alto de alquiler del local por lo que tenemos pensado cubrir este costo con la venta de comida ya que nuestro producto va a ser variado, también tendremos la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas para cubrir este costo.

El cheque que promedio aproximado de nuestro local está calculado por los 9 dólares incluido bebidas alcohólicas, picadas.

Ambiente.

Al ser comida Tex-Mex nuestro cliente tendrá la necesidad de observar una decoración adecuada al nombre SAS del Chavo, ya que las personas tienden a relacionar esto con la serie, entonces queremos que nuestro ambiente sea así.

Haciendo relación entre el concepto y el logotipo de nuestro producto, sean con barriles o más bien dicho como si estuvieran en la vecindad del Chavo, esto es lo que nos van a diferenciar de nuestra competencia, que ya esta posicionada en el mercado y futura competencia.

Vamos a decorar con colores llamativos, tenemos pensado adecuar con maniqués de los personajes, la música será música juvenil, donde a demás de satisfacer su necesidad de alimentarse, en un lugar donde puedan relajarse entre amigos y familiares, dando así una experiencia única.

Ubicación.

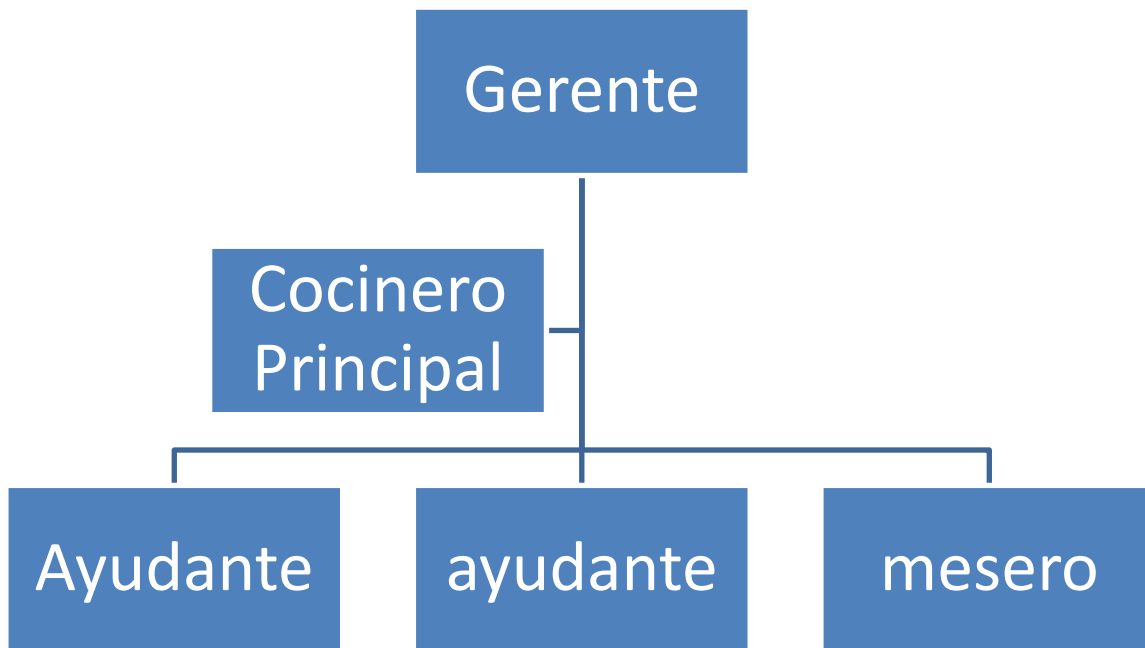
Como ya lo hemos dicho nuestro local se ubicará al frente de la Universidad San Francisco en Cumbayá, lo cual nos provee un sitio privilegiado para la realización de este proyecto y además de fácil ingreso y publicidad estará en la mente de estudiantes y habitantes de Cumbayá que opten por pasar por la calle aledaña al restaurante.

Con el tiempo como lo habíamos explicado vamos a tratar que nuestro SAS sea una franquicia, con esto queremos ubicarnos frente o cerca de las universidades de Quito que sean de un nivel medio, medio alto y que puedan acceder a nuestro producto.

Ingredientes del menú.

Arroz, Carne de cerdo, Carne de res, Carne de pollo, Lechuga, Tortilla de maíz, Cebolla perla, Pimiento verde, Pimiento rojo, Pimiento amarillo, Pepino, Aguacate, Tomate, Maíz dulce, Frejol, Queso crema, Queso mozzarella, Ají, Crema agria, Aceite, Cebolla blanca, Chocolate, Chochos, Maní

ORGANIGRAMA



En nuestra empresa vamos a contar con un gerente el cual hará las veces de administrador, compras y cajero.

Contaremos con un cocinero el cual está encargado de bodega, y de la cocina.

Los ayudantes los cuales rotaran entre cocina y servicio.

Por último tendremos un mesero de planta el cual hará su trabajo entre servicio y limpieza del local.

Menú.



La barriga del Don

una enorme tortilla de trigo rellena con tres tipos de carne, arroz, frejoles, ya sean estos morochitos o rojitos, cebollas, salsas y extras a tu elección.

Profesor Jirafales

una enorme tortilla de trigo rellena de arroz, frijoles, ya sean estos morochitos o rojitos y dos tipos de carne a tu elección.

Ron Ramón

una tortilla media flaca rellena de un tipo de carne un tipo de salsa y arroz

Godin

tres sabrosas tortillas de trigo rellenas a tu elección y con aderezos

Las Carnes.

pollo grille: pollo cortado en brunoise marinado en nuestra salsa secreta

Carne grille: carne cortada en brunoise marinada en nuestra salsa secreta

El mechado de carne: carne aderezada con nuestra salsa secreta y terminada en el horno.

Carne de cerdo al horno: carne de cerdo mechada horneada a fuego lento con nuestra salsa.

Aderezos.

Pico de Gallo

Guacamole

Vegetales Grillados

Spicey Rojo

Extras.



Queso

Crema Agria

Zanahoria

Lechuga fresca

Aguas Frescas

De limón que saba a tamarindo

Una de tamarindo que saba a Jamaica

Una de Jamaica que saba a limón.

Bebidas.

Colas:

Coca cola

Fiora

Fanta

Sprite

Cerveza:

Corona

Postres

La chiripiolca

Mousse de chocolate picante

El pi pi pi pi pi pi

Chupetes picantes con salsa de Jamaica

Peluchin chin chin

Helados de guacamole acompañado de flautas de chocolate

Picadas.



La empanadas de doña Florida

Son empanadas de maíz con relleno de carne y jalapeño

Enrollados del 71

Rollitos de maíz rellenas de pollo y choclo con salsa

Maestro longaniza

Picaditas de chorizos a lo Tex-Mex

Nachos

Con salsa, guacamole, etc.

Recetas Estándar.

Número de receta: 1				
Receta: carne grille				
Rendimiento: 37 pax			Cant. Porción: 1105	
			Tam. Porción: 30 gramos	
Punto de venta: Sas del Chavo			Cost. Pax: 0,15	
UNIDAD	CANTIDA D	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
kg	1	lomo falda res	5,4	5,4
gr	30	ajo	1,8	0,054
gr	40	cebolla blanca	1,4	0,056
gr	10	sal	0,27	0,0027
gr	10	pimienta	3,96	0,0396
gr	15	jalapeño	3,5	0,0525
			Costo Total	5,6048
PROCEDIMIENTO:				
limpiar el lomo de res Porcionar en laminas pequeñas Macerar la carne por lo menos una hora finalmente saltear y servir				

Número de receta: 2				
Receta: pollo grille				
Rendimiento: 37 pax			Cant. Porción: 1105	
			Tam. Porción: 30 gramos	
Punto de venta: Sas del Chavo			Cost. Pax: 0,15	
UNIDAD	CANTIDA D	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
kg	1	pechuga de pollo	5,54	5,54
gr	30	ajo	1,8	0,054
gr	40	cebolla blanca	1,4	0,056
gr	10	sal	0,27	0,0027
gr	10	pimienta	3,96	0,0396
gr	15	jalapeño	3,5	0,0525
			Costo Total	5,7448
PROCEDIMIENTO:				
limpiar la pechuga de pollo Porcionar en laminas pequeñas Macerar el pollo por lo menos una hora finalmente saltear y servir				

Número de receta: 3

Receta: carne de cerdo al horno

Rendimiento: 43

Cant. Porción: 1280gr

Uso: Barriga del don

Tam. Porción:

Punto de venta: Sas del Chavo

UNIDAD	CANTIDAD	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
kg	1	carne de cerdo	4,99	4,99
gr	40	cebolla blanca	1,4	0,056
gr	25	pimiento	5,24	0,131
gr	15	jalapeño	2,6	0,039
gr	100	tomate	2	0,2
gr	10	sal	0,27	0,0027
gr	10	pimienta	3,96	0,0396
gr	20	ajo	1,8	0,036
gr	40	pasta tomate	2,24	0,0896
gr	20	azúcar	0,64	0,0128
			Costo Total	5,5967

PROCEDIMIENTO:

limpiar el lomo de falda de res
 Porcionar en laminas pequeñas
 Macerar la carne por lo menos una hora
 meter al horno a 120 grados por una hora
 servir

Número de receta: 4

Receta: Arroz

Rendimiento: 35 pax

Cant. Porción: 1055

Uso: Barriga del don

Tam. Porción: 30 gramos

Punto de venta: Sas del Chavo

Cost. Pax: 0,024

UNIDAD	CANTIDAD	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
kg	1	arroz	30	0,83
gr	15	sal	0,27	0,00405
gr	10	cebolla blanca	1,4	0,014
gr	30	aceite	0,55	0,022
lt	1	agua		0
			Costo Total	0,87005

PROCEDIMIENTO:

calentar el agua, con el aceite, la cebolla y la sal
 una vez que se encuentre a en ebullición agregar el arroz
 cuando el nivel del agua y el arroz estén a la par disminuir el fuego
 secar el arroz a fuego lento
 agregar un poco de aceite al final y reservar

Número de receta: 5

Receta: masa de trigo

Rendimiento: 19 pax

Cant. Porción:1295gr.

Uso: Barriga del don

Tam. Porción:

Punto de venta: Sas del Chavo

UNIDAD	CANTIDAD	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
kg	1	harina	21,6	21,6
gr	40	manteca	0,53	0,0212
gr	5	sal	0,27	0,00135
gr	5	pimienta	3,96	0,0198
gr	5	azúcar	0,64	0,0032
unidad	4	huevos	0,17	0,68
			Costo Total	22,32555

PROCEDIMIENTO:

mezclar todos los ingredientes homogéneamente

dejar reposar por media hora

laminar y cortar a la medida deseada

hornear a 120

grados

reservar

Receta: profesor longaniza

Rendimiento: 1

Cant. Porción:

**Uso: profesor
longaniza**

Tam. Porción:

Punto de venta: Sas del Chavo

UNIDAD	CANTIDAD	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
	70	tortilla trigo		0,5
	30	cerdo		0,13
	30	res		0,15
	30	arroz		0,024
	30	frejoles		0,04
	10	cebollas		0,03
	18	salsa		0,02
	18	extras		0,012
			Costo Total	0,874

PROCEDIMIENTO:

**mezclar todo sobre la tortilla
envolver y servir**

Receta: ron rabón**Rendimiento: 1****Cant. Porción:****Uso: ron rabón****Tam. Porción:****Punto de venta: Sas del Chavo**

UNIDAD	CANTIDAD	INREDIENTES	P.COSTO	COSTO TOTAL
	70	tortilla trigo		0,5
	30	cerdo		0,13
	30	arroz		0,024
	30	frejoles		0,04
	10	cebollas		0,03
	18	salsa		0,02
			Costo Total	0,724

PROCEDIMIENTO:

mezclar todo sobre la tortilla
envolver y servir

Bibliografía.

http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_%28pib%29.html

www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?...inflaci3n

http://www.ingala.gov.ec/galapagos/index.php?option=com_content&task=view&id=230&Itemid=99

http://www.inec.gov.ec/web/guest/publicaciones/estudios/soc/dem_prof

<http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=122>

<http://www.portalplanetasedna.com.ar/economia10.htm>