

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO QUE
PROPORCIONE INFORMACIÓN PARA LA APERTURA DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA TIPO ESPAÑOLA CON CARACTERÍSTICAS
DE MINIPORCIONES EN EL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN
DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

RIVAS SANTOS, KATIA VANESSA
RUANO ELÍAS, NELSON ALBERTO

PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SEPTIEMBRE 2015

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIA GENERAL : DRA. ANA LETICIA DE AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MSC.ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO : M.A.E. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS : LIC. LUIS EDUARDO HERNÁNDEZ

COORDINADOR DE SEMINARIO : LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS

TRIBUNAL CALIFICADOR : LIC. ALFONSO LÓPEZ ORTÍZ
LIC. MARSEILLES RUTHENIA AQUINO
DE RODRÍGUEZ.
LIC. DAVID MAURICIO LIMA JACO

SEPTIEMBRE DE 2015

SAN SALVADOR, EL SALVADOR CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

A Dios y la Virgencita por haberme proveído de todo lo necesario para culminar la presente carrera.

A mi familia y amigos cercanos por el apoyo, sus oraciones, por ser la fortaleza que necesite en cada momento durante el desarrollo de mis estudios. En memoria de mi papi Israel Rivas (Q.E.P.D) quien fue y continuará siendo una autentica guía y expresión de fuerza y voluntad para seguir adelante.

En especial mis agradecimientos a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Económicas por compartir sus conocimientos y contribuir en mi formación profesional.

Katia Rivas

A DIOS todo poderoso que cada día del proceso de aprendizaje me brindó la sabiduría y las fuerzas necesarias para luchar por mi sueño y culminarlo con éxito.

A MI MADRE Ana María Anaya de Ruano quien con sus sabias palabras siempre me motivo y creo en mi el pensamiento de superación.

A MI PADRE José Nelson Ruano que con su sacrificio estuvo pendiente a lo largo mi formación profesional y alentó en los momentos difíciles.

A MIS HERMANAS por todo su apoyo incondicional que siempre me mostraron y creyeron que un día culminarían mis estudios.

A MI ESPOSA E HIJA son mi máxima inspiración, hacen que el deseo de luchar y mejorar día a día sea constante.

Alberto Ruano

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
A. ORIGEN Y GENERALIDADES DE LOS RESTAURANTES.....	1
1. Antecedentes	1
2. Definiciones.....	2
3. Tipos	3
a) Fino ó gourmet.....	3
b) Comida rápida.	4
c) Buffet.....	4
d) Temáticos.	4
e) Familiar.	4
4. Áreas Funcionales	5
a) Cocina	5
b) Salón de Servicio	5
c) Compras	5
d) Almacén.....	6
e) Caja	6
f) Contabilidad	6
g) Finanzas	6
h) Mercadotecnia	6
i) Ventas	7
j) Recursos Humanos	7
5. Seguridad e Higiene en la Manipulación de los Alimentos.....	7
5.1 Condiciones que deben reunir los locales, las instalaciones, materiales sobre la higiene de productos alimenticios.....	8
B. GENERALIDADES DE LOS RESTAURANTES EN EL SALVADOR.....	9
1. Reseña Histórica.....	9
2. Clasificación.....	10

3. Contribución del Sector a la Economía de El Salvador.....	12
4. Marco Legal Regulatorio	14
4.1 Código de Comercio	14
4.2 Código de Salud.....	15
4.3 Norma Técnica Sanitaria de Alimentos	16
4.4 Requerimientos Alcaldía Municipal.	18
C. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN	19
1. Antecedentes	19
2. Economía.....	20
3. Educación	21
4. Cultura.....	21
5. Industria y Comercio	21
D. GENERALIDADES SOBRE EL EMPRENDEDURISMO	22
1. Definición	22
2. Características de Comportamiento	23
3. Fomento Del Espíritu Emprendedor en El Salvador.....	25
E. GENERALIDADES SOBRE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.	26
1. Definición de Proyecto.....	26
1.1 Etapas de un Proyecto	27
2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	29
2.1 Definiciones.....	29
2.1.1 Estudio	29
2.1.2 Factibilidad	29
2.2 Estudio de Factibilidad	30
3. ESTUDIO DE MERCADO	33
3.1 Mercado	33
3.2 Estudio de Mercado	34
3.3 Análisis de la Demanda	37
3.4 Análisis de la Oferta	38

3.5	Análisis de Precios.....	39
3.6	Análisis de Comercialización	40
3.7	Mezcla de Mercadotecnia.....	40
3.8	Análisis de la Competencia	41
3.8.1	El Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter.....	42
4.	ESTUDIO TÉCNICO	44
4.1	Localización del Proyecto.....	45
4.1.2	Método Cualitativo por Puntos.....	46
4.2	Tamaño del Proyecto	46
4.3	Ingeniería del Proyecto	47
a)	Proceso de producción	48
b)	Inversiones en obra física.....	48
c)	Inversiones en equipamiento	48
4.3.1	Distribución en Planta.....	49
4.3.2	Organización del recurso humano y Organigrama general	49
4.4	Marco Legal.....	50
4.5	Estudio del Impacto Ambiental.....	50
5.	ESTUDIO ECONÓMICO	50
5.1	Determinación de Costos.....	51
5.2	Presupuestos.....	51
5.3	Estados Financieros Pro-Forma.....	52
5.4	Fuentes de Financiamiento	52
6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	53
6.1	Criterios de Evaluación.....	53
a)	Valor Actual Neto	53
b)	Tasa interna de retorno	54
c)	Periodo de Recuperación de la Inversión	55
	CAPÍTULO II	56
	A. IMPORTANCIA.....	56
	B. OBJETIVOS.....	57

1. General.....	57
2. Específicos.....	57
C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	57
1. Método	57
2. Tipo de Investigación	58
3. Diseño de la Investigación.....	59
4. Fuentes de información	59
5. Técnicas de Investigación.....	60
6. Instrumentos de la Investigación	61
7. Ámbito de la Investigación.....	62
8. Unidades de análisis.....	62
D. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA	63
1. Población.....	63
2. Muestra.....	63
2.1 Cálculo de la muestra.....	63
E. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	64
F. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN EXISTENTE DEL MERCADO PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE.....	65
1. Análisis de la Demanda Potencial.	65
1.1 Características Generales del Consumidor	65
1.2 Conocimiento del Producto	66
1.3 Gustos y Preferencias.....	67
1.4 Proyección de la Demanda	69
2. Análisis de la Oferta Actual	71
2.1 Análisis de Precios.....	71
2.2 Localización de un Restaurante.	72
2.3 Análisis de la Competencia.	73
3. Mezcla de Mercado.....	74
3.1 Producto.....	74
3.2 Precio	75

3.3 Promoción	75
3.4 Plaza	76
4. Análisis Modelo de las 5 Fuerzas de Michael Porter aplicado sobre la factibilidad en la apertura de un Restaurante.....	76
4.1 Interpretación de resultados del análisis de Michael Porter	81
G. ALCANCES Y LIMITACIONES	82
1. ALCANCES.....	82
2. LIMITACIONES	83
H. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
1. CONCLUSIONES	84
2. RECOMENDACIONES.....	85
CAPÍTULO III	86
A. IMPORTANCIA.....	86
B. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	87
GENERAL	87
ESPECÍFICOS	87
C. ÁREA DE MERCADO PROPUESTA	87
1. Mezcla de Mercado.....	87
1.1 Producto.....	88
1.2 Precio	91
1.3 Plaza	91
1.4 Promoción	92
D. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MERCADEO	92
1. Estrategias de Publicidad	92
1.1 Descripción de la Estrategia de Publicidad para el Restaurante.....	92
1.2 Objetivo.....	93
1.3 Estrategias Propuestas para el Restaurante	93
2. Estrategias de Promoción	95
2.1 Descripción de la estrategia de promoción	95
2.2 Objetivo.....	96

2.3 Estrategias propuestas.....	96
2.4 Funcionamiento Plan para Clientes Frecuentes	97
3. Estrategia de Producto.....	99
3.1 Descripción de la Estrategia.....	99
3.2 Objetivo.....	100
3.3 Estrategia a desarrollar	100
E. PROPUESTA ESTRATÉGICA TÉCNICA	102
1. Localización del Proyecto.....	102
2. Instalaciones Físicas	102
3. Ingeniería del Proyecto	103
3.1 Tecnología de Producción.....	103
4. Distribución en Planta.....	107
5. Estructura Organizativa.....	108
5.1 Generalidades Propuestas para la apertura del Restaurante.....	110
F. ÁREA FINANCIERA Y ECONÓMICA PROPUESTA	114
1. Programa de Financiamiento.....	114
1.1 Fuentes de Financiamiento.....	114
1.2 Amortización de la Financiación Externa	115
1.3 Inversión Inicial de Maquinaria y Equipo	116
2. Determinación de Costos Unitarios de cada Menú	118
2.1 Detalle de costos de cada porción de los Menú para los años 1 y 2.	118
2.2 Detalle costos unitarios de cada porción de los Menús para los años 3 al 5.	121
3. Proyección de Ventas en Unidades.....	124
4. Requerimiento de Mano de Obra Directa e Indirecta	125
5. Determinación de Costos de Producción.....	126
6. Requerimiento de Materia Prima por Platillo.....	126
6.1 Cálculo de la Materia Prima a utilizar para cada Menú.	127
6.2 Costos Totales de Compra de Materia Prima	133
6.3 Manejo y control de la Materia Prima	134
7. Costos Indirectos de Fabricación	136

8. Cálculo del Costo de Producción Unitario.....	137
9. Cálculo del Precio de Venta	138
10. Presupuestos Proyectados para el Restaurante	139
10.1 Presupuesto de Ingresos Proyectado para el Restaurante	139
10.2 Presupuesto de Gastos de Administración Proyectados para el Restaurante	140
10.3 Presupuesto de Gastos de Venta Proyectados para el Restaurante	141
10.4 Presupuesto de Compra de Materia Prima para el Restaurante.....	142
11. Estados Financieros Pro-Forma para el Restaurante	142
11.1 Flujo de Caja Proyectado para el Restaurante	142
11.2 Estado de Resultado Proyectado	143
11.3 Balance General Proyectado para el Restaurante	145
G. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	146
1. Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)	146
2. Valor Actual Neto (VAN)	149
3. Tasa Interna de Retorno.....	150
4. Periodo de Recuperación de la Inversión.	152
H. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	153
1. Parte Técnica.....	153
1.1 Ámbito Legal	153
1.1.1 Pasos para Legalizar el Restaurante.....	154
1.2 Logística para la apertura del restaurante.....	157
2. Recurso Humano.....	157
3. Recurso Económico.....	160
4. Cronograma Propuesto de Actividades a realizar durante el Proceso de Apertura del Restaurante.....	162
I. Cierre del Capítulo	163
J. BIBLIOGRAFÍA	164
ANEXOS	

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°1 Población Económicamente Activa Según División de Actividad Económica en El Salvador.

Anexo N°2 Población Económicamente Activa Según División de Actividad Económica en El Salvador.

Anexo N°3 Tabulación Resultados de la Investigación orientado a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.

Anexo N°4 Resultados de la Investigación orientado a Propietarios de Restaurantes ubicados en el Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.

Anexo N°5 Resultados Guía de Entrevista dirigida a socios que pretenden invertir en la apertura de un Restaurante en el de Municipio Antiguo Cuscatlán.

Anexo N°6 Ficha de Observación.

Anexo N°7 Modelo de Cuestionario dirigido a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.

Anexo N°8 Modelo Guía de Entrevista dirigida a Propietarios de Restaurantes ubicados en el Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.

Anexo N°9 Modelo Guía de Entrevista dirigida a socio que pretende invertir en la apertura de un Restaurante en el de Municipio Antiguo Cuscatlán.

Anexo N°10 Detalle de Amortizaciones mensuales de préstamo bancario.

Anexo N°11 Detalle de precios cotizados de embutidos para el año 1-2

Anexo N°12 Detalle de precios cotizados de vegetales para el año 1-2

Anexo N°13 Detalle de precios cotizados de abarrotos para el año 1-2

Anexo N°14 Detalle de precios cotizados de embutidos para el año 3-5

Anexo N°15 Detalle de precios cotizados de vegetales para el año 1-2

Anexo N°16 Detalle de precios cotizados de abarrotos para el año 1-2

Anexo N°17 Proyecciones de Venta en Unidades Años 1-5.

Anexo N°18 Detalle de requerimiento de materia prima para la elaboración de los Platillos para el Restaurante Año 1-5

Anexo N°19 Tarjeta de Control de Inventario

Anexo N°20 Formato de Requisición de Materia Prima

.Anexo N°21 Detalle de Costos Indirectos de Fabricación para el funcionamiento del Restaurante.

Anexo N°22 Proyección de Venta en Dólares para el Restaurante año 1-5

Anexo N° 23 Requerimiento de Materia Prima Año 1-5

Anexo N° 24 Formulario Registro Único de Contribuyentes

Anexo N° 25 Formulario para Trámites Empresariales

Anexo N° 26 Modelo de Solicitud de Matrícula de Empresa en Centro Nacional de Registro.

Anexo N° 27 Modelo de Solicitud de Legalización de Libros Contables

Anexo N° 28 Formulario para Inscripción de Patrono.

Anexo N°29 Modelo de Solicitud para inscripción de Empresa en AFP

Anexo N°30 Modelo de Solicitud para Inscripción de Centro de Trabajo al Ministerio de Trabajo.

Anexo N°31 Formulario de Solicitud para Registro Sanitario

Anexo N°32 Formulario para Solicitar Permiso de Instalación y Funcionamiento de Establecimientos de Alimentos.

Anexo N°33 Tablas de Especificación para la Evaluación Sanitaria del Establecimiento de Alimentos.

Anexo N°34 Ficha de Evaluación Sanitaria

Anexo N°35 Manual de Descripción de Puestos

Anexo N°36 Normas de Higiene y Manual de Procedimientos para la Preparación de Platillos

Anexo N°37 Propuesta de Platillos Adicionales a la Oferta del Menú

Anexo N°38 Manual de Capacitación para la Manipulación de Alimentos para personal del Restaurante.

Anexo N° 39 Cronograma de Capacitación para la Manipulación Higiénica de los Alimentos

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 Producto Interno Bruto por Rama de Actividad

Cuadro N°2 Tabla N°1 Tasa por Licencia de Funcionamiento

Cuadro N°3 Principales tipos de factibilidad en un proyecto.

Cuadro N°4 Cálculo de la Demanda Potencial

Cuadro N°5 Propuesta de Menús a ofertar en el Restaurante.

Cuadro N°6 Precios de venta proyectados por menú

Cuadro N°7 Descripción de Funcionamiento del Programa de Promoción para Clientes Frecuentes

Cuadro N° 8 Detalle de Gastos del Programa Cliente Frecuente.

Cuadro N°9 Calendarización de Actividades para Estrategia de Producto

Cuadro N°10 Detalle de las fuentes de financiamiento para el funcionamiento del restaurante

Cuadro N°11 Detalle de condiciones de préstamo

Cuadro N°12 Resumen de las Amortizaciones del Préstamo por Año.

Cuadro N°13 Requerimiento de Maquinaria y equipo cotizados

Cuadro N°14 Programa de Depreciación de Maquinaria y Equipo.

Cuadro N°15 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Paella años 1 y 2.

Cuadro N°16 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Montadito Serrano años 1 y 2.

Cuadro N°17 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Salmorejo años 1 y 2

Cuadro N°18 Detalle de costos unitarios para la elaboración de tortilla española años 1 y 2

Cuadro N°19 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Croquetas años 1 y 2

Cuadro N°20 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Paella años 3 al 5.

Cuadro N°21: Detalle de costos unitarios para la elaboración de Montadito Serrano años 3 al 5.

Cuadro N°22 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Tortilla Española años 3 al 5.

Cuadro N°23 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Croquetas años 3 al 5

Cuadro N°24 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Salmorejo años 3 al 5.

Cuadro N°25 Proyecciones de Ventas Anuales en Unidades por Menú

Cuadro N°26 Requerimiento de Mano de Obra para Funcionamiento del Restaurante.

Cuadro N°27 Costos de producción estimados en el funcionamiento restaurante.

Cuadro N°28 Proyección Unidades Año 1

Cuadro N° 29 Detalle de unidades por Menú Año 1

Cuadro N°30 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 1

Cuadro N°31 Proyección Unidades Año 2

Cuadro N° 32 Detalle de Unidades por Menú Año 2

Cuadro N°33 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 2

Cuadro N°34 Proyección Unidades Año 3

Cuadro N° 35 Detalle de Unidades por Menú Año 3

Cuadro N°36 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 3

Cuadro N°37 Proyección Unidades Año 4

Cuadro N°38 Detalle de Unidades por Menú Año 4

Cuadro N°39 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 4

Cuadro N°40 Proyección Unidades Año 5

Cuadro N°41 Detalle de Unidades por Menú Año 5

Cuadro N°42 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 5

Cuadro N°43 Detalle de los costos totales anuales de compra de materia prima por receta.

Cuadro N°44 Costos Indirectos de Fabricación Anuales

Cuadro N°45: Obtención del Costo de Producción Unitario

Cuadro N°46 Cálculo del Precio de Venta

Cuadro N°47 Presupuesto de Ingresos Proyectado para el Restaurante
Cuadro N°48 Presupuesto de Gastos de Administración Proyectados Años 1-5
Cuadro N°49 Presupuesto de Gastos de Venta Proyectados para los Años 1-5
Cuadro N°50 Presupuesto de Compra de Materia Prima para los años 1-5
Cuadro N°51 Flujo de Caja Proyectado
Cuadro N°52 Estado de Resultados Proyectado para el Restaurante
Cuadro N°53 Balance General Proyectado para el Restaurante
Cuadro N°54 Detalle de aporte para la inversión inicial en dólares y porcentaje.
Cuadro N°55 Flujo de Efectivo Proyectado para el Restaurante.
Cuadro N°56 Cálculo del Valor Actual Neto
Cuadro N°57 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno del Restaurante.
Cuadro N°58 Cálculo para la obtención del Período de Recuperación para el Restaurante.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Croquis del Municipio de Antiguo Cuscatlán
Figura N°2 Características de Comportamiento de una Persona Emprendedora
Figura N°3 Etapas de un Proyecto
Figura N°4 Clasificación de los tipos de factibilidad
Figura N°5 Estructura de un Estudio de Mercado.
Figura N°6 Modelo de las cinco fuerzas de Porter.
Figura N°7 Propuesta de Platos para Menú
Figura N°8. Modelo de Menú Propuesto para el Funcionamiento del Restaurante.
Figura N°9 Hoja Volante Propuesta para el Restaurante
Figura N°10 Perfil de Facebook Propuesto para el Restaurante
Figura N°11 Modelo de Afiche Publicitario para el Restaurante
Figura N°12 Formato de Tarjeta de Cliente Frecuente
Figura N°13 Equipo Físico requerido para el funcionamiento del Restaurante.
Figura N°14 Distribución física de local para Restaurante
Figura N°15 Organigrama de Funcionamiento para el Restaurante
Figura N°16 Logotipo Propuesto para el Restaurante.
Figura N°17 Slogan propuesto a utilizar en el Restaurante.

RESUMEN

El presente trabajo surgió como parte de la idea emprendedora de la familia de un integrante del equipo investigador con la intención de ingresar al rubro de los microempresarios salvadoreños, se origina a mediados del año 2013, un factor que influyó en esta iniciativa son los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes en el país, ello ha creado en algunas personas como las de este caso el deseo de generar sus propios recursos, lograr su independencia y estabilidad económica formando sus propias empresas. A partir de ello surge el objetivo de abordar la idea de negocio mediante la realización de un estudio de factibilidad técnico económico que proporcione información para la apertura de un restaurante de comida tipo española con características de miniporciones en el Municipio de Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad.

Para realizar la investigación se utilizó el método científico, en donde se obtuvo el conocimiento sobre el problema a investigar a partir de la observación de los sucesos, fenómenos en el campo de estudio, complementado también de los métodos analítico y sintético; los cuales permitieron separar los indicadores del problema, analizándolos por separado y posterior se formularon ideas a implementar.

Este trabajo permitió conocer y diagnosticar la situación del entorno del mercado en el rubro de restaurantes, en cuanto a competencia, clientes, precios, promociones, productos entre otros aspectos, todo ello permitió evaluar la viabilidad de implementar mediante ingresos proyectados, costos, gastos y algunos indicadores financieros. Una vez finalizados todos los estudios y con los resultados obtenidos de éstos, se concluyó lo siguiente:

- Existe una alta disposición de las personas por acudir a un nuevo establecimiento de comida tipo española, les parece ser algo llamativo e innovador, lo que contribuye a que la realización de este proyecto sea aceptable. Además el municipio sugerido genera las condiciones favorables de turismo, seguridad, ubicación accesible, para incursionar en un nuevo establecimiento. Por otro lado al analizar los datos económicos y financieros resultaron positivos por lo tanto el proyecto demuestra generar ingresos superiores de tal manera es conveniente de realizar.

- Se recomienda llevar a cabo una reunión con los socios donde se realice la presentación de los resultados, adicional de iniciarse con dicho negocio se sugiere la realización de las gestiones correspondientes de aportación y de financiamiento para contar con una infraestructura para desarrollar las actividades de producción, así como la tecnología y maquinaria necesaria, también el recurso humano para las actividades productivas, así como aspectos legales para desempeñar las actividades de manera acorde con las disposiciones que las diversas instituciones pertinentes estipulen.

INTRODUCCIÓN

Mediante la realización del presente trabajo se pretende brindar información certera al inversionista familiar, respecto al éxito o fracaso de llevar a cabo el proyecto de emprender la apertura de un negocio de comida. De ser ejecutado este contribuirá a la creación de un espacio productivo, fomentando la obtención de ingresos bajo fuentes propias y como entes activos de la sociedad que favorezca al desarrollo económico del lugar y las familias inmersas en la iniciativa de negocio.

En esta investigación se elaboró un estudio de factibilidad técnico económico para la apertura de un restaurante en el Municipio de Antigua Cuscatlán Departamento de La Libertad. El cual ha sido estructurado en tres capítulos, estableciendo en el primero los antecedentes del tema, conceptos respecto a la formulación de proyectos, marco legal; en resumen una base teórica que sirvió como guía para la comprensión del tema en estudio. En el segundo capítulo a través de la investigación de campo en donde la mayor fuente de información se obtuvo de las encuestas dirigidas a los residentes y visitantes del área geográfica evaluada, se realizó un diagnóstico respecto al entorno del mercado potencial de la oferta y demanda así como el análisis de la aplicación de las cinco fuerzas de Michael Porter.

En el tercer capítulo se diseñó un plan de implementación y la propuesta para la utilización de los recursos para dicha iniciativa, se realizaron proyecciones de ingresos, gastos, estados financieros aspectos de localización del restaurante, la parte técnica para el funcionamiento y operatividad del mismo, incluyendo las estrategias de mercado a ejecutarse. Y finalmente se presenta la bibliografía utilizada en el documento y sus respectivos anexos.

CAPÍTULO I

I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TIPO ESPAÑOLA CON CARACTERÍSTICAS DE MINIPORCIONES EN EL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.

A. ORIGEN Y GENERALIDADES DE LOS RESTAURANTES

1. Antecedentes¹

Francia es considerado como la cuna de la gastronomía, el arte de la cocina y el servicio de las comidas, de aquí se origina el término "restaurante", fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor del año 1765, por un cocinero francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con ese nombre porque reconfortaban, de esa forma las anunciaba en el exterior de su negocio con la siguiente inscripción en la puerta: Venid a mí todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restauraré. En el lugar se servían además de bebidas, comidas pero como algo distinto a las posadas y tabernas de la época. Desde ese entonces su éxito fue inmediato, numerosos restaurantes fueron abiertos, muchas de las personas que hasta entonces solo habían trabajado para familias, abrieron también sus propios negocios o fueron contratados por empresarios.

¹ <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/origen-definicion-presentacion-restaurante>

El termino llegó a Estados Unidos en el año de 1793, por el refugiado francés de la revolución Jean Baptiste Gilbert Paypalt, este fundó lo que sería el primer negocio francés en Estados Unidos llamado “Julien’s Restorator”, en el que se servían frutas, quesos y sopas. Esta actividad prosperó ya que muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas.

Entre 1880 y 1890, Fred Harvey y John R. Thompson ambos de nacionalidad americana fueron los primeros empresarios en establecer las grandes cadenas quienes desistieron de la idea tradicional e instalaron uno de los primeros negocios de autoservicio del país. Posteriormente y para dar respuesta a la demanda de los numerosos restaurantes, en las grandes ciudades crearon escuelas especiales donde se impartía una enseñanza profesional para las distintas funciones de estos establecimientos, como: cocineros, camareros, y gerentes. Desde ese entonces el progreso que alcanzó el arte culinario de los restaurantes ya no se detuvo, el siguiente paso fue no sólo esmerarse en la cocina sino en la manera de servir la comida al cliente.

2. Definiciones

Según el Diccionario de la Real Academia Española es aquel establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, por un precio, para ser consumidas en el mismo local.

También se comprende como el “local donde se preparan y expenden alimentos de consumo inmediato. El consumo es en el mismo lugar y generalmente tiene el servicio a la mesa”²

² Norma Salvadoreña de Restaurantes y Establecimientos Gastronómicos Similares NSR 03.56.01:08 editada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), El Salvador 2010.

Además “representa la prestación del servicio de comidas y bebidas según su explotación, unos realizan su gestión hacia una oferta para un público familiar o grandes colectividades y otros hacia un grupo selecto, la mayor parte de los platos que conforman el menú son elaborados en el propio establecimiento, aunque en algunos casos se les da terminación a los productos que proceden de otros centros de producción”³

Podría decirse que es un sitio en el cual tiene como finalidad principal satisfacer una necesidad fisiológica de las personas haciendo referencia a la alimentación, también es un lugar en dónde suministran a sus clientes un servicio basado en una diversidad de platillos y bebidas conjuntamente el de crear para sus usuarios un espacio de comodidad para compartir con amigos, familiares y en algunas ocasiones sirven como punto de reunión por motivos de negocios.

3. Tipos ⁴

De acuerdo a los servicios ofertados se presentan así:

- a) Fino ó gourmet.

Se caracteriza por las presentaciones más cuidadas, artísticas y elaboraciones complejas, el excepcional trato a los clientes, la calidad de la comida, cuidada decoración del lugar así como la ambientación. Se encuentran con frecuencia en hoteles o en sus alrededores, los precios de los platillos son elevados y el flujo de consumidores en algunos sitios es escaso. El pedido es a la carta o escogido de un menú, los alimentos son cocinados al momento.

³ García Azcona, José Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio. Editorial Vértice, España 2009.

⁴ Brian Cooper, Brian Floody, Gina McNeil. Cómo iniciar y administrar un restaurante. Editorial Norma. Bogotá, Colombia 2002.

b) Comida rápida.

Son informales en donde se consumen alimentos simples y de rápida preparación, el reto de éstos es atender al mayor número posible de clientes, en ellos la especialización es muy importante, se busca el costo más bajo. Una de las particularidades es la homogeneidad de los establecimientos, se sirven en gran parte sin cubiertos, así como la ausencia de personal que sirvan en mesa.

El éxito dependerá en gran parte de la ubicación, siendo necesarios lugares con alta densidad de población que puedan proporcionar un flujo suficiente de consumidores a estos locales.

c) Buffet.

En éstos los productos son expuestos sobre mesas en recipientes calientes y fríos para el libre acceso del cliente quien escoge de una gran variedad de opciones. En ocasiones se paga un monto fijo y se consume la cantidad que deseen, es una forma rápida, sencilla de servir a grandes grupos de personas.

d) Temáticos.

Son clasificados por el tipo de comida ofrecida, los más comunes son según el origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: la cocina italiana, china, mexicana, japonesa, española, francesa, entre otros.

e) Familiar.

En la mayoría son administrados por sus propietarios quienes comúnmente son de un mismo núcleo familiar, generalmente son de ambiente informal y dependen grandemente del apoyo de conocidos así como de los habitantes de la localidad, se ofrecen al público alimentos sencillos a precios moderados.

4. Áreas Funcionales⁵

Conforman las diversas ocupaciones más importantes de una empresa, en el presente caso de estudio son las siguientes:

a) Cocina

Es el sitio donde tiene lugar gran parte de la acción involucrada en la preparación de alimentos, se encuentran actividades de operación críticas, especialmente en la manipulación y conservación de los suministros.

b) Salón de Servicio

Es considerada la segunda sección de mayor importancia, debe permanecer con una correcta interrelación de funciones con las demás áreas, de ello depende crear una atmósfera sugestiva y agradable al cliente para que decidan visitar nuevamente el comercio. Los procedimientos del servicio son los métodos que se utilizan para satisfacer al consumidor; es decir, las etapas de la colocación de los alimentos y bebidas, desde que llega al local hasta que se retira del mismo.

c) Compras

Este departamento se encarga de solicitar los pedidos de productos perecederos y no perecederos de acuerdo al tiempo que se establezca ya sea cada semana o mensual, siendo con uno ó más de un proveedor que cuente con los insumos necesarios, que cumpla en aspectos de calidad, tiempo de entrega y precios.

⁵ López, Armando Franco, Administración de la Empresa Restaurantera. Editorial Trillas. 1ª Edición. México, 2004.

d) Almacén

Es el espacio donde se concentran los insumos con los que operará la empresa. Por otra parte es el conjunto de anaqueles, repisas, cajones y cámaras donde se acomodarán los productos.

e) Caja

Es la unidad responsable del fondo fijo para facilitar los cobros, de la aceptación de efectivo y tarjetas de crédito en pago por concepto del consumo de alimentos o bebidas, así como de preparar un reporte de caja al terminar turno.

f) Contabilidad

En este se requiere realizar con frecuencia una serie de reportes, éstos son elaborados producto del registro de las diferentes operaciones como por la entrada y salida de materia prima, por concepto de salarios, y demás prestaciones e impuestos que se generen por la actividad, todo ello tendrá como fin la elaboración de los estados financieros correspondientes.

g) Finanzas

En ésta es indispensable contar con un sistema contable que permita analizar la información financiera para la toma de decisiones administrativas y de inversión. Muchas veces se ve afectada por la facilidad que tenga el propietario para conseguir créditos y recursos a corto, mediano y largo plazo.

h) Mercadotecnia

Se realizan funciones orientadas a analizar y comprender el sector donde se encuentre la empresa, identifica cambios, tendencias para lograr ser competitivos. Para esto, se deberán tomar decisiones referentes al precio, el producto y la imagen del negocio. Con el fin de satisfacer en el mismo lugar las necesidades físicas y sociales del cliente.

i) Ventas

Una de las funciones más importantes es el pronóstico del volumen esperado de las mismas. Éste habrá de tener un efecto directo sobre todos los departamentos en especial sobre las compras, la producción y finanzas.

j) Recursos Humanos

Lo conforman las personas con las que una organización cuenta para la ejecución de las actividades.

5. Seguridad e Higiene en la Manipulación de los Alimentos.

Existen muchos factores de riesgo que intervienen en la elaboración de comidas haciendo en algunas ocasiones que estos se contaminen, el principal de ellos es la manipulación de alimentos, un componente importante es la higiene general, cuya base es el proceso de limpieza.

“Se define la manipulación como toda actividad referente al proceso de producción de los alimentos hasta su resultado final”⁶.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, mundialmente conocida como FAO (por sus siglas en inglés Food and Agriculture Organization): “existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana”

⁶ González Rabanal, José Manuel, Ayudantes de Cocina. Editorial Mad S.L Tercera Edición, España, Julio 2003.

5.1 Condiciones que deben reunir los locales, las instalaciones, materiales sobre la higiene de productos alimenticios.

- Instalaciones y equipos: prever espacios e instalaciones adecuadas para obtener un rendimiento eficaz, lograr un trabajo seguro y de calidad.
- Requisitos generales de los locales: deberán conservarse limpios y en buen estado de mantenimiento, evitar o reducir al mínimo la contaminación transmitida por el aire , disponer de un espacio de trabajo suficiente que asegure la realización higiénica de las operaciones. Un número suficiente de inodoros, cisterna, lavamanos situados convenientemente.
- ✓ Requisitos específicos de las salas donde se preparan o transforman los productos alimenticios: las superficies de paredes, suelos deberán ser fáciles de limpiar y desinfectar. Se dispondrá de instalaciones adecuadas para el almacenamiento de éstos y de los utensilios de trabajo.
- ✓ Requisitos para la manipulación de alimentos: mantener buenas prácticas de higiene personal, todo inicia con el lavado de manos, portar el uniforme limpio, cabello corto, uso de red o malla es obligatorio, además de no usar ningún tipo de joyería, como anillos, pulseras o relojes para evitar el contacto con la materia prima.

La adecuada manipulación de los alimentos desde que se producen hasta que se consumen, incide directamente sobre la reputación de un establecimiento, es por ello que el personal como agente activo en la cadena tiene un rol fundamental en la seguridad, conservación y trato de los mismos.

B. GENERALIDADES DE LOS RESTAURANTES EN EL SALVADOR

1. Reseña Histórica.⁷

Esta actividad aparece para satisfacer la necesidad de las personas de ingerir alimentos fuera de casa, estos negocios cabe mencionar que inician su funcionamiento ligados a la industria hotelera, a continuación algunos datos principales de cómo se forma este sector:

Considerado como el primer restaurante formal en el país, para el año de 1858 se inaugura el Club y Hotel Salvadoreño, ubicado cerca de la plaza principal de San Salvador, en esa época contemplaba el servicio de banquetes a la carta. En 1876 se funda el Casino Salvadoreño su propósito principal era proporcionar a sus miembros las directrices y buenas costumbres de la sociedad, incluyéndose dentro de éstas el hábito del buen comer por lo que se contaba con un bar y restaurante.

En el año de 1885 fue inaugurado el Café del Parque y el Restaurante el Edén ubicado frente al Parque Morazán. Cuatro años más tarde fue abierto el negocio llamado El Buen Gusto ubicado en la antigua calle de la Amargura en el centro de San Salvador.

Entre los más importantes se pueden mencionar El Country Club Salvadoreño (1926), el Bar Restaurantes Metrópolis (1926), Restaurante Lutecia (1928) uno de los más finos e importantes del periodo, entre otros. A partir del año 1967 surgieron con mayor auge los negocios de comidas internacionales y de lujo, algunos fueron: La Fonda y El Bodegón.

⁷Reyes Castro, Arturo Efraín. "Outsourcing como un modelo alternativo de gestión gerencial para restaurantes de la mediana empresa en la zona metropolitana de San Salvador" Documento de graduación para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas Universidad Dr. José Matías Delgado, Abril de 2009.

Pese a que algunos de los establecimientos antes descritos dejaron de operar, lo que se ofertaba a las personas en su mayoría también incluía puestos de comida como carritos ambulantes, tortas, hamburguesas, hot-dog, por mencionar algunos, instalados en puntos estratégicos de la ciudad, en los cuales la afluencia de personas era alta y constante. Para la década de 1970 se establecieron con mayor vigor las empresas denominadas de comida rápida, entre ellos están Pizza Boom como pioneros en la especialidad de comida italiana, Mc Donald's conocido como Servi -Pronto, siendo el primer negocio de hamburguesas, Pollo Campero, entre otros. Entre 1980 y 1990 se introducen en esa misma categoría Pizza Hut, Toto's Pizza, Biggest, Burger King, en comercios con especialidad se pueden mencionar algunos de mayor reconocimiento: Cebollines, La Pampa, Tony Romas.

Al pasar de los años, se fue proliferando este tipo de negocios, pues la demanda del servicio era cada vez mayor, abonado al pujante aumento poblacional del país, lo que ha dado lugar a que el rubro se extienda mediante diferentes formas de hacerlos apetecibles, muchos locales buscan la distinción en la variedad de platillos, en categorías, etc. La industria ha continuado su expansión durante la década de los años 2000 brindando oportunidades de negocio y atendiendo a diferentes mercados.

2. Clasificación⁸

Cada organización marcará la forma de trabajar que mejor se ajuste a sus posibilidades, esto incluye a locales informales hasta en los que se aplican

⁸ Avendaño Panameño, Danilo Luis, "Modelo de Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria basado en ISO 22000:2005 para las PYMES del rubro de restaurantes de El Salvador." Trabajo de Grado para optar al Título de Ingeniero Industrial Universidad de El Salvador, Agosto 2013.

protocolos más elaborados. La decisión central radica fuertemente en seleccionar la clase de alimentos que se ofrecerá a los clientes pues de ello dependerá satisfacer las preferencias de la mayor cantidad de personas. A continuación se presentan las categorías más usuales con que dichos negocios operan en el país:

- a) Especialidad en carnes: sus preparaciones consisten en recetas a base de carnes, que regularmente son de res y cerdo.
- b) Con especialidad en aves: se caracteriza por preparar recetas especiales a base de carne de aves, que normalmente es de pollo.
- c) Comida vegetariana: los platillos son preparados con vegetales, legumbres y aceites vegetales procurando niveles apropiados de grasas, la cantidad de carbohidratos necesaria que contribuyen a una dieta balanceada y nutritiva.
- d) Con especialidad en mariscos: está basado en mariscos como pescado, camarones, conchas, calamares, langostas y otros derivados. Los platillos son preparados en diferentes recetas, como cremas, platos fuertes, e inclusive como ceviches y cócteles.
- e) Con especialidad por su país de origen: son los que ofrecen un menú basado en recetas de cocina propias de otras regiones o países. Las más comunes son: comida china, mexicana, italiana, árabe, peruana, japonesa, francesa, americana, entre otras.
- f) Comida típica salvadoreña: con regularidad ofrecen opciones que varían de acuerdo a la hora del día en que se sirvan y/o la temporada del año,

la mayoría incluye como plato principal las pupusas con sus acompañamientos, otros alimentos que ofrecen son: sopa de gallina, de patas, de frijoles, tamales de diferentes recetas, empanadas, enchiladas, nuégados, riguas, torrijas, plátano en dulce, variedad de atoles, etc.

- g) Otras especialidades: bajo esta clasificación pueden ubicarse los que han hecho de una receta su especialidad, sin importar la procedencia de la receta y/o la base de su preparación. Pueden caracterizarse por el sabor de un ingrediente específico, por los acompañamientos, incluso por la presentación y/o preparación distintiva.

3. Contribución del Sector a la Economía de El Salvador.

Se puede observar como una buena porción de restaurantes juega un papel importante a la sociedad, ya que es una fuente generadora de empleo para la población ocupada, son un total de 1,727,154 personas que se ubican en este sector a nivel nacional, de estas corresponde a un total 69,059 que poseen fuente de ingresos en el sector de Hoteles y Restaurantes, de esa misma actividad en el Departamento de La Libertad ascienden 8,119 trabajadores en ese rubro según el VI Censo de Población y Vivienda para el año 2007 elaborado por la Dirección General de Estadísticas y Censos según sus siglas DIGESTYC, la cual representa al 12% de la población ocupada de esa actividad.(Ver Anexo N°1 y 2).

La riqueza del país depende de acciones desarrolladas por empresas comerciales, industriales, trabajadores y del gobierno, por lo que existen indicadores para poder medirla, dentro de estos el más importante el Producto Interno Bruto (PIB) que es el valor total de la producción corriente de bienes y

servicios finales dentro del territorio nacional durante un cierto periodo de tiempo.

A continuación se presenta en detalle según la actividad económica las tasas de crecimiento anual del Producto Interno Bruto a partir del año 2009 hasta 2013.

Cuadro N°1 Producto Interno Bruto por Rama de Actividad

PIB por Rama de Actividad Económica					
(Tasas de Crecimiento Anual)					
PIB/DIVISIONES	2009	2010	2011	2012	2013
Producto Interno Bruto	-3.1%	1.4%	2.2%	1.9%	1.7%
Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca	-2.9%	3.1%	-2.5%	3.5%	-4.0%
Explotación de Minas y Canteras	-15.4%	-11.6%	13.6%	3.1%	0%
Industria Manufacturera	-3.0%	1.9%	2.7%	1.3%	2.1%
Electricidad, Gas y Agua	-1.1%	-6.0%	5.0%	8.0%	1.0%
Construcción	-2.8%	-5.0%	8.9%	3.0%	0%
Comercio, Restaurantes y Hoteles	-5.4%	1.5%	2.3%	2.6%	2.1%
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	-5.9%	-2.0%	4.6%	1.6%	2.2%
Establecimientos Financieros y Seguros	-5.4%	4.4%	3.0%	-2.8%	3.8%
Bienes inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas	-2.0%	2.6%	2.7%	2.8%	2.8%
Alquileres de Viviendas	2.0%	5.0%	9.0%	5.0%	6.0%
Servicios Comunes, Sociales, Personales y Domésticos	1.4%	1.6%	1.6%	2.3%	2.2%
Servicios del Gobierno	1.3%	2.1%	5.1%	2.6%	3.3%

Fuente: Boletín Económico Banco Central de Reserva 2013.

Tal como cerró el PIB en el año 2013 registró una baja tasa de crecimiento de 1.7%, comparada a la del año anterior 2012, mostrando por segundo periodo consecutivo una desaceleración de la actividad económica; sin embargo, el análisis de la producción por rama de actividad económica refleja que la

mayoría de ellas registro un modesto aumento, siendo las de mayor incidencia la industria manufacturera (2.1%); Comercio, restaurantes y hoteles (2.1%); Transporte, almacenamiento y comunicaciones (2.2%); Servicios comunales, sociales, personales y domésticos (2.2%) y servicios del gobierno (3.3%).

La actividad comercio, restaurantes y hoteles registró para el año 2009 una variación porcentual negativa muy pronunciada, sin embargo a partir del año 2010 al registrado en el 2013 esta rama de actividad mantuvo niveles de producción constantes, manteniendo un promedio positivo para esos periodos en análisis.

4. Marco Legal Regulatorio

Previo a su inicio, las empresas deben solicitar autorizaciones a las diferentes instancias públicas y/o privadas en caso de ser necesario a fin de evitar problemas de tipo reglamentario y así desempeñar sus actividades de manera acorde con las respectivas disposiciones de ley, instituciones y gobierno de El Salvador.

4.1 Código de Comercio⁹

Es la compilación de las normas mínimas que rigen los actos de comercio y demás relaciones de índole mercantil.

Tiene por objeto regir los procedimientos para matricula de empresa y proceso de inscripción según sus artículos N^o 411 y 412, son requisitos que deben cumplir todas las empresas para operar en El Salvador.

⁹ Código de Comercio República de El Salvador. D.L N^o648, del 12 de Junio del 2008, publicado en el D.O. N^o 120 Tomo 379, del 27 de Junio de 2008.

4.2 Código de Salud¹⁰

Corresponde obtener el permiso de instalación y funcionamiento para establecimientos alimenticios, basados en los requisitos establecidos por el presente código en el Departamento de Control e Higiene de los Alimentos. El trámite debe realizarse a través de una ficha solicitud de evaluación sanitaria acompañada de toda la documentación requerida por el establecimiento de salud a la que compete su ubicación.

Los artículos en donde se encuentra el marco que regula y exige el permiso de funcionamiento son el N° 83, 86, literales a) – b y el 101 en los cuales indican que el Ministerio antes mencionado emitirá las normas necesarias para determinar las condiciones esenciales que deben tener los alimentos y bebidas destinadas al consumo público por medio de sus delegados tendrá a su cargo la supervisión del cumplimiento de dichas normativas dando preferencia a los aspectos siguientes:

a) La inspección y control de todos los aspectos de la elaboración, almacenamiento, refrigeración; envase; distribución y expendio de los artículos alimentarios y bebidas; de materias primas que se utilicen para su fabricación; de los locales o sitios destinados para ese efecto, sus instalaciones, maquinarias, equipos; utensilios u otro objeto destinado para su operación y su procesamiento.

b) La autorización para la instalación y funcionamiento de los establecimientos mencionados en el párrafo anterior, y de aquellos otros que expenden comidas preparadas, siempre que reúnan los requisitos estipulados en las normas establecidas al respecto.

¹⁰ Código de Salud. República de El Salvador. D.L. N° 955, del 28 de abril de 1988, publicado en el D.O. N° 86, Tomo 299, del 11 de Mayo de 1988.

Así mismo de acuerdo al Art. N° 101 hace mención que no podrán abrirse, habitarse ni funcionar o ponerse en explotación, sin el permiso escrito de la autoridad de salud correspondiente.

4.3 Norma Técnica Sanitaria de Alimentos¹¹

Dicha norma es destinada a las compañías de alimentos, con efectos de evaluar si éstos cumplen con los requerimientos necesarios para funcionar.

Según el ámbito de aplicación son acatamiento obligatorio para personas naturales y jurídicas que se dedican al procesamiento, producción, envasado, almacenamiento, distribución y comercialización de alimentos; entre los que se incluyen los restaurantes, según el Art. 2 de la presente.

Art. 5 Los establecimientos deben estar ubicados en zonas o lugares no expuestos a contaminación física, química o biológica y de actividades industriales que constituyan una amenaza grave de contaminación de los alimentos. En los artículos N° 6 al N° 17 se explican los requisitos para la ubicación de dichos establecimientos, en cuanto a la infraestructura, equipo y control de insectos, el diseño, pisos, paredes, techos, puertas y ventanas del edificio, además de las normas de iluminación, calidad del agua así como una tabla respecto al sistema de ventilación del local.

Además tal como lo indican los artículos del 19 al 21 y el 37 de dicha norma los locales deben:

¹¹ Normas Técnicas Sanitarias para la Autorización y Control de Establecimientos Alimentarios. Publicado en el Diario Oficial, acuerdo N° 150, Tomo 398, del 8 de febrero del 2013.

- ✚ Tener conexión a alcantarillados, tratamiento de aguas negras, recipientes para desechos sólidos.
- ✚ Las instalaciones contarán con servicios sanitarios separados por sexo, los cuales serán accesibles, de fácil limpieza y desinfección.
- ✚ Todo manipulador debe lavarse las manos antes y durante todo proceso con agua potable y jabón sin aroma.
- ✚ Los productos perecederos, ingredientes y materia prima debe conservarse a temperaturas de refrigeración o congelación.

4.3.1 Norma Técnica Sanitaria para la Autorización, Control de Bodegas y Cuartos Fríos No. 003-2011-A

Entre los apartados que deben cumplir los cuartos fríos respecto a su infraestructura, es decir, sus dimensiones, pisos, paredes, puertas e iluminación; están el control de salud de las personas que tienen acceso a los insumos, cuando estos sean procesados deben estar etiquetados con información básica: fecha de vencimiento, nombre del producto o cualquier otra información que permita identificarlo fácilmente.

En cuanto al control de bodegas secas debe contar con: carretillas, escobas, trapeadores, palas, depósitos para desechos sólidos, estantes, bolsas para desechos sólidos, desinfectantes adecuados, todos estos en buenas condiciones; entre otras medidas preventivas esta él no guardar otro tipo de artículos en estos sitios.

4.4 Requerimientos Alcaldía Municipal.

Con base a la Ordenanza Reguladora del Funcionamiento de Restaurantes, Bares, Clubes Nocturno y otros establecimientos correspondientes a la Alcaldía de Antigua Cuscatlán se describen a continuación las gestiones y permisos que se deben realizar.

a) Licencia para Funcionamiento¹²

Para iniciar las operaciones de un restaurante, bar y otros similares debe obtenerse la respectiva licencia a través de un formulario de solicitud, con el detalle de los documentos a presentar y avocarse al Departamento de Catastro de la alcaldía en mención tal como lo ampara la ordenanza.

Así como realizar el respectivo pago de tasa que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N°1 Tasa por Licencia de Funcionamiento

Cálculo Tasa por Licencia de Funcionamiento	
Si el activo es de hasta quinientos dólares (\$500.00), la licencia de funcionamiento será de cinco dólares con setenta y un centavos de dólar (\$5,71).	Si el activo es de quinientos dólares con un centavo (\$500.01) hasta cinco mil dólares (\$5,000.00), la licencia de funcionamiento será de Cincuenta y Siete Dólares con Catorce Centavos de Dólar (\$57.14)

Fuente: Elaborado por el equipo investigador con base al Artículo N° 1 Ordenanza Municipal Antigua Cuscatlán.

¹² Artículos 3 y 7 Ordenanza Reguladora del Funcionamiento de Restaurantes, Bares, Clubes Nocturno y otros establecimientos, Alcaldía del Municipio de Antigua Cuscatlán.

b) Ordenanzas

- Ordenanza Reguladora para la Licencia de Comercialización y Consumo de Bebidas Alcohólicas.

Esta regula la obtención de la licencia respectiva para la venta y/o consumo de bebidas alcohólicas de acuerdo al grado de contenido alcohólico de las bebidas que comercialicen, tales como los restaurantes y otros negocios similares, con base al Art.9.

- Ordenanza reguladora de las actividades musicales.

Es aplicable a todos los negocios que se encuentren abiertos al público en los cuales se desarrollan cualquier tipo de actividad musical en vivo, tal como hace mención el Art. 20. Para los establecimientos o negocios regulados por esta Ordenanza, queda terminantemente prohibido mantener la música en vivo de las veintitrés horas a las doce horas del día siguiente.

C. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN

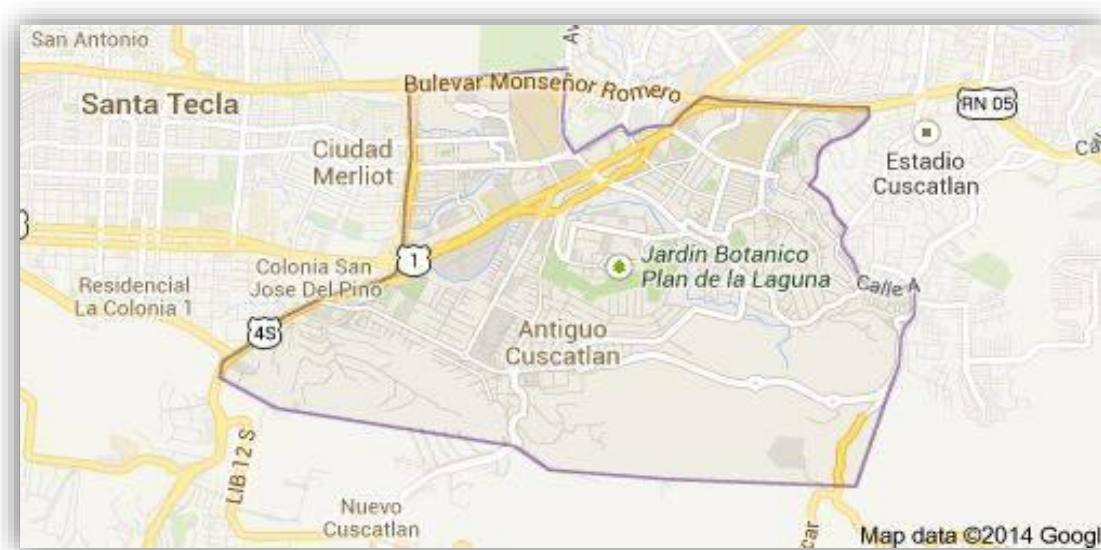
1. Antecedentes

De acuerdo al sitio web visitado de la alcaldía, el municipio de Antigua Cuscatlán está situado a 6.1 Kilómetros de la Ciudad de San Salvador, es parte de los 22 municipios que conforman el departamento de La Libertad, de acuerdo al último Censo Nacional de Población realizado en el año de 2007 por la Dirección General de



Estadísticas y Censos (DIGESTYC) el lugar cuenta con 33,698 habitantes. Por Decreto Legislativo número 302, de fecha 30 de marzo de 1971 se le otorgó el título de villa. Antigua Cuscatlán fue segregada del departamento de San Salvador y anexada al de La libertad en 1865 y el 19 de febrero de 1987, por nuevo Decreto Legislativo número 549, se le confirió el título de ciudad. En la siguiente figura se muestra la ubicación física de dicho municipio.

Figura N°1 Croquis del Municipio de Antigua Cuscatlán



Fuente: Sitio Web Google Maps.com

2. Economía

Según el Informe 262 "Indicadores Municipales sobre Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio 2009" del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Antigua Cuscatlán es uno de los tres municipios con el más alto índice de desarrollo humano de El Salvador, éste volvió a ocupar por segunda ocasión el primer lugar del ranking del índice de Competitividad Municipal (ICM) del 2011, que mide el clima de negocios que generan las localidades con una nota de 8.01 que aprueba su excelente trabajo en la competitividad. En la primera medición del 2009 se posicionó en el primer lugar

con una nota de 7.94, significa que su facilidad para incentivar la creación de negocios mejoró.

3. Educación¹³

Este municipio cuenta con tres universidades privadas del país: Universidad Albert Einstein, Universidad Dr. José Matías Delgado y Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, además de poseer varios colegios privados entre ellos el Colegio San Francisco, Colegio Americano, Escuela Alemana, entre otros; seis escuelas públicas de educación básica y un instituto nacional de educación media, además tiene el campus de postgrados de la Universidad Don Bosco.

4. Cultura

Se celebran diferentes festivales, tal como el Festival del Maíz que se celebra entre julio o agosto. Por otro lado, el 12 de diciembre se celebran fiestas en honor a Nuestra Señora de Guadalupe, en la Basílica del mismo nombre. Las fiestas patronales del municipio son dedicados a los Santos Niños Inocentes se celebran cada 28 de Diciembre. Todo ello representa un conjunto de religiosidad, cultura, arte, belleza, comidas típicas, luces, desfiles, bailes, diversiones populares, las que son visitadas por muchos salvadoreños y extranjeros.

5. Industria y Comercio

Es una ciudad de alto auge comercial, cuenta con una variedad de establecimientos de comida, centros comerciales. Posee tres zonas industriales importantes: la Zona industrial Santa Elena, Plan de La Laguna y Merliot, en ellos funcionan fábricas de productos alimenticios, plásticos, metálicos, textiles,

¹³ Enciclopedia Wikipedia http://es.wikipedia.org/wiki/Antiguo_Cuscatl%C3%A1n

químicos entre otros. Cuentan con una variedad de rubros participantes tanto pequeños, medianos y grandes como lo son almacenes, panaderías, mercados municipales, centros comerciales, restaurantes, etc.

D. GENERALIDADES SOBRE EL EMPRENDEDURISMO

1. Definición

“Es la capacidad de concebir en la mente ideas creadoras, germinadoras y multiplicadoras, capaces de generar el impulso para la acción proactiva”.¹⁴

Según Antonio Cesar Amaru autor del libro Administración para Emprendedores, la palabra emprendedor proviene del latín *imprender*, que significa: tomar la decisión de realizar una tarea difícil, laboriosa y de ejecutarlo. Tiene el mismo significado que la palabra francesa *entrepreneur*, la cual se utiliza para designar el comportamiento del emprendedor.

El mismo autor menciona que este concepto tiene dos corrientes principales, el primero surge del economista francés Jean Baptiste Say él afirmaba que los emprendedores son capaces de alterar los recursos económicos de un área de baja productividad , transformándola en una productiva y rentable, así mismo crean valor y exploran en tecnología, materiales y precios. En Segundo lugar están los que hacen énfasis en las actitudes como creatividad, intuición y disposición para correr riesgos. Joseph Shumpeter argumentó que los emprendedores innovan no solo a través de la identificación de formas de utilizar los inventos, sino también mediante la introducción de nuevos medios de producción, nuevos productos y nuevas formas de organización.

¹⁴ Blog Emprender: <http://proemprender.blog.terra.com.ar/2008/09/01/definicion-emprenderconcepto-emprender/>

De todas las definiciones anteriores se puede resumir que son aquellas personas que mediante un espíritu de progreso ya sea solas o en compañía de otros toman la determinación de dirigirse por un rumbo diferente sumergiéndose en diversos procesos de cambio ya sea por motivaciones propias o por la sociedad.

2. Características de Comportamiento¹⁵

Considerando que en esencia existen diversos atributos que acompañan a una persona emprendedora a continuación se presentan dichas particularidades y posterior se definirán cada uno de ellos.

Figura N°2 Características de Comportamiento de una Persona Emprendedora



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

¹⁵ Amaru Maximiliano, Antonio Administración para Emprendedores, Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. Prentice Hall México, 2008.

- **Disposición para asumir riesgos:** la tendencia a asumir y dominar los riesgos es una característica básica de quienes se dedican a la actividad empresarial, arriesgar significa tener el valor de enfrentar la posibilidad de un fracaso o pérdida.

- **Perseverancia y optimismo:** son conscientes que tienen un compromiso con su prosperidad, dependen de su esfuerzo, del trabajo arduo y continuo para hacer que una empresa funcione.

- **Sentido de independencia:** Prefieren depender de su capacidad de enfrentar la incertidumbre que trabajar para otros. Les gusta ser autónomos y mantienen sus puntos de vista aun frente a la oposición o resultados desalentadores.

- **Creatividad y capacidad de implantación:** tienen la capacidad de idear y realizar cosas nuevas, poseen la habilidad de combinar esas dos características.

Luego de conocer algunas de las características que definen a una persona emprendedora se puede señalar que en cada paso del proceso que implica llevar a cabo una nueva idea o negocio, se presentará un camino de esfuerzo y lleno de distintos desafíos para lo cual es importante reconocer las fortalezas y debilidades propias para dar este salto que será clave para el futuro.

Además de estos se podrían agregar, el querer profundamente los productos o servicios objetos de su actividad, tener la convicción de buscar caminos alternativos cuando los originales se cierran y aprovechar la capacidad de visualizar opciones distintas a los paradigmas establecidos de su entorno.

3. Fomento Del Espíritu Emprendedor en El Salvador¹⁶

Al hablar de oportunidades y fomentar la innovación se hace también necesaria la existencia de instituciones que incentiven y ayuden en alguna manera a cultivar un hábito emprendedor en las personas, para ello en el país han existido diversos organismos que surgen como iniciativas para la cooperación y ayuda a la población en general.

Muchos con la finalidad de dar apoyo a empresarios así como a la micro y pequeña empresa en el país, dando como resultado la creación de más riqueza a la economía y a nuevas empresas.

Entre algunas de las Instituciones en El Salvador que iniciaron con el apoyo a la Formación Emprendedora están:

La Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) a través de la cual impulsó en el país una cultura emprendedora por medio de seminarios, conferencias, talleres de participación, concursos, entre otros.

Así como el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) el cual desarrolla una programación para jóvenes empresarios que requieran capacitación avanzada en áreas técnicas importantes para el mejor desempeño para las empresas, entre otras organizaciones.

A los que la población en general puede acceder y contribuir a cultivar o despertar un hábito que favorecerá a la formación y creación de nuevas empresas.

¹⁶ Programa de emprendedurismo juvenil con perfil cultural para el proyecto ESARTES de la Asociación de Arte para el Desarrollo de la Industria Cultural en el Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán". Junio 2011.

E. GENERALIDADES SOBRE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

1. Definición de Proyecto

Según el libro Evaluación de Proyectos del autor Gabriel Baca Urbina "Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana."

Además es definido como "una inversión planeada de una actividad, con el objeto de crear u ampliar una empresa o institución para producir bienes o servicios y satisfacer a una sociedad".¹⁷

Otra forma de entender el termino antes indicado es que "ha de ser el resultado de un proceso previo a la aparición de una idea y del análisis de la misma, tratando de certificar su validez así como sus posibilidades de desarrollo".¹⁸

En consecuencia del juicio que tienen diferentes autores se establece la siguiente definición operativa:

Un proyecto engloba una serie de actividades previo a la formulación de una idea que puede partir del descubrimiento de cierta necesidad que se requiera suplir, así como la modificación de un proceso o creación de un producto; todo ello con el objetivo principal de movilizar los recursos necesarios para materializar dicha iniciativa.

¹⁷ Balbino Cañas, Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de proyectos. Cuarta edición, El Salvador, 2006.

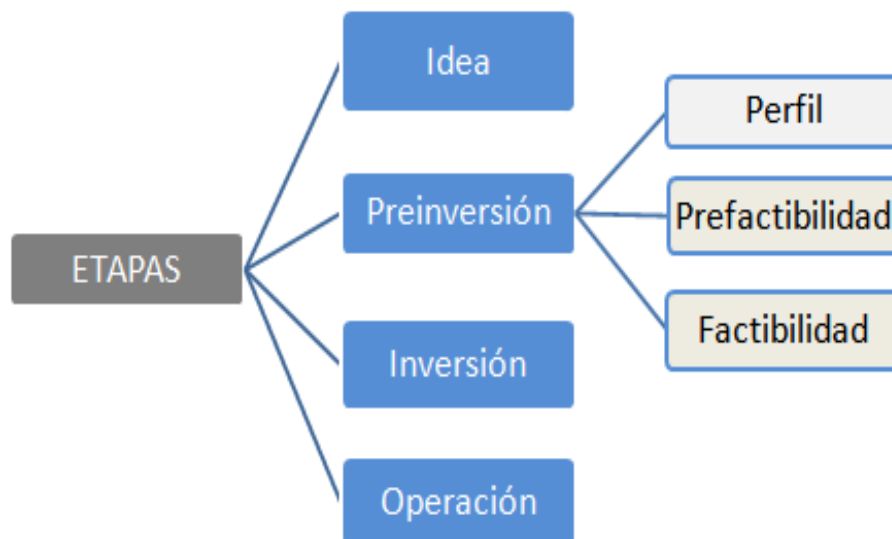
¹⁸ Sanchis, Joan Ramón, Ribeiro Soriano, Domingo. Creación y Dirección de PYMES, Ediciones Díaz de Santos, 1999 Madrid, España.

1.1 Etapas de un Proyecto¹⁹

Una de las más comunes clasificaciones es la que identifica cuatro fases básicas: la generación de la idea, los estudios de pre-inversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto, y la puesta en marcha y operación.

En la siguiente figura se listan las etapas correspondientes a un proyecto y se describen a continuación cada una de ellas.

Figura N°3 Etapas de un Proyecto



Fuente: Sapag Chain, Nassir Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación.

¹⁹ Sapag Chain, Nassir Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación Editorial McGraw-Hill México Segunda Edición 2011.

- ❖ La idea surge a partir de la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o mejoramiento en el funcionamiento de una empresa.
- ❖ La etapa de preinversión corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y la calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, prefactibilidad y factibilidad.
- ❖ El estudio a nivel de perfil es el más preliminar de todos, se basa principalmente en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o en cifras estimativas. Su objetivo fundamental es, por una parte, determinar si existen antecedentes que justifiquen abandonar el proyecto sin efectuar mayores gastos futuros y por otra, reducir las opciones de solución, seleccionando aquellas que en un primer análisis podrían aparecer como las más convenientes.
- ❖ En el nivel de prefactibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. En el de factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, y se recurre principalmente a información de tipo primario.
- ❖ La etapa de inversión, en tanto, corresponde al proceso de implementación del proyecto.
- ❖ Finalmente, la fase de operación es aquella en la que la inversión ya materializada está en ejecución.

2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.1 Definiciones

2.1.1 Estudio

“Es el esfuerzo intelectual que se emplea en el aprendizaje de una ciencia o arte, analizando el contenido, comprendiéndolo e integrándolo a la estructura cognitiva, o de modo memorístico”.²⁰

“Es el desarrollo de aptitudes y habilidades mediante la incorporación de conocimientos nuevos.”²¹

2.1.2 Factibilidad

También es definido como “El proceso por el cual se miden distintos aspectos del posible éxito de un proyecto y el producto que genera.”²² Así mismo “la noción de factible se refiere a aquellas propuestas que, por sus características, pueden materializarse para brindar solución a determinados problemas”²³.

Como indica el autor Cañas Martínez, Balbino Sebastián en su texto Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos, es una etapa de la formulación de proyectos donde se evalúan los aspectos técnicos, organizacionales y financieros, para determinar si éste será o no exitoso.

²⁰ deconceptos.com/

²¹ www.wikipedia.org/

²² Díaz Torres, Santiago, Análisis de Factibilidad de un Proyecto de Software, 2009.

²³ Diccionario Web, Definiciones

2.2 Estudio de Factibilidad

Como hace referencia el autor Elbar Ramírez y Margot Cajigas del texto titulado *Proyectos de Inversión Competitivos*, un estudio de factibilidad podrá proporcionar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencia de emprendedores e inversores y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de investigación.

De acuerdo al Manual sobre Preparación de Estudios de Factibilidad, sirve para atender dos tipos de necesidades que con alguna frecuencia pueden requerir orientaciones generales diferentes:

- ❖ Primero es proporcionar información adecuada y suficiente para que los inversionistas potenciales tengan elementos de juicio y así tomar la decisión de descartar o no un proyecto propuesto.
- ❖ En segunda instancia debe analizar por lo menos aspectos relacionados con el mercado, localización geográfica, ingeniería y presupuestos, viabilidad y conveniencia financiera, organización administrativa y técnica necesaria.

Posterior de haber citado diferentes enunciados, se puede concluir que en un estudio de factibilidad se compila información vital de las variables que intervienen en el desarrollo del nuevo negocio o propuesta es útil para demostrar los beneficios que se obtendrán así como permiten realizar una evaluación precisa sobre ejecutarlo o no basados en los análisis de la investigación, de esta manera se evita incurrir en acciones a partir de una idea o una necesidad descubierta y de la cual se posee incertidumbre.

2.2.1 Tipos de Factibilidad

Es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de un proyecto las tres principales son la técnica, económica y legal, a continuación se conceptualizan en el siguiente cuadro:

Cuadro N°3 Principales tipos de factibilidad en un proyecto.

Tipos de Factibilidad	Nassir Sapag Chaín en su texto Proyectos de Inversión	Enciclopedia Wikipedia
Técnica	Determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto.	Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas, además de si se cuenta con equipo y herramientas para llevarlo a cabo.
Económica	Determina la rentabilidad de la inversión, busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación.	Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos.
Legal	Determina la existencia o no de trabas legales para la instalación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.	Se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal o estatal.

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Otras a mencionar son: la factibilidad ambiental, de gestión, política y social, las cuales se describen a continuación:

Política: el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical,

religioso, partidista, cultural, deportivo u algún otro relacionado con el ámbito del proyecto.

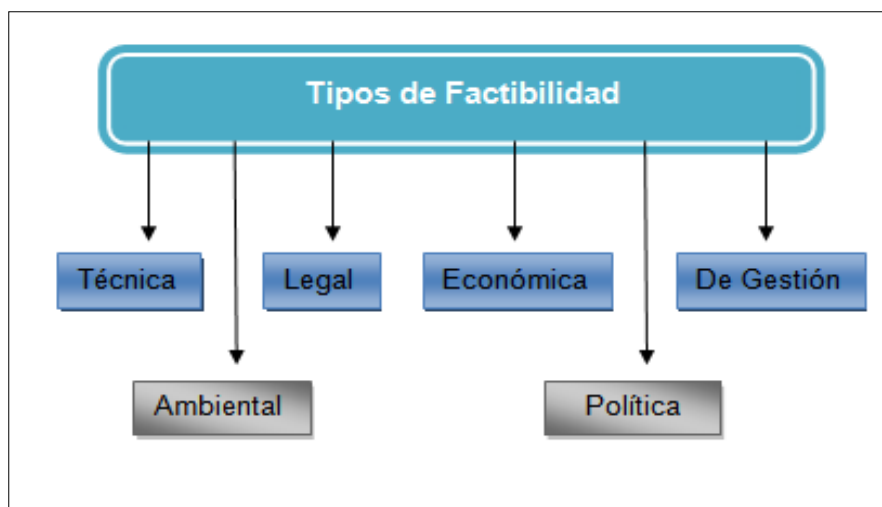
Gestión: busca determinar si existen las capacidades gerenciales internas en la empresa para lograr la correcta implementación y la eficiente administración del negocio.

Social: establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida.

Ambiental: Son el instrumento para verificar como el proyecto se adapta y aprovecha las oportunidades que le brinda el contexto físico-natural en el que se inserta, la compatibilidad entre los usos en cuanto al espacio, las tecnologías, ordenamiento del territorio, establecidos tanto por el poder público como por los intereses de la comunidad.

Es así como se categorizan y se resumen en la siguiente figura:

Figura N° 4 Clasificación de los tipos de factibilidad



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

La complejidad de las decisiones de los negocios requiere un conocimiento a profundidad de los diferentes aspectos que se afrontan para la propuesta de un estudio de factibilidad, permiten contar con un panorama claro y de esta forma brindar mejores soluciones o alternativas de acción.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Mercado

Desde la perspectiva de Philip Kotler y Gary Armstrong describen el mercado como el cúmulo de los compradores reales y potenciales de un producto, que tienen una necesidad o deseo común el cual puede ser cubierto a través de intercambios y relaciones. El autor Nassir Sapag manifiesta que es el lugar donde las personas reflejan sus intereses, deseos y necesidades, presentando así la jerarquización de las mismas y estableciendo su propia identidad en relación con los bienes y servicios que desea poseer o adquirir.

También es descrito como “el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, cantidad y precio”²⁴.

Es definido además como “el conjunto de consumidores que comparten una necesidad o función y que están dispuestos a satisfacerla a través del intercambio”.²⁵

²⁴ Córdoba Padilla, Manuel. Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Ecoe, Colombia, 2006.

²⁵ Munuera Alemán, José Luis, Rodríguez Ana Isabel, Estrategias de Marketing, Editorial ESIC, Madrid España, 2007.

3.2 Estudio de Mercado

Según Gabriel Baca Urbina con este nombre se denomina a la primera parte de la investigación formal, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Otra definición es la que indica que consiste en un análisis del contexto respecto al sitio donde llegarán los productos que genera el proyecto, con el propósito de brindar una idea al dueño, organización o la institución que realizara la inversión sobre el riesgo, en cuanto a la aceptación, que tendrá el producto cuando sea puesto en el lugar, se realice con base en un análisis de ciertas variables.²⁶ De acuerdo al Diccionario Wikipedia radica en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Partiendo de los enunciados anteriormente mencionados se puede decir que es un proceso por medio del cual se indaga sobre las características del entorno en donde se enfoca comercializar el bien o servicio, permite conocer si existirán personas dispuestas a consumir lo que se ofertará, contribuye a la determinación y análisis de precios, además facilita la obtención de información directa acerca de competidores, la preferencia, hábitos de consumo de los potenciales clientes.

El principal propósito en esta etapa será conocer si la comida tipo española con características de miniatura tendrá aceptación real en un sitio determinado. Este estudio pretende prever la respuesta del público antes de lanzar el producto y plantear las mejores estrategias.

²⁶ Rosales, Ramón, La Formulación y Evaluación de Proyectos Editorial Universidad Estatal a Distancia San José Costa Rica 2005.

Todo análisis de mercado debe contener como mínimo los siguientes aspectos²⁷:

1. **Volumen del mercado definiendo el mercado potencial y real:** a la cantidad vendida de un producto durante un periodo en una zona geográfica concreta, medida en unidades físicas o económicas se le denomina mercado real. Pero para tener éxito en la gestión comercial ha de preverse de aquellas personas que podrían llegar a comprar el bien o servicio.
2. **Distribución geográfica:** está relacionada con la elección idónea de la localización empresarial y con la cobertura geográfica de la competencia, se trata de identificar zonas potenciales de compra.
3. **Característica del mercado:** se trata de identificar todo lo que externamente puede afectar a la empresa, como por ejemplo: estacionalidad, reglamentación legal, situación económica, demográfica, tecnología, entre otros.
4. **Segmentación del mercado:** consiste en dividir el mercado en grupos de clientes similares según sus necesidades, las variables de segmentación más usuales son: factores geográficos, demográficos, psicológicos, características psicográficas, variables socioculturales, la situación de uso o los beneficios deseados.
5. **El cliente:** la determinación de las personas a las que se dirige la empresa influye en el diseño del envase, etiqueta, publicidad, es decir

²⁷ García González, Ana, Los nuevos emprendedores: creación de empresas en el siglo XXI, Publicaciones Ediciones de la Universidad de Barcelona, 2005.

éstos determinan la actuación de la empresa y por tanto si se posee buen conocimiento de ellos puede realizarse un planteamiento atractivo para lograr el fin empresarial, los principales aspectos a valorar o responderse son:

- ¿Quién? Decide, compra, paga, consume. Cuando esto no lo hace una misma persona hará falta pensar en las características del usuario directo.
- ¿Qué se compra y por qué? La decisión de compra de un producto está en función de la calidad, imagen y marca.
- Cuándo se compra y con qué frecuencia: es necesario saber si el producto se adquiere diariamente, por vacaciones, festividad, etc.
- ¿Dónde se compra y por qué? Es importante que no exista inconveniente en que los clientes localicen el bien o servicio.
- Cuánto se compra: al empresario le corresponde conocer si las preferencias están dirigidas hacia envases grandes o pequeños, si se adquiere por unidad o por lotes.

6. **Canales de distribución:** son todas aquellas entidades que facilitan el acceso al producto para el consumidor desde el centro de producción.

7. **Competencia:** es la concurrencia en un mismo mercado de diferentes oferentes de bienes o servicios, del mismo modo que corresponde analizar el mercado y consumidor, así es respecto a los competidores más próximos, cómo trabajan, como son los productos que ofrecen, cuál es el precio, cuál es su grado de aceptación, puntos fuertes y débiles, con estos datos facilita la toma de decisiones sobre la posible actuación en el sector.

El análisis de todos los apartados anteriores contribuirá a que las personas involucradas en la idea del negocio sean conocedores de los diferentes escenarios que se lleguen a presentar en el sector en el que pretendan establecerse y enfrenten tales situaciones de la mejor manera.

Para el estudio de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales mostradas en el siguiente esquema y descritas posteriormente:

Figura N° 5 Estructura de un Estudio de Mercado.



Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

3.3 Análisis de la Demanda

Philip Kotler la define como el volumen total de un producto que podría ser adquirido por un grupo de consumidores.

Se entiende también como “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.²⁸

²⁸ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001.

Baca Urbina expone cierta clasificación de los tipos de demanda: por su oportunidad y por su temporalidad.

En relación a su oportunidad se encuentran:

1. Demanda potencial satisfecha: cuando lo producido en el mercado es exactamente lo que éste requiere, el autor afirma que en condiciones reales no existe un momento en el que ya no se llegue a vender un artículo más.

2. Demanda potencial insatisfecha: se le llama a la cantidad de bienes o servicios que es probable el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones.

En relación a su temporalidad:

1. Continua: permanece igual durante largos periodos.
2. Estacional: se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climáticas o comerciales.

3.4 Análisis de la Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito de este análisis es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere dar a disposición un producto. Está se

determina por una serie de factores como son el precio, apoyos gubernamentales a la producción, entre otros.²⁹

De acuerdo a Sapag Chain en su libro *Proyectos de Inversión* corresponde al estudio de la conducta de los empresarios, es decir a la relación entre la cantidad ofertada de un artículo y su precio de transacción, otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción, el grado de flexibilidad en la producción por la tecnología, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores.

3.5 Análisis de Precios³⁰

La empresa debe considerar en primer lugar el precio de su competidor más cercano. Si la oferta de la empresa tiene características que no ofrece el rival principal, se calcula el valor de esas particularidades para el consumidor y sumárselas al precio del producto, viceversa se descontaría si el rival dispone de diferenciadores con los que la empresa no cuente. Es muy probable que los competidores reaccionen y modifiquen sus precios ahí radica la importancia de vigilar el entorno.

Las tres consideraciones vitales sobre determinar un precio son los costos ya que suponen el límite inferior a asignar, los precios de los competidores y de los productos sustitutos sirven como punto de referencia. Las empresas deben seleccionar una estrategia de fijación de precios que incluya las consideraciones antes mencionadas, algunos métodos más usados para establecer el precio son:

²⁹ Baca Urbina, Gabriel. *Evaluación de Proyectos* Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001

³⁰ Kotler, Philip, Keller Kevin Lane *Dirección de Marketing*, Duodécima Edición, Pearson Educación, México 2006.

1. Fijación de precios mediante márgenes: consiste en agregar un margen estándar al costo del producto.
2. Fijación de precios para obtener rendimiento de la inversión: se determina un precio que produciría su tasa de efectivo de rendimiento sobre la inversión.
3. Basados en el valor percibido: se realiza en función de la percepción y valoración del consumidor respecto al bien o servicio, la clave consiste en entregar más valor que los competidores y demostrarlo así a los compradores potenciales.
4. Basados en la competencia: significa que la organización podría fijar un precio similar mayor o menor que el de sus competidores.

3.6 Análisis de Comercialización

Para Sapag Chain esta etapa deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales referidas al producto, precio, la promoción y distribución, cada uno de estos elementos estará condicionado de las características del producto. El estudio de los canales de distribución tiene también importancia al definir la estrategia comercial, por los efectos indirectos que tiene sobre ellos.

3.7 Mezcla de Mercadotecnia³¹

Utiliza la combinación o mezcla de cuatro de las variables del marketing para alcanzar las metas fijadas.

A continuación se describen las cuatro variables:

³¹ Marketing para todos:<http://estrategias-marketing-online.com/>.

1. **Producto:** Es todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su uso o consumo, y que está pensado para satisfacer un deseo o necesidad. Pueden ser tanto objetos físicos (bienes) como servicios.

2. **El precio:** es una de las variables en la que se puede intervenir con mayor rapidez y que produce un efecto inmediato en los demandantes del producto o servicio ofertado.

3. **Plaza:** Una empresa debe definir bien a través de qué canales de distribución va a llegar al mercado. Los canales son diversos, y ello dependerá por un lado del tipo de producto, y por otro, de cómo quieren llegar al mercado.

4. **Promoción:** Una empresa nueva necesita antes que nada “promocionarse” para que el mercado se entere de su existencia y poder vender sus productos. Una empresa existente necesita dar a conocer las mejoras de sus productos, el lanzamiento de nuevos o simplemente mantener su imagen presente en el mercado.

3.8 Análisis de la Competencia³²

El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas. Sin embargo, los alcances del estudio van más allá de la sola determinación de la competencia para atender a un cliente. Además de conocer al competidor con objeto de evaluar la posibilidad de captar a nuevos

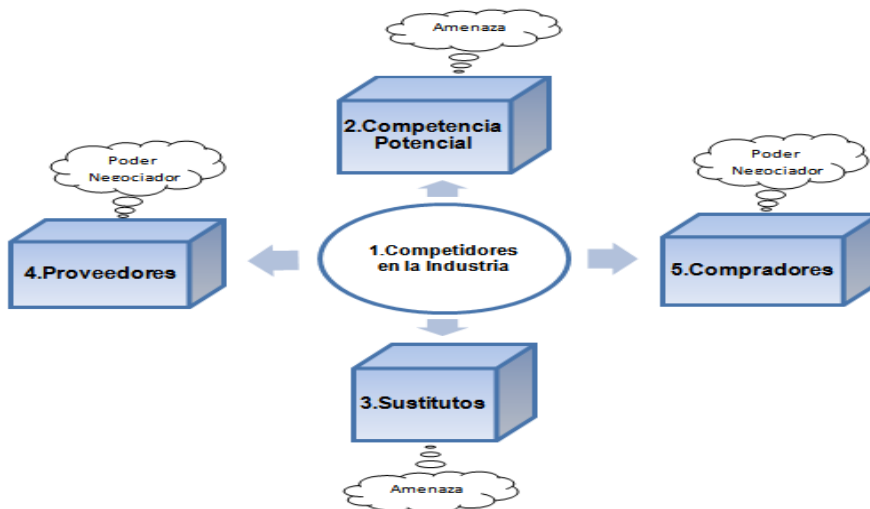
³² Sapag Chain, Nassir “Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación” Editorial McGraw-Hill México Segunda Edición 2011.

consumidores, se debe considerar un mercado no tradicional, donde se compite por un proveedor, aquí conviene considerar el concepto ampliado del precio que cobra la competencia: tarifa, descuentos y formas de pago como anticipos, plazo de los créditos, cobro de intereses, entre otros.

3.8.1 El Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter³³

Es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias, de acuerdo al autor del modelo la intensidad de la competencia es mayor en las industrias de menor rendimiento. Además la naturaleza de la competitividad en una industria determinada es vista como el siguiente modelo:

Figura N° 6 Modelo de las cinco fuerzas de Porter.



Fuente: David, Fred R. de su texto Conceptos de Administración Estratégica.

³³ David, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica, Novena Edición , Pearson Educación, México 2003

1. Rivalidad entre empresas competidoras: es por lo general la más poderosa de las cinco fuerzas, las estrategias tienen éxito solo en la medida que proporcionen una ventaja sobre las estrategias que aplican empresas rivales, como la reducción de precios, el mejoramiento de la calidad, la entrega de servicios, la prolongación de garantías y el aumento de publicidad.

2. Entrada potencial de nuevos competidores: siempre que empresas nuevas ingresan con facilidad a una industria en particular, la intensidad de la competencia entre las empresas aumenta, sin embargo entre las barreras de ingreso están la necesidad de obtener conocimiento especializado y tecnología, la falta de experiencia, lealtad firme de los clientes, las preferencias de marca, el requerimiento de gran capital, las políticas reguladoras gubernamentales, aranceles, falta de acceso a materias primas, ubicación poco atractivas y la saturación potencial del mercado.

A pesar de las diversas barreras de ingreso, algunas empresas nuevas entran a las industrias con productos de excelente calidad, precios bajos y recursos de mercadotecnia importantes, por lo tanto el trabajo del estratega consiste en identificar a las empresas nuevas que tienen la posibilidad de entrar al mercado, vigilarlas y obtener provecho de las fortalezas y oportunidades existentes.

3. Desarrollo potencial de productos sustitutos: la presencia de estos productos coloca un tope en el precio que se cobra antes que los consumidores cambien u opten por un sustituto. Las presiones que surgen de estos bienes aumentan conforme el precio declina y conforme el costo por el cambio de cliente se reduce. La fortaleza competitiva de estos productos se mide mejor por los planes que tienen las empresas para aumentar su capacidad y penetración en el mercado.

4. Poder de negociación de los proveedores: afecta sobre todo cuando existen muchos suministradores, cuando sólo hay algunas materias primas sustitutas adecuadas o el costo de cambiarlas es demasiado alto. Tanto los proveedores como los productores deben ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, entregas a tiempo y costos de inventario reducidos en beneficio de todos. Las empresas deben seguir estrategias de integración para obtener el control o propiedad de los proveedores.

5. Poder de negociación de los consumidores: cuando los clientes están concentrados en un lugar son muchos o compran por volumen, representan una fuerza importante que repercute en la intensidad del mercado. Los compradores es mayor cuando los productos que se adquieren son estándar o poco diferenciados.

Cada industria se compone de análisis fundamentales diferentes pero se considera que las 5 fuerzas ayudarán a determinar cuáles son las tendencias y cuáles son los elementos que impactan en las reglas del juego en el sector objetivo, así como en conocer las restricciones de acceso al mercado.

4. ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren; a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas. Se identifican los equipos, maquinaria, materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto, por lo tanto los costos de inversión y de operación así como el capital de trabajo que se necesita.³⁴

³⁴ Ramón Rosales, Ramón, La Formulación y Evaluación de Proyectos Editorial Universidad Estatal a Distancia San José Costa Rica 2007.

De acuerdo con Baca Urbina se pretende resolver a preguntas referentes a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que esta etapa comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del negocio. En este apartado se deben contemplar los siguientes aspectos:

4.1 Localización del Proyecto

Con base al texto Proyectos de Inversión del autor Saúl Fernández Espinoza, se tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir aquella que frente a otras alternativas conduzca hacia el mayor beneficio para los usuarios y la comunidad, dentro de un marco de factores condicionantes como:

- La ubicación de los demandantes del bien o el servicio
- La localización de los insumos o materias primas
- Las facilidades existentes respecto de los servicios básicos como agua, luz y vías de acceso.
- La disponibilidad de terrenos y recursos naturales y humanos.
- Las restricciones legales y ambientales existentes en la zona.

Consiste en abordar el problema desde la macro localización que está determinada por la descripción de la zona o el contexto donde el proyecto impacta a través de sus costos y beneficios, después se procede a la micro localización, la definición puntual del sitio de ubicación para el proyecto.

4.1.2 Método Cualitativo por Puntos³⁵

Consiste en asignar factores cualitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización, esto conduce a una comparación de diferentes sitios. Permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión.

Aplicar el procedimiento así:

1. Desarrollar una lista de factores relevantes
2. Asignar un peso a cada factor, indicar su importancia relativa, debe sumar 1.00
3. Asignar una escala común de 0 a 10 y elegir cualquier mínimo
4. Calificar cada sitio potencial de acuerdo con la escala y multiplicar la calificación por el peso.
5. Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación.

Entre los factores que se pueden considerar están los factores sociales, económicos, geográficos relacionados con las condiciones naturales como el clima, niveles de contaminación, desechos, etc.

4.2 Tamaño del Proyecto

El tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva. La definición se

³⁵ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001

inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso, que muestre las diferentes etapas de producción, cantidades, insumos y producto terminado.³⁶

Según Sapag Chain el tamaño corresponde a su capacidad instalada y se expresa en número de unidades de producción por año, se distinguen tres tipos de capacidad instalada:

1. Capacidad de diseño: tasa estándar de actividad en condiciones normales de funcionamiento.
2. Capacidad del sistema: actividad máxima que se puede alcanzar con los recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada.
3. Capacidad real: promedio anual de actividad efectiva, de acuerdo con variables internas (capacidad del sistema) y externas (demanda).

El mismo autor asevera que en varios casos, podría observarse que un tamaño mayor, aunque tenga capacidad ociosa inicial es más rentable que un tamaño menor que se vaya adecuando al crecimiento de la demanda. Sin embargo, esto no significa que la decisión que se tome sea la que se muestra como más rentable, ya que esta podría no dar la opción de revertir el proyecto si las cosas no marchan como estaba previsto.

4.3 Ingeniería del Proyecto³⁷

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la

³⁶ Fernández Espinoza, Saúl, Los Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Tecnológica de Costa Rica 2007.

³⁷ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001

maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

a) Proceso de producción

En esta parte, el investigador procederá a seleccionar una determinada tecnología de fabricación, la adquisición de equipo y maquinaria, otro aspecto importante es considerar la flexibilidad de los procesos y equipos para procesar varias clases de insumos, lo cual ayudara a evitar los tiempos muertos y a diversificar fácilmente la producción en un momento dado. Para representar y analizar esta etapa existen varios métodos algunos de los cuales son, el diagrama de bloques, diagrama de flujo del proceso y el cursograma analítico.

b) Inversiones en obra física

Una inversión en obra física es aquella que se realiza para la adquisición de terreno, construcciones, remodelaciones y otras obras complementarias relacionadas principalmente con el sistema productivo del proyecto. Sin embargo habrá otras inversiones que se derivaran de los estudios organizacionales y de mercado que también deberá incluir el estudio técnico.

c) Inversiones en equipamiento

Son todas las que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Al igual que en la inversión en obra física aquí interesa la información de carácter económico que deberá respaldarse técnicamente.

4.3.1 Distribución en Planta

Una buena distribución es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar en los trabajadores.

Existen tres tipos básicos de distribución:

1. Por proceso: agrupa a las personas y equipo que realizan funciones similares y hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de producción, en ese se usa comúnmente el diagrama de recorrido.
2. Por producto: se agrupan de acuerdo a la secuencia de operaciones realizadas sobre el producto o usuario, se usan líneas de ensamble son características de este tipo ya que son idóneas para producir grandes volúmenes.
3. Por componente fijo: la mano de obra, materiales y el equipo acuden al sitio de trabajo, tal como en la rama de la construcción.

4.3.2 Organización del recurso humano y Organigrama general

El estudio del proyecto requiere la identificación y cuantificación del personal que se necesitara en la operación, para determinar el valor de remuneraciones por periodo. Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

4.4 Marco Legal³⁸

Es necesario evaluar la forma en cómo el marco legal vigente, repercutirá en los costos y beneficios asociados al proyecto, reflejados en el flujo de efectivo, como la constitución legal, legislación laboral, tributaria, industrial.

Asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en su implementación y posterior funcionamiento, son importantes tanto para el conocimiento como para el buen manejo.

4.5 Estudio del Impacto Ambiental

Según la lectura sobre Proyectos de Inversión por Nassir Sapag Chain, se busca determinar el impacto que la implementación del proyecto tendría sobre las variables del entorno ambiental, por ejemplo los efectos de la contaminación. En El Salvador la entidad que vigila el cumplimiento de dicho estudio es el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales que se conocerá por sus siglas MARN. Este se encarga de realizar la inspección al sitio donde se quiere realizar la actividad, obra o proyecto, para conocer las condiciones ambientales y verificar la información que se presenta mediante el formulario ambiental respectivo.

5. ESTUDIO ECONÓMICO

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el

³⁸ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001

costo total de la operación que abarque las funciones de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, según Baca Urbina.

5.1 Determinación de Costos

El costo o coste es la salida económica que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Baca Urbina señala que es un desembolso en efectivo hecho en el pasado, del cual se espera recibir un beneficio en el futuro. La determinación de los diferentes tipos de costos como administrativos, de ventas, los gastos financieros, el cálculo del precio de venta y el valor unitario de los productos contribuirán a realizar proyecciones en función de la capacidad de producción que tendrá el establecimiento.

5.2 Presupuestos

Para Mauricio Castillo en su Guía para la Formulación de Proyectos de Investigación, el presupuesto es la estimación o cálculo de los costos económicos del proyecto, con base en el recurso humano, físico, tecnológico, entre otros necesarios. De acuerdo al autor se ha de tener en cuenta que se somete a una evaluación tanto técnica como financiera y si una de ellas no es lo suficientemente clara y sólida, la propuesta pierde valoración y por tanto puede ser rechazado, de ahí la importancia de elaborar presupuestos de manera que presente coherencia con los aspectos técnicos requeridos.

Según Jorge E. Burbano Ruíz un presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a

obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos. De esta forma se podría decir que los presupuestos conforman herramientas de orientación al momento de la toma de decisiones.

5.3 Estados Financieros Pro-Forma

James C. Van Horne en el texto Fundamentos de Administración Financiera enuncia que los estados proforma están basados en las condiciones que los directores esperan encontrar y las acciones que planean emprender, agrega que estos incluyen cálculos de todos los activos y pasivos además de los rubros del estado de resultados.

5.4 Fuentes de Financiamiento

Son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial, es recomendable que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir que sea el estrictamente necesario.³⁹

Para Baca Urbina en su texto Evaluación de Proyectos una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero a tasas bajas,

³⁹<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/fuentes1.htm>

es posible demostrar que esto ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La toma de decisión acerca de invertir en determinado proyecto siempre debe recaer no en una sola persona ni en el análisis de datos parciales, sino en grupos multidisciplinarios que cuenten con la mayor cantidad de información posible. La evaluación aunque es la parte fundamental del estudio, dado que es la base de decisión, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto. Además de estar influenciado por la realidad económica, política, social y cultural de la entidad donde se tenga en mente invertir, marcará los criterios que se seguirán para realizar la evaluación adecuada.⁴⁰

6.1 Criterios de Evaluación

a) Valor Actual Neto

Nassir Sapag Chain afirma que es el método más conocido, mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión.

Para ello se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento.

⁴⁰ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados. Si el VAN es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo, deberá rechazarse.⁴¹

La forma de calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = -FE_0 + \frac{FE_1}{(1+k)^1} + \frac{FE_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+k)^n}$$

Dónde: -FE0 es el desembolso inicial. FE1, FE2, hasta FEn representan los flujos de efectivo anuales. k es la tasa de costo de capital utilizada.

b) Tasa interna de retorno

Es un instrumento para evaluar el rendimiento de una inversión, determinado con base en sus flujos de fondos netos.

Dicha tasa hace que el valor actual de la entrada de fondos sea igual al valor actual de las salidas, es decir que el valor actualizado neto (VAN) del flujo de fondo sea cero, representa el máximo costo o interés al cual un inversionista podría tomar dinero prestado, pagando con su producción el capital y los intereses sin tener pérdidas.⁴²

Según Baca Urbina se le llama así porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Con el criterio de aceptación que

⁴¹ Jiménez Boulange, Francisco Javier, Ingeniería Económica Editorial Tecnológica de Costa Rica, Primera Edición 2007.

⁴² Herrera, Fabio, Fundamentos de análisis económico Ediciones CATIE Costa Rica, 1994.

emplea el método de la TIR si ésta es mayor que la tasa mínima de retorno se acepta la inversión, es decir si el rendimiento es mayor que el mínimo fijado como aceptable la inversión es económicamente rentable. La fórmula de cálculo de la TIR (el tipo de descuento que hace 0 al VAN) es la siguiente:

$$TIR = VAN = -FE_0 + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n} = 0$$

Dónde: -FE0 es el desembolso inicial. FE1, FE2, hasta FEn representan los flujos de efectivo anuales. r tasa de descuento mayor que k (tasa de coste de capital) que hace el VAN igual a cero. La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

c) Periodo de Recuperación de la Inversión⁴³

El periodo de recuperación de la inversión, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

La fórmula que se usa es la siguiente:

$$\text{Periodo de recuperación en años} = \frac{\text{Inversión neta en efectivo}}{\text{Flujo neto anual de entradas de efectivo}}$$

⁴³ Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain Reinaldo "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Cuarta Edición, 2000.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TIPO ESPAÑOLA CON CARACTERÍSTICAS DE MINIPORCIONES EN EL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN.

A. IMPORTANCIA

La relevancia de la investigación radica en que se pretende suministrar un aporte que oriente a la toma de decisión sobre la apertura de un negocio de alimentos tipo español con la particularidad de ser servidas en miniporciones, mediante la recopilación de información, el trabajo en campo y el análisis de los resultados permitirá dar una propuesta sobre la utilización de los recursos para dicha iniciativa.

Otro punto significativo es que se aspira a dar un cambio en la tradicional forma de elaborar platillos de comida utilizando materia prima de calidad y mejorado en estética.

De realizarse el proyecto contribuiría al fomento del espíritu emprendedor y desarrollo profesional como empresarios, además favorecería con el progreso de la sociedad y la economía de las familias asociadas así como el convertirse en un integrante productivo de la zona de Antigua Cuscatlán.

B. OBJETIVOS

1. General

- Elaborar un diagnóstico de factibilidad a través de la investigación de campo que sirva de insumo para la apertura de un restaurante de comida tipo española con características de miniporciones en el Municipio de Antigua Cuscatlán, departamento de La Libertad.

2. Específicos

- Identificar los gustos y preferencias de los clientes potenciales del tipo de comida que prefieren consumir para conocer la demanda y oferta de estos, en el Municipio de Antigua Cuscatlán.
- Elaborar un análisis con base a las cinco fuerzas de Michael Porter para generar estrategias en la apertura del restaurante.
- Conocer la disposición de los clientes potenciales en consumir el tipo de comida en miniporciones.

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. Método

Se utilizó el método científico, el cual permitió obtener discernimiento sobre el problema a investigar a partir de la observación realizada en el transcurso del trabajo en campo, postulación de hipótesis y recolección de información

mediante el seguimiento de ciertos pasos, asimismo se consideraron los siguientes métodos auxiliares:

1.1 Analítico

Para entender la esencia de un todo es pertinente conocer la naturaleza de sus partes, por ello se estudiaron la oferta de restaurantes en el sector, la opinión y experiencia de propietarios de negocios de la zona, la localización de un comercio, los precios, clientes potenciales, sus gustos y preferencias, entre otros aspectos, de esa manera se profundizó en el análisis acerca del objeto de estudio a través de la separación de los elementos que lo conformaban.

1.2 Sintético

Consistió en integrar todos los elementos distinguidos por el método analítico, lo cual facilitó el proceso de razonamiento y comprensión acerca de las relaciones básicas entre cada una de las partes a través de una perspectiva de totalidad.

2. Tipo de Investigación

Este trabajo se basó en realizar un diagnóstico referente a la factibilidad para la apertura de un restaurante en el que la comida tendría características especiales por su tamaño y su localización en el municipio de Antiguo Cuscatlán, el tipo de investigación que se estableció es el correlacional, cuya utilidad fundamental es que permitió al equipo involucrado tener una aproximación y comprensión entre el grado de relación o no de los conceptos y variables establecidas.

3. Diseño de la Investigación

Se realizó bajo un contexto no experimental, sin manipular variables. Se observaron los fenómenos tal y como se encontraron en su contexto natural para posterior analizarlos.

Es por ello que como investigadores se pretendió alcanzar niveles objetivos en el desarrollo del proyecto de tal manera que en ningún momento se trató de alterar o modificar las variables, más bien se observó el fenómeno o situación tal y como se dio en su entorno natural.

4. Fuentes de información

a) Primarias

Son todas aquellas de las cuales se obtuvo información directa, es decir, de quien la origina. La principal fuente de información se consiguió de los socios interesados en dar inicio al negocio, así como de los propietarios de restaurantes aledaños, turistas, habitantes local y nacional del casco urbano del Municipio de Antigua Cuscatlán a quienes se les aplicó un cuestionario y se realizaron entrevistas a profundidad, además del personal de instituciones correspondientes a las cuales se acudió en un respectivo momento.

b) Secundarias

Son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento particular donde se mencionan artículos, libros y otros documentos relevantes. Es decir que brindan información sobre el tema a

investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o situaciones, sino que referencian dichos hechos o situaciones.

Los datos de las fuentes secundarias se recolectaron a través de libros, trabajos de graduación referidos a estudios de factibilidad, consultas a la página web de la municipalidad y otros sitios de internet relacionados con tópicos para la ejecución de un proyecto como el estudio de mercado, técnico, económico y financiero, además artículos de periódicos acerca del emprendedurismo, leyes, informes, entre otros que fueron útiles para el desarrollo del trabajo.

5. Técnicas de Investigación

Las técnicas sirvieron como proceso o medio para el desarrollo del trabajo en campo, entre estas se utilizó la entrevista, encuesta y observación.

a) Entrevista

Es un diálogo o conversación personal, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de manera que se pudo obtener la información necesaria. Esta técnica permitió al equipo entrevistador ser flexible y profundizar al momento de hacer las preguntas.

La entrevista se realizó de manera estructurada, dirigida a los socios principales interesados en la apertura del restaurante así como a propietarios de otros negocios del rubro.

b) Encuesta

Se utilizó para recopilar información, conocer las opiniones o ideas acerca del tema de estudio. Dirigida a turistas y habitantes locales o nacionales del casco

urbano del municipio quienes por ende se consideraron consumidores potenciales que oscilaron entre las edades de 18 a 59 años.

Como equipo de investigación se consideró realizar las encuestas los fines de semana por la mayor afluencia de personas en la zona.

c) Observación Directa

Básicamente consistió en ver y oír los hechos que aportaron información a la investigación. Esta se desarrolló conforme a visitas realizadas a los lugares intervinientes en el desarrollo del trabajo, principalmente en el casco urbano en el Municipio de Antigua Cuscatlán, este proceso fue de suma importancia ya que complementó la obtención de datos que no fueron posibles reunir a partir de las encuestas y cuestionario.

6. Instrumentos de la Investigación

Es un recurso usado por el investigador para registrar datos sobre las variables de interés, capturan la realidad que el investigador desea tales como el cuestionario, guía de preguntas y fichas de apuntes.

a) Guía de Preguntas

Es la lista de interrogantes que se planeó hacer al entrevistado, se redactaron con antelación, eso facilitó al momento de ejecutar el trabajo en campo ya que se consideraron aspectos referente a la oferta en el sector, los gustos, preferencias de las personas que representaban la muestra y permitieron elaborar los análisis correspondientes para el diagnóstico.

Se elaboraron preguntas estructuradas las cuales orientaron al equipo investigador para abordar al entrevistado así se obtuvo información valiosa para el estudio del problema.

b) Cuestionario

La estructura de preguntas fueron de tipo cerradas, este fue dirigido a la muestra de habitantes del Municipio de Antigua Cuscatlán para conocer desde datos generales, el nivel de aceptación, los gustos y preferencias que tenían sobre este tipo de especialidad de comida, entre otros aspectos a indagar, diseñado con base a los indicadores de las variables implicadas en el objeto de estudio.

c) Ficha de Observación

Para ello el grupo investigador se apoyó de equipos audiovisuales, fichas de apuntes entre otros de utilidad.

7. Ámbito de la Investigación

La investigación se realizó en el área geográfica del Municipio de Antigua Cuscatlán Departamento de La Libertad, dicho trabajo se visualizó como una oportunidad de negocio y de emprendedurismo.

8. Unidades de análisis

La unidad de análisis corresponde a la entidad u objeto específico de estudio en una medición y se refiere al qué o quién es objeto de interés en una investigación.

Las unidades de análisis fueron las siguientes:

Objeto de estudio	Unidades de Estudio
Propietarios de restaurantes en el Municipio de Antigua Cuscatlán	Habitantes de Antigua Cuscatlán

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

D. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA

1. Población

Para realizar la investigación se tomó como base el Municipio de Antigua Cuscatlán el cual cuenta con una población de 33,698 habitantes.

2. Muestra

Se consideró como muestra los habitantes en el rango de 18 a 59 años de edad, estos conforman un total de 20,480 personas.

2.1 Cálculo de la muestra

Para calcular la muestra del universo seleccionado se utilizó la fórmula para poblaciones finitas tomando como base los 20,480 habitantes a encuestar.

La fórmula utilizada es:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * (P*Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra que se requiere encontrar.

N= Población, corresponde a 20,480 habitantes del municipio.

P = Probabilidad de ocurrencia, se estima que P=0.50

E = Error

Q = Probabilidad de fracaso 0.50

Z= Nivel de confianza, se determinó un 95%.

Realización del cálculo

n =?

N = 20,480

P = 0.5

E = 0.08

Q = 0.5

Z= 1.96

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (20,480)}{(0.08)^2 (20,480 - 1) + (1.96)^2 * (0.5*0.5)}$$

$$n = \frac{18,483.2}{131.96}$$

$$n = 145$$

La muestra obtenida fue de 145 personas a encuestar.

E. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se llevó a cabo a través de la tabulación de los datos, el análisis e interpretación de los mismos. Estos servirán como base para el análisis de la situación real y que a su vez harán posible las conclusiones y recomendaciones

respectivas. Los análisis e interpretaciones efectuados mostrarán las ventajas y desventajas del proyecto a realizar y que servirán de base para la toma de decisión en la apertura del nuevo negocio.

F. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN EXISTENTE DEL MERCADO PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE.

1. Análisis de la Demanda Potencial.

La base informativa que sustenta los resultados del análisis realizado en el casco urbano del Municipio de Antigua Cuscatlán son las encuestas dirigidas a los habitantes, visitantes nacionales y extranjeros, así como producto de entrevistas a profundidad realizadas a propietarios de comercios en la zona, quienes afirman poseer una afluencia significativa de clientes con mayor auge en ocasiones que la comuna realiza actividades culturales, religiosas, entre otras que les resulta en beneficio para el comercio de sus productos.

1.1 Características Generales del Consumidor

La muestra poblacional considerada para la investigación está conformada por hombres y mujeres que fuesen habitantes de la zona, visitantes locales o turistas del extranjero, el rango de edad más representativo oscila entre los 18 a 40 años entre los encuestados. En cuanto a las personas económicamente activas más de la mitad afirmaron poseer trabajo, es posible deducir que existe una considerable población que estaría en condiciones para pagar por un servicio de alimentos en el supuesto de crearse un nuevo restaurante.

1.2 Conocimiento del Producto

Dado a la peculiaridad del negocio que se pretende establecer, se requirió indagar la noción de los consumidores hacia el tipo de comida española, la mayoría desconoce de lo que se trata y un poco más de un tercio indicó sí saber acerca de ello, de igual forma sucedió al preguntar sobre el concepto de miniporciones, lo cual manifiesta que se deberá reforzar en comunicación publicitaria el enfoque del negocio; para comprender a totalidad la intuición que poseían las personas del término se listaron tres ideas con la finalidad de verificar la asociación, más de la mitad lo consideró correctamente de acuerdo a la idea del negocio como una pieza pequeña, seguido de ello otros lo entienden como una degustación y en menor proporción lo relacionó a un bocadillo.

Para profundizar en cuanto al rubro se presentaron diversos comercios que ofrecen esa categoría de alimentos algunos de ellos pertenecientes a la zona y se obtuvieron significativos resultados de reconocimiento de locales, tal fue el caso del negocio la Barceloneta, mayor parte de los encuestados si lo conocen a diferencia de Andalucía y Olé, con lo que se constató que a primera instancia las personas no saben al respecto de la comida tipo española pero al mostrarles imágenes de negocios dedicados a este tipo de producto si existe cierta recordación y asociación.

Al momento de identificar la disponibilidad de los consumidores respecto a un nuevo restaurante de esa naturaleza cerca del total de la población encuestada afirmo sí estar dispuesto a visitarlo, lo cual indica que a las personas les podría llamar la atención y tendrían la disposición de acercarse a conocer un nuevo comercio.

1.3 Gustos y Preferencias.

Los resultados de las preguntas 14 y 15 contenidas en el Cuestionario dirigido a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán (Ver Anexo N°3), muestran los principales aspectos considerados por los encuestados que más valoran y que influyen en el nivel de satisfacción, al momento de considerar acudir a cierto local de servicio los cuales fueron:

- ✚ Calidad de la Comida
- ✚ Ubicación accesible
- ✚ Popularidad del negocio
- ✚ Parqueo
- ✚ Amabilidad.
- ✚ Tiempo de atención.

La razón de ser de un restaurante son los alimentos que ofrece, desde la preparación, el cuidado en la selección de los proveedores hasta la presentación del producto final, es por ello que la calidad de éstos es relevante y también establece la posición del negocio frente a su competencia. Por otra parte la elección de la ubicación tanto para personas que se conducen en vehículo o utilizan transporte público, es valorada en gran parte, así como las referencias cercanas sean fáciles y comprensibles, es decir que tenga vías alternas para llegar.

Cuando las personas comen fuera de casa la elección de cierto lugar dependerá tanto de otras experiencias pasadas que para ellos valdría la pena regresar, aunque también en muchas de las ocasiones se dejan guiar por recomendaciones de otros y primeras sensaciones es por ello que la popularidad es notable para el consumidor.

Los clientes ya no sólo toman en cuenta los precios de los productos, además van a decidir dónde comprar de acuerdo a la manera en cómo son tratados en los establecimientos, la calidad de los alimentos y del servicio recibido, desde el tiempo que debe esperar para ser atendido y para recibir su orden, la amabilidad, ese factor intangible con la que el empleado saluda, trata y habla al cliente arrojó la mayor ponderación de apreciación.

Otro elemento que la muestra poblacional destacó importancia fue la disponibilidad de estacionamiento, aspecto que si bien parece ser común para todos o la mayoría de locales es que existen parqueos alrededor del parque central y la comuna brinda seguridad con apoyo del cuerpo de agentes metropolitanos.

Para conocer más sobre la intención de compra se indagó referente a la preferencia de horarios y días de semana que frecuentan salir de sus hogares, los tiempos predilectos son de 12 del mediodía a 3 de la tarde y de 4pm a 7 de la noche. La mayor cantidad de encuestados los días que prefieren salir a comer son los fines de semana y en segunda posición corresponde a el día viernes.

De los establecimientos tales como restaurantes de comida típica, rápida, china y mexicana, se consultó la frecuencia de visita, en primer lugar la comida típica representa el favorito por los consumidores, seguido la comida rápida, la categoría mexicana y china son los que las personas menos les atrae.

Partiendo de ello se puede determinar que gran parte de la muestra se siente más atraída por la comida tradicional local, lo cual representaría un gran reto, pero cabe destacar la buena aceptación que las personas expresaron de acudir a un nuevo sitio.

1.4 Proyección de la Demanda

Según el Censo VI de Población y Vivienda del año 2007, el municipio de Antiguo Cuscatlán posee 20.480 habitantes, de acuerdo a éstos y a los niveles de aceptación de la muestra encuestada, se considera que aproximadamente el 35% equivalente a 7,168 personas conformará la demanda potencial.

Para estimar la capacidad productiva que el local debería proveer se elaboró un cuadro reflejando los datos porcentuales que se consideran sean la demanda mensual, dichas proporciones fueron analizadas por el nivel de actividad, eventos, exposiciones, celebraciones de diversa índole que la municipalidad organiza a través de:

- ❖ El comité de Festejos
- ❖ Comité de promoción sociocultural
- ❖ Biblioteca Municipal
- ❖ Instituciones educativas de arte, colegios, escuelas ó universidades
- ❖ Concejo municipal y
- ❖ Asociaciones de Artesanos

Se estima una mayor cantidad de clientes que visiten el restaurante durante los meses de abril, agosto y diciembre ya que se observa que la municipalidad organiza un mayor auge de actividades tales como eventos culturales así como sus tradicionales festivales gastronómicos, fiestas patronales, agregado a ello el incremento de visitantes extranjeros por ser temporadas vacacionales.

Es así como se distribuyó la proyección de demanda, según el siguiente detalle:

Cuadro N° 4 Cálculo de la Demanda Potencial

Proyección Demanda Porcentual		Distribución de Clientes Potenciales	Actividades más representativas del Municipio.
Enero	6%	430	• Visita Reyes Magos. • Festival gastronómico
Febrero	10%	717	• Festival de la Amistad. • Tardes cuscatlecas concurso se disfraces de mascotas Febrero. • Festival gastronómico internacional Febrero
Marzo	6%	430	• Festivales gastronómicos. • Exposiciones Culturales
Abril	12%	860	• Concurso de Alfombras Semana Santa. • Tardes Cuscatlecas los Domingos del mes Abril
Mayo	6%	430	• Celebración mes de la Madre
Junio	6%	430	Tardes Cuscatlecas los Domingos del mes
Julio	6%	430	• Festival del Maíz
Agosto	10%	717	• Tardes Cuscatlecas los Domingos del mes • Festival gastronómico Agosto
Septiembre	8%	573	• Festival Cívico • Feria Pueblos Vivos • Festival Bandas de Paz
Octubre	8%	573	• Celebración del niño y la niña. • Día de la raza. • Festival Gastronómico Octubre
Noviembre	7%	502	• Tardes Cuscatlecas los Domingos del mes
Diciembre	15%	1075	Señora de Guadalupe, en la Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe. • Los festejos de Antiguo Cuscatlán son dedicados a los Santos Niños Inocentes y se celebran el 28 de diciembre. • Danzas Modernas. • Desfile de correo. • Conciertos • Cuentos de Navidad Teatro Hamlet
Totales	100%	7168	

Fuente: Demanda Porcentual Anual elaborado por el equipo de investigación.

2. Análisis de la Oferta Actual

Por medio de la observación directa y el uso de entrevistas por parte del equipo se obtuvieron los resultados siguientes: existe una diversidad de establecimientos de alimentos formales e informales desde el tipo tradicional salvadoreña hasta la conocida comida rápida, mexicana y en menor representación la comida tipo española. Motivo por el cual se puede afirmar que el mercado de alimentos por el origen de procedencia y de características especiales no se encuentra acaparado dejando espacio a la introducción de nuevos productos al mercado local.

2.1 Análisis de Precios

La variable precio se trata en las preguntas 9, 10 y 23 del Cuestionario dirigido a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán (Ver en Anexo N°3). En la primera se sondeó la consideración de precios que ofrecen algunos locales en el sector, siendo la comida rápida y típica las que parecen ser más accesibles al bolsillo de los consumidores.

Además se plantearon rangos de dinero del que disponen los clientes a pagar por un menú personal, cerca de la mitad de los encuestados afirmó que su poder adquisitivo oscila los \$4-\$6 dólares y en considerable proporción entre \$7 a \$9 dólares respectivamente, eso arroja información útil respecto a la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por un menú de comida individual. Para la tercera pregunta se buscaba conocer el elemento que atrae más para ir a un nuevo restaurante, siendo la variedad en el menú y el factor precio las variables de mayor importancia para las personas.

2.2 Localización de un Restaurante.

Es con toda seguridad uno de los factores que más influirán en los resultados futuros del negocio. Por ello se debe encontrar un sitio que posea alto tráfico de personas y permita acercar lo máximo posible el público objetivo al establecimiento, así como los siguientes aspectos:

- ✚ Ubicación que minimice el desplazamiento y esfuerzo del público objetivo al que se desea dirigir.
- ✚ Características físicas apropiadas para el tipo de restaurante que se quiere desarrollar: dimensión, entrada, fachada y visibilidad.
- ✚ Reglamentaciones municipales sobre salidas de humo, seguridad pública, recogidas de basuras, etc.
- ✚ Mínimas inversiones derivadas de adecuación o remodelación.
- ✚ Un entorno que presente facilidades a los clientes potenciales y tenga capacidad de atracción: parqueo, transporte público, seguridad.

Se plantearon 3 opciones de sitios en donde podría ubicarse un nuevo negocio de alimentos en el municipio, más de la mitad de los encuestados preferiría que se situara aledaño al parque central del casco urbano, en segunda instancia seleccionaron el Centro comercial Plaza del Sol y como última opción el Centro Comercial Plaza Cuscatlán, todas las alternativas reúnen unas más que otras las características que se requieren, si bien la disponibilidad de locales aledaños al parque según se observó son menores, las otras dos alternativas se encuentran cercanas lo que no representaría desventaja alguna.

2.3 Análisis de la Competencia.

Considerando como competencia todos aquellos comerciantes de alimentos existentes en la zona del centro de Antigua Cuscatlán y sus alrededores destaca entre ellos como competidor directo el restaurante llamado “La Barceloneta”, con la finalidad de saber sobre la popularidad de ese y otros comercios que se dedican a la elaboración del tipo de comida española, en la pregunta 4 del Cuestionario dirigido a Turistas y habitantes del Casco Urbano (Ver en Anexo N°3) cerca de la mitad de la muestra afirmó sí conocer el comercio La Barceloneta, menos de un tercio aseveraron estar al tanto de la existencia de negocios como Tapas &Cañas, Andalucía y Olé y Las Tapas.

Se puede determinar que los encuestados son poco conocedores de esa categoría de negocios lo cual podría representar en una ventaja hacia la apertura de un restaurante en la zona con el aprovechamiento en el uso de medios de publicidad idóneos que contribuyan a que se extienda la voz y noticia sobre un nuevo comercio. Para detectar que establecimientos son los que las personas prefieren visitar, se fijaron algunas categorías de establecimientos, resultado de ello los locales de comida típica y rápida son los predilectos, la comida china y mexicana son menos frecuentados por los clientes además de ser un dato verificado durante el tiempo de observación.

En cuanto a la reputación y satisfacción de la clientela de esos comercios parecen tener buena apreciación del tipo de comida que ofrecen en el sector, con lo cual existe una oportunidad de mejora para proveer de un producto que eleve las expectativas en los gustos de las personas; respecto a los horarios de atención se observó que de acuerdo al tipo de producto que ofrecen así

adecuan los rangos de tiempo para prestar el servicio, para los clientes potenciales a partir de las 4:00 de la tarde a las 7:00 de la noche es el horario que optarían más, esos dos lapsos de tiempo son aprovechables ya que en ambos se ubican tiempos de comida principales que usualmente se acostumbra pasar con familia, amigos o por trabajo.

Los trabajos de publicidad que se observó son limitados en su mayoría a la colocación de un rotulo en la fachada principal y por el boca a boca de las personas, en cambio sí se notó una considerable exposición en medios sociales como es internet, las empresas utilizan esta herramienta para que el público tenga de inmediato información de precios, promociones o novedades en el menú, lo cual sería recomendable crear para el nuevo negocio así como darse a conocer por medio de hojas volantes o perifoneo.

3. Mezcla de Mercado

3.1 Producto

Que las personas conozcan del producto repercute en el proceso de clasificación y de consideración de compra, por ello se realizaron interrogantes referentes a la noción que tienen las personas de la comida española y si conocían el término mini porciones o la idea que les generaba a los consumidores.

Se estableció que en promedio un tercio saben qué es, y sí la han consumido, en cuanto al enfoque de porciones pequeñas, para ello se listaron posibles opciones y más de la mitad de la muestra lo asimilan a una pieza pequeña lo

cual es favorable a la idea del negocio, el siguiente porcentaje más próximo lo asemeja a que es una degustación y el resto que simplemente es un bocadillo lo cual es considerado como un aperitivo antes del plato fuerte. Para que se eviten confusiones se deben de aprovechar los recursos en comunicación y publicidad para que los clientes potenciales estén correctamente informados del producto que se desea ofrecer.

3.2 Precio

Para los encuestados los locales que brindan precios más económicos fueron los que ofertan comida típica o rápida, además en un aproximado de dinero por el que estarían dispuestos a pagar por un menú personal (Ver Anexo N°3 Pregunta N° 10), las cifras de \$4 a \$9 representaron cerca del 75% en aceptación, lo cual arroja un dato importante a considerar al momento de fijar proyecciones.

Además se indagó sobre elementos que ayudan a tomar la decisión o que son factores que atraen para visitar un nuevo comercio, la variedad en el menú fue la principal y el precio se posicionó en segundo lugar, se podría determinar que para el mercado de los alimentos las personas son muy susceptibles para acudir a un establecimiento que mantenga precios económicos o moderados.

3.3 Promoción

Las acciones dirigidas a estimular las ventas por parte de los comercios de la zona según la observación directa realizada son más notables por temporadas en las cuales la municipalidad realiza actividades culturales o religiosas. Además de acuerdo a los comentarios expuestos en las entrevistas a

propietarios o encargados directos de algunos negocios, indicaron que la herramienta que más se utiliza para dar a conocer sobre promociones especiales son las cuentas de Facebook en la cual interactúan con los seguidores de esa red social.

3.4 Plaza

Durante la investigación se observó que los medios por los cuales los consumidores adquieren los alimentos, son directamente acudiendo a los restaurantes, cafeterías.

La ubicación estratégica del proyecto será en un sitio que se encuentre en los alrededores del parque central lo cual facilitará el acceso para los visitantes, transeúntes así como identificarlo y consumir en él.

4. Análisis Modelo de las 5 Fuerzas de Michael Porter aplicado sobre la factibilidad en la apertura de un Restaurante.

1. Rivalidad entre empresas competidoras.

En este sector la rivalidad es enorme porque hay muchas familias, empresas que compiten directamente en la misma industria y han logrado superar las barreras de entrada y que deciden incursionar en este tipo de negocios, desde establecer una venta informal desde sus casas hasta existir comercios formales, y esta es la principal causa que exista diversidad de precios.

- ❖ Existe una gran cantidad de puestos, negocios de comida establecidos en los alrededores del parque central del municipio y en centros comerciales quienes representarían los rivales más cercanos.

- ❖ El producto que se ha observado es más comercializado en la zona son las pupusas.
- ❖ Muchos de los comercios formales poseen sucursales en otros lugares, lo cual equivale a una ventaja de posicionamiento.
- ❖ El competidor directo en el sitio, respecto al producto que ofrece es el restaurante la Barceloneta.
- ❖ Se observa poca agresividad en publicidad tradicional entre empresas competidoras.
- ❖ El auge de los medios de información mediante nuevas tecnologías permite tener un acercamiento inmediato con el cliente.
- ❖ Algunos competidores ofrecen servicios de valor agregado como es el caso de las entregas a domicilio que no realizan muchos otros.
- ❖ La ventaja de los competidores actuales es que ya tienen cierto tiempo en el mercado y, en consecuencia, una determinada experiencia, cierta posición en la mente del consumidor.

2. Entrada potencial de nuevos competidores.

Como en este rubro los requisitos de entrada son relativamente bajos, muchas personas o familias podrían intentar acceder a él, de manera que se podría determinar que si habría una considerada cantidad de competidores potenciales.

- ❖ Podrían existir nuevos competidores en la zona que posean experiencia en el tiempo de operar sean franquicias y cuenten con recursos publicitarios importantes.

- ❖ Muchos de los nuevos comercios potenciales pueden obtener provecho o desventaja de la lealtad firme o no de los clientes por las preferencias de marca.
- ❖ Algunas empresas nuevas en el municipio entrarían a la industria con marcadas ventajas en coste.
- ❖ La capacidad de ofertar diversidad y variedad que resulte de mayor atractivo a los clientes.

3. Desarrollo potencial de productos sustitutos.

Se consideran los cafetines, pupuserías, restaurantes quienes se convierten en una opción alimenticia para las personas.

Las presiones que surgirían de estos aumentan por dos motivos, el primero la cercanía de todos, segundo conforme el precio declina o bien el costo por el cambio de cliente se reduce.

- ❖ Un punto que priorizó la mayor parte de encuestados fue la sensibilidad al tema de precios, en el rubro de los alimentos no siempre el consumidor se lanza a comprar el producto sustitutivo por razones de coste.

Por ello la relación de confianza del consumidor con el proveedor de este tipo de bien es mayor, en ocasiones prefieren pagar más por algo que ya conocen, debido a ello incrementar la confianza podría obtenerse mediante el adecuado uso de las medidas de higiene, la satisfacción de los clientes en sus de necesidades de atención y servicio.

- ❖ Amenaza que los productos sustitutos existentes sean innovados o vistos al cliente con una nueva cara.
- ❖ Prestar atención las amenazas de dichos bienes y mantenerse atentos a la propensión del comprador a sustituir.
- ❖ Hacer hincapié en los niveles percibidos de diferenciación informando a los consumidores las características especiales del producto que se ofertará.
- ❖ Marcar ventaja en la originalidad para el empleo de los insumos hacia el cliente.
- ❖ La fortaleza competitiva de estos productos se mide mejor por los planes que tienen las empresas para aumentar su capacidad y penetración en el mercado.

4. Poder de negociación de los consumidores

Representan una fuerza importante ya que el éxito de un negocio depende directamente de éstos sin intermediarios por ello es vital conservar la clientela, el sector en el cual se aspira establecer el nuevo restaurante permite que exista una alta concentración de personas por ende la intensidad de compra es mayor.

En esta fuerza se considera importante los siguientes aspectos:

- ❖ Estimular la demanda de los segmentos potenciales mediante ofertas selectivas para disminuir la sensibilidad del comprador al precio.
- ❖ Facilidades del cliente de cambiar de empresa, frente a la diversidad de establecimientos de alimentos.

- ❖ Los consumidores prefieren estar bien informados acerca de los productos, precios para ello se podría recurrir a publicidad en medios tradicionales y nuevas tecnologías.
- ❖ Captar un mayor número de clientes u obtener una mayor lealtad de éstos, dando a conocer la diferenciación del producto a ofertar.
- ❖ Nivelar el poder de negociación de los consumidores en la búsqueda de ofrecer servicios de valor agregado que aumente a suplir sus necesidades.

5. Poder de negociación de los proveedores

Existe una gran diversidad de proveedores para todas las necesidades del negocio en cuanto a la industria alimenticia, a diferencia de la menor oferta de comida tipo española en el sector.

Representa una oportunidad específicamente para el rubro que se pretende incursionar se observa que se encuentran muchos suministradores que podrían suplir la necesidad del comercio.

- ❖ Tanto los proveedores como los productores deben ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, entregas a tiempo y costos de inventario reducidos en beneficio de todos.
- ❖ Recurrir al mejor precio en productos perecederos con las opciones de compra en el mercado mayorista.

- ❖ Contemplar la posibilidad de adquirir la materia prima a través de los grandes distribuidores nacionales para poder mantener ciertas líneas de crédito.
- ❖ Cotizar con varios proveedores y otorgar la compra al que mejores condiciones de precio, entrega y calidad ofrezca.

4.1 Interpretación de resultados del análisis de Michael Porter

Dentro del análisis del entorno sectorial en el Municipio de Antigua Cuscatlán, se puede determinar como el grado de rivalidad entre las empresas que compiten suele aumentar conforme los competidores se van igualando en tamaño y capacidad, además cuando la reducción de precios resulta común, ésta también incrementa cuando los consumidores pueden cambiar de una marca, de acudir a un comercio a otro con facilidad, asimismo cuando las empresas difieren en cuanto a estrategias, origen y cultura de servicio.

Siempre que exista la posibilidad de que ofertantes nuevos entren en una industria particular sin gran dificultad, aumentará la intensidad de la competencia entre las empresas. Así pues, todo ello puede influir en la necesidad de obtener mejor tecnología y conocimientos especializados.

Aspectos como la falta de experiencia, la sólida lealtad del cliente, la clara preferencia por una marca o por el simple hecho de algo conocido, el capital requerido, las políticas reguladoras de la comuna o de diversas instituciones inherentes al establecimiento de un negocio influyen directamente en la intensidad o no de la competencia y del poder que adquieran los consumidores o proveedores.

G. ALCANCES Y LIMITACIONES

1. ALCANCES

- ✚ Con la elaboración de la investigación se pretende brindar una guía para la realización del proyecto y una orientación en la toma de decisión pertinente.
- ✚ De implementarse el negocio traería consigo un atractivo más a la zona de Antigua Cuscatlán, por contar con un lugar pionero en la elaboración de productos alimenticios con características innovadoras que la distinguen.
- ✚ Con la creación del restaurante las familias asociadas tendrán una oportunidad de participación laboral y un ingreso económico extra para sustentar sus necesidades.
- ✚ Se pretende trascender de la oferta que los comercios fuertes de la zona ofrecen en su mayoría comida típica nacional a una nueva idea en la presentación y elaboración de alimentos.
- ✚ A partir de la información obtenida en el trabajo de campo se elaboró un análisis comparativo de las principales fuerzas competitivas que afrontaría la apertura de un restaurante.

- ✚ El reporte de los resultados es expresado de manera objetiva mediante instrumentos demostrados ser válidos y confiables en la investigación.

2. LIMITACIONES

- ✚ Existe escasa información de estudios realizados anteriormente sobre el tema de investigación.
- ✚ Se evidencia falta de conocimiento por parte de las personas que conformarían el mercado potencial, referente el tipo de comida que se pretende ofertar.
- ✚ En el desarrollo de las entrevistas a propietarios de restaurantes aledaños al casco urbano del municipio se obtuvo una disminución de aceptación y colaboración en realizarla, a diferencia de las encuestas dirigidas a los habitantes y turistas.
- ✚ La decisión de la implementación del proyecto finalizado queda a discreción del socio principal.
- ✚ Una de las limitantes que se presentó constantemente en el desarrollo del trabajo en campo fue el factor tiempo, sin embargo se logró el objetivo que era investigar el tema de interés.

H. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- ✚ El comercio de comida con especialidad por el país de origen se encuentra en un estado poco aprovechado, debido a que existe un único proveedor en el casco urbano del municipio, el cual es el segmento meta del proyecto.
- ✚ De establecerse un nuevo negocio de acuerdo a la preferencia de la mayoría de las personas que se ubique alrededor al parque, partiendo de ese resultado se observó que existe una escasa oferta de locales disponibles para alquilar en los alrededores de dicha zona y que algunos de ellos no cuentan con un espacio demasiado amplio, debido a eso podría provocar que la oferta no acapare la demanda.
- ✚ El municipio de Antigua Cuscatlán se ha caracterizado por ser una zona con un alto auge comercial y turístico genera las condiciones favorables para incursionar en un nuevo establecimiento de venta de alimentos pero también se encuentra en desventaja por un competidor directo y otros que ofrecen productos sustitutos.
- ✚ Se determinó que en promedio un tercio de la muestra encuestada conoce el tipo de comida española lo cual representa una grave desventaja ya que en el inicio de las operaciones el local puede pasar desapercibido ante los clientes potenciales o generar poco interés por el poco conocimiento del mismo.

2. RECOMENDACIONES

- ✚ Aprovechar la disponibilidad de espacio en el mercado para la apertura de un restaurante que brinde una nueva opción en gastronomía para los habitantes locales y turistas que visitan el municipio.
- ✚ Se recomienda que si al finalizar el proyecto la decisión de implementarlo sea positiva, se recurra de inmediato a la búsqueda de un local que se encuentre en primer opción en la zona que mejor fue aceptada por los encuestados, al conseguirlo se firme un contrato de arrendamiento para un plazo definido.
- ✚ Ante la gran cantidad de establecimientos que ofrecen diversidad de alimentos, se propone proveer al cliente de un producto en una buena relación de calidad y precio, además crear publicidad enfocada a dar a conocer el nuevo negocio en medios tradicionales y nuevas tecnologías como crear un perfil en redes sociales, sitio web del restaurante así como la distribución de hojas volantes, afiches informativos en el municipio y zonas aledañas al parque del casco urbano.
- ✚ Realizar en la medida de lo posible una considerable inversión publicitaria para que las personas se enteren del comercio, una vez que acudan fidelizarlos mediante el desarrollo y levantamiento de una base de datos a través de Facebook o vía correo electrónico para mantenerlos informados sobre descuentos o promociones.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO QUE PROPORCIONE INFORMACIÓN PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TIPO ESPAÑOLA CON CARACTERÍSTICAS DE MINIPORCIONES EN EL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.

A. IMPORTANCIA

Bajo la influencia de un ambiente dinámico en el que gira la industria de restaurantes en la zona y ante la posibilidad en la implementación de uno nuevo en ese rubro, se hace relevante proponer los lineamientos técnicos, económicos y financieros de manera que se tenga la certeza que el negocio se desempeñará correctamente y además producirá ganancias.

La propuesta se fundamenta en tres pilares, el primero consistirá en facilitar las diferentes estrategias para aprovechar las oportunidades detectadas que se presentan en el entorno, el segundo permitirá identificar los requerimientos en recursos, estructura organizativa, instalaciones, tamaño idóneo así como las necesidades de inversión y financiamiento. En tercer lugar se realizarán las proyecciones de ingresos y egresos que se esperarían produzca las operaciones de este, así como el cálculo de los respectivos indicadores financieros para conocer el tiempo de recuperación de la inversión y que a su vez sirvan de parámetro a los dirigentes en la toma de decisión futura.

B. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

GENERAL

1. Elaborar una propuesta que determine los requerimientos técnicos y económicos necesarios para la creación de un nuevo restaurante.

ESPECÍFICOS

1. Establecer los criterios así como también la evaluación financiera que requerirá el proyecto y que ayuden a la toma de decisiones futuras.

2. Diseñar estrategias de mercado que se adapten al entorno así como a las necesidades de los clientes potenciales y que permitan el crecimiento del negocio.

3. Determinar la inversión económica inherente para la apertura de un restaurante y sus respectivas proyecciones para establecer su sostenibilidad en el tiempo.

C. ÁREA DE MERCADO PROPUESTA

1. Mezcla de Mercado

A continuación se presentan las características de cada uno de los elementos de mercado que se conciben necesarios para dar inicio a las operaciones de un restaurante. Además se realiza una propuesta para que a mediano plazo se adicionen nuevos platillos los cuales se muestran en el Anexo N° 37.

1.1 Producto

La comida española posee una extensa variedad de platillos, basados principalmente en mariscos, embutidos y arroces, para dicho proyecto se seleccionaron 5 tipos de comida que combinados conformaran 3 menús a escoger los cuales son más representativos y populares de dicho país, de esta forma se espera lograr satisfacer los diferentes gustos de las personas, además incluyen ingredientes que gozan de aceptación, son conocidos por el paladar de los salvadoreños y su obtención no representa dificultad alguna en la zona.. A continuación se muestran las opciones que compondrán el menú para los futuros clientes del establecimiento:

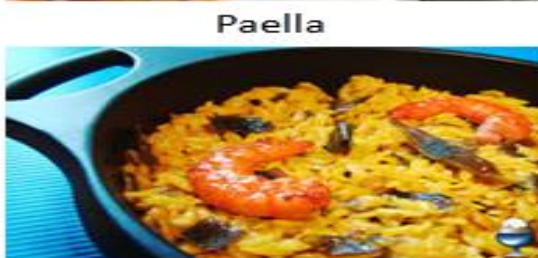
Figura N° 7 Propuesta de Platillos para Menú

Salmorejo



Tortilla española





Fuente: Propuesta de Menú elaborada por equipo investigador.

Para facilitar la decisión de las personas al seleccionar la comida, se conformaron 3 opciones de menú que combinan un tipo de crema y varia con porciones sólidas, a continuación se presenta la forma en que se dispuso la oferta del restaurante.

Cuadro N°5 Propuesta de Menús a ofertar en el Restaurante.

Menú 1	Menú 2	Menú 3
Croquetas	Paella	Montadito Serrano
Salmorejo	Salmorejo	Salmorejo
Tortilla española	Tortilla española	Croquetas

Fuente: Elaborado por equipo investigador.

La lista de productos serán mostrados a los consumidores mediante un menú en el cual se describe brevemente algunos de los principales ingredientes que lo componen.

Figura N°8. Modelo de Menú Propuesto para el Funcionamiento del Restaurante.



Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

1.2 Precio

Cada platillo varia de tipo de comida con el propósito que las personas puedan degustar todas las opciones que se ofrece, se establecieron precios diferenciados para cada uno, sin embargo el rango de diferencia de uno a otro es mínima, esto a su vez facilitará la decisión de compra ya que obtendrán platillos con un precio ajustado a la capacidad de desembolso tal como se determinó en el estudio de mercado realizado en la zona. En el siguiente cuadro se presentan los precios propuestos.

Cuadro N°6 Precios de venta proyectados por menú

Menú 1	Año 1 y 2	Años 3-5	Menú 2	Año 1 y 2	Años 3-5	Menú 3	Año 1 y 2	Años 3-5
Croqueta	Precio		Paella	Precio		Montadito Serrano	Precio	
Salmorejo	\$ 7.04	\$ 7.40	Salmorejo	\$ 7.13	\$ 7.45	Salmorejo	\$ 7.19	\$ 7.55
Tortilla española			Tortilla Española			Croqueta		

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

De esta forma se proporcionará a los consumidores opciones de comida diferentes.

1.3 Plaza

El punto de venta propuesto estará ubicado en las cercanías del parque central de Antigua Cuscatlán, en donde los alimentos podrán ser adquiridos y consumirlos en el lugar o para llevar. Estando situado a un costado de otros cafetines o comercios es totalmente accesible para la población que acude caminando, en automóvil o mediante transporte público.

1.4 Promoción

Se realizará una serie de actividades para informar respecto a la temática del negocio con la incursión en servicio de alimentos en miniporciones, así como el tipo de comida que se estará ofreciendo en el nuevo restaurante.

Algunos de los principales medios que se estará utilizando son los siguientes:

- ✚ Página de Red Social en Facebook
- ✚ Afiches
- ✚ Hojas Volantes

Además de persuadir a las personas para que acudan al negocio y consuman del producto, se propondrán acciones de publicidad y promoción que estimulen a una venta posterior, los cuales se especificarán más adelante.

D. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MERCADEO

1. Estrategias de Publicidad

Constituirán las actividades sugeridas para dar a conocer el nuevo negocio en el municipio de Antigua Cuscatlán y derivado a ello genere las ventas proyectadas.

1.1 Descripción de la Estrategia de Publicidad para el Restaurante

Se elaboraran acciones para dirigir la publicidad hacia los consumidores finales dando a conocer lo novedoso en ofrecer comida que es preparada y procedente de una cultura diferente, así como la originalidad en el servicio de comida en

miniporciones, y resaltar el buen sabor que deleitara el paladar al probar los platillos.

1.2 Objetivo

Dar a conocer el nuevo comercio e incentivar las visitas de consumidores finales para alcanzar el nivel de ventas, diseñando estrategias publicitarias efectivas dirigidas a este mercado.

1.3 Estrategias Propuestas para el Restaurante

- ❖ Distribuir hojas volantes para crear expectación y divulgar la noticia previa a la apertura y posterior a ésta.
- ❖ Se colocarán afiches en los alrededores del parque así como en los centros comerciales cercanos a éste, que llamen la atención e informen al público respecto a la apertura del negocio.
- ❖ Se creará un perfil de redes sociales para anunciar información relevante como la dirección, de esa manera facilitar a clientes potenciales la ubicación del mismo, así como informar respecto a los horarios de atención.
- ❖ Se utilizará como medio para compartir imágenes del local, de los platillos, también para anunciar las actividades que se llevan a cabo en la zona para captar mayor atención e inducir la venta de platillos en el restaurante.

A continuación se presentan modelos de material publicitario que se sugiere utilizar para dar a conocer el restaurante:

Figura Nº 9 Hoja Volante Propuesta para el Restaurante



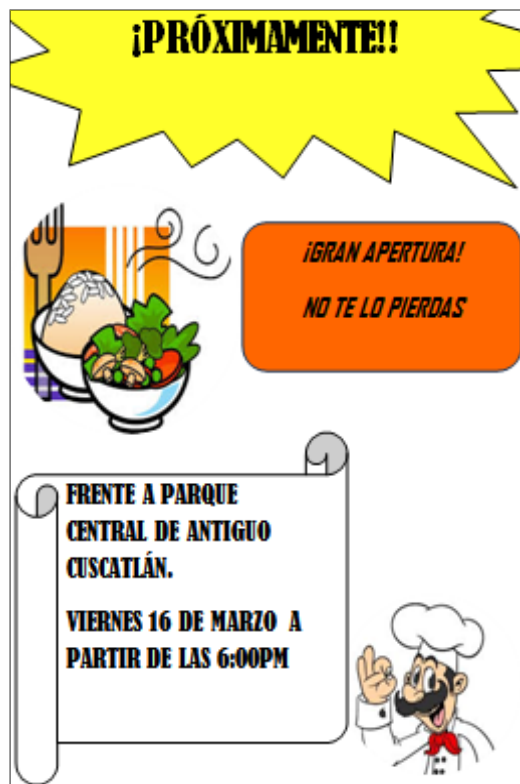
Fuente: Diseño elaborado por el equipo investigador.

Figura Nº 10 Perfil de Facebook Propuesto para el Restaurante



Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Figura N° 11 Modelo de Afiche Publicitario para el Restaurante



Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

2. Estrategias de Promoción

Consistirá en ofrecer al consumidor incentivos mediante acciones creativas que estimulen la participación activa de los mismos por consumo.

2.1 Descripción de la estrategia de promoción

Se diseñará el modelo de cliente frecuente basado en premiar por el consumo de aquellas personas que acudan al establecimiento con periodicidad, detallando referente a plazos, indicadores y tiempo de duración en los cuales los clientes alcanzarán los niveles de compra deseados.

2.2 Objetivo

- Incrementar el nivel de ventas y estimular las visitas de clientes por medio de un plan de lealtad por consumo.

2.3 Estrategias propuestas

- Creación de una base de datos de consumidores, primeramente se elaborará una ficha en excel, la cual contendrá los siguientes campos: nombres, apellidos, departamento de residencia, y el correo electrónico del cliente, de esa manera se llevará un control de quienes de esos clientes adquieran la tarjeta frecuente, además se utilizará como medio para informar vía e-mail acerca de otras promociones a las que puedan obtener.
- Se elaborarán las tarjetas de cliente frecuente las cuales a su vez serán totalmente gratuita de adquirir, se otorgarán con su respectivo número correlativo a fin de tener un mayor control de emisión y canje de premio ya que al momento de que una persona reclame su menú gratuito devolverá la tarjeta con los sellos completos.
- Divulgación del plan de cliente frecuente entre los consumidores en lo que respecta a cómo funciona y los premios que puede alcanzar por preferir el restaurante, también se hará mediante el uso de la página de Facebook del restaurante que contenga toda la información referente al programa.

Se presenta modelo de la tarjeta cliente frecuente propuesta mediante la cual los clientes podrán realizar los canjes respectivos.

Figura N° 12 Formato de Tarjeta de Cliente Frecuente

Acumula 10 sellos y en tu próxima visita canjea 1 menú gratis.

	1	2	3	4
	5	6	7	8
	9	10	!MENÚ GRATIS! 	

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

2.4 Funcionamiento Plan para Clientes Frecuentes

Será sencillo de comprender para los clientes, además como punto central será hacer sentir que al comprar forman parte de un grupo selecto y con beneficios que no todos los comercios de la zona ofrecen, lo cual mantendrá a las personas interesadas en el negocio durante los años venideros.

A continuación se presenta una descripción del mismo en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 7 Descripción de funcionamiento de Plan para Clientes Frecuentes:

Tarjeta Cliente Frecuente		
	Acción	Descripción
Cliente Frecuente	Creación de plan de lealtad denominado "cliente frecuente" en el que se obtendrá un sello por consumo.	Con el propósito de ofrecer un beneficio y mantener interesados a los consumidores por la oferta.
Indicador	5 Sellos aplicarán por consumo de menú para 1 persona. 5 Sellos aplicarán por consumo mínimo de 2 personas. El sello número 11 representará la elección gratuita de 1 platillo individual.	Rangos de consumo individual y por grupos para validar el sello en cada tarjeta.
Duración del Plan	Proyectado para 5 años	Tiempo considerado para que los consumidores acudan de una forma más frecuente al restaurante.

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Para llevar a cabo se incurrirán en gastos para la elaboración de tarjetas y sellos, se incluyen los valores a precio de costo por menú, los montos

proyectados en el siguiente cuadro están contemplados en el presupuesto de venta.

Cuadro N° 8 Detalle de Gastos del Plan para Cliente Frecuente.

Gastos Proyectados para Funcionamiento de Promoción Cliente Frecuente							
	Año 1-2			Año 3-5			Total
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	\$914.25
Elaboración de Tarjetas	600	\$0.20	\$120.00	900	\$0.20	\$180.00	
Elaboración de sellos	2	\$4.00	\$8.00	3	\$4.00	\$12.00	
Premios							
Menú a elección	75	\$4.69-\$4.76-\$4.80	\$351.75	75	\$4.94-\$4.97-\$5.04	\$370.50	
Sub-total				Sub-total			
Los Menú a canjear se han calculado con base al costo de los productos para el restaurante (Menú 1) y se ha estimado que unos 300 participaran en esta promoción, por lo que al menos 150 personas alcancen a cumplir con el llenado de la tarjeta para hacer efectivo el canje.							

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

3. Estrategia de Producto

La principal característica de este apartado será enfocar acciones para dar a conocer que el nuevo restaurante ofrece un producto que aporta diferenciación respecto a la competencia de la zona, desde la presentación de los platillos como el tamaño de las porciones, preparándolos con ingredientes que en su mayoría son conocidos por el paladar de los consumidores son utilizados en la cocina española de la cual se originan las recetas a utilizar.

3.1 Descripción de la Estrategia

Incentivar al mayor número de personas para que se acerquen al local y disfruten de uno de los 3 menús en compañía de amigos o familiares,

seleccionando fechas especiales o días festivos se realizarán actividades enfocadas al producto durante los períodos de menor demanda, para obtener un flujo continuo de clientes.

3.2 Objetivo

Inducir al mayor número de personas para que prueben la nueva modalidad de comida en miniporciones.

3.3 Estrategia a desarrollar

Se realizarán promociones en épocas cuando los comercios tienen mayor demanda de visitantes es decir en días festivos, entre las principales fechas que se han contemplado se encuentran: día del amor y la amistad, día de la madre, del padre, al inicio de vacaciones de semana santa, durante el mes de la independencia en el cual se desarrollan diversas actividades de bandas de paz en el municipio, durante las celebraciones de las fiestas patronales en diciembre.

A continuación se presenta en detalle el calendario de actividades a realizar conmemorando fechas especiales que por tradición son celebradas a nivel nacional y en el Municipio, con estas se pretende incrementar el nivel de venta en el restaurante.

Cuadro N° 9 Calendarización de Actividades para Estrategia de Producto.

Fecha	Nombre	Descripción
14 de Febrero	Cúpido ¡Suena bien!	Menú al 2x1 porque cocinamos para enamorarte.
Marzo-Abril	Come Tapas	10% De descuento en platillos personales en mesas de 3 personas.
26 de Abril	Secretaria ¡Toma nota!	50% de Descuento en el consumo de la secretaria agasajada.
10 de Mayo	Yo amo a Mamá	Para las familias que traigan a su madrecita se le obsequiará una bebida.
17 de Junio	Yo consiento a Papá	El platillo de papá es gratis. (por consumo mínimo de \$10.00)
Septiembre	¡Celebra a lo grande!	Bebidas al 50% de descuento del 15 al 30 de Septiembre.
Diciembre	Disfruta de Tapas en Antiguo.	12% de Descuento en cada menú de Tapas por mesas de 4 personas en adelante.

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

E. PROPUESTA ESTRATÉGICA TÉCNICA

1. Localización del Proyecto

Una parte imprescindible dentro del área técnica del proyecto es encontrar el lugar más adecuado para ubicar el local. La posible zona destinada como más idónea para el montaje de un nuevo restaurante es el Municipio de Antigua Cuscatlán, específicamente es en las cercanías del parque central del casco urbano; aspectos como la facilidad en el acceso a los recursos en lo relacionado a servicios básicos, comunicaciones, servicio de tren de aseo, transporte colectivo, mercados municipales favorecen al sitio para ser seleccionado , además de ser un área de mayor atracción por sus actividades comerciales y culturales lo cual permitirá que buen número de visitantes acudan al negocio.

2. Instalaciones Físicas

Tienen una enorme importancia para desempeñar el trabajo de forma eficiente, el ambiente físico influirá en la comodidad de los clientes y la facilidad del proceso de servicio hacia los mismos. Identificar las instalaciones correctas para un negocio de este rubro permitirá satisfacer adecuadamente las necesidades de espacio para desarrollar las actividades; paralelamente al tamaño será clave establecer una distribución sencilla que facilite tanto a las personas la entrada y movimientos dentro del mismo.

Por lo anterior mencionado se tendrá en cuenta los siguientes factores:

- ✚ El lugar dispondrá de dos cuartos para que cada parte del proceso para la elaboración de los alimentos y el área de servicio sean independientes.
- ✚ El local contará con servicios sanitarios, en los cuales se suministrarán artículos de higiene personal, tales como jabón líquido de manos, papel higiénico y papel para secarse las manos.
- ✚ Iluminación, ventilación y seguridad apropiadas.

3. Ingeniería del Proyecto


Este apartado comprende los aspectos técnicos, económicos y de infraestructura que se requieren para implementar el negocio, que permitirán llevar a cabo el proceso de fabricación del producto de acuerdo al tamaño de producción previamente establecido.


3.1 Tecnología de Producción.


Para comenzar a describir la ingeniería del proyecto se definirá el tipo de maquinaria y equipos que serán necesarios para la elaboración de los alimentos.


Figura N° 13 Equipo Físico requerido para el funcionamiento del Restaurante.

EQUIPO	SALEROS		EQUIPO	SET DE CUCHILLOS	
MODELO	-		MODELO	29746	
ESPECIFICACIÓN	DE VIDRIO 10 CM UNIDAD		ESPECIFICACIÓN	CUCHILLOS CON MANGO DE CA	
PROVEEROR	DÓLAR CITY		PROVEEROR	WALMART	
USO	Utensilios de Cocina		USO	Utensilios de Cocina	


EQUIPO	AZAFATE	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	BANDEJA RECTANGULAR TRAM.	
PROVEEROR	VIDRI	
USO	Utensilios de Cocina	

EQUIPO	GUANTE	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	GUANTE DE MICROFIBRA	
PROVEEROR	DÓLAR CITY	
USO	Utensilios de Cocina	


EQUIPO	ESTANTE PARA COCINA	
MODELO	5405824	
ESPECIFICACIÓN	ESTANTE MULTIUSO 5 NIVELES	
PROVEEROR	VIDRI	
USO	Equipo de Cocina	


EQUIPO	CHAFIN	
MODELO	ROCK 7	
ESPECIFICACIÓN	4 TAPADERAS O DEPOSITOS	
PROVEEROR	ABCO	
USO	Equipo de Cocina	


EQUIPO	MESA DE TRABAJO	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	AE-MP0004 LARGO 1.20 X ANCHO 0.60 X ALTO 0.90	
PROVEEROR	ACEROS Y EQUIPOS	
PRECIO	Equipo de Cocina	


EQUIPO	MESA	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	MESA PLASTICA CUADRADA 80X80 CM UNIDAD	
PROVEEROR	MAYORISTA LEMUS	
USO	Equipo de Comedor	


EQUIPO	MENÚ MARRON DE 3 CARPETAS	
MODELO	PLMENU-3MA	
ESPECIFICACIÓN	8 1/2" x 11" PAQUETE 10 UND	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Muestra los platos y precios disponibles para un cliente.	


EQUIPO	ARROCERA	
MODELO	ARC-1033E	
ESPECIFICACION	COCINA HASTA 60 TAZAS	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Vaporera de arroz	


EQUIPO	COCINA LG	
MODELO	LRE6321ST SKU: 000-00-00-3370	
ESPECIFICACIÓN	COCINA ELECTRICA 4 QUEMADORES	
PROVEEROR	OMNISPORT	
USO	Cocción de Ingredientes	

EQUIPO	FREEZER HAIER	
MODELO	HCM-07 SKU: 001-02-06-0458	
ESPECIFICACIÓN	7 PIES CÚBICOS	
PROVEEROR	OMNISPORT	
USO	Congelador de Alimentos	

EQUIPO	LICUADORA BLACK & DECKER	
MODELO	BL0600BP SKU: 000-00-00-1821	
ESPECIFICACIÓN	6 VELOCIDADES	
PROVEEROR	OMNISPORT	
USO	Extracción de zumos y trituración de alimentos.	

EQUIPO	REFRIGERADORA WHIRPOOL	
MODELO	WRW25AKTWW SKU: 000-00-00-2850	
ESPECIFICACIÓN	9 PIES CÚBICOS	
PROVEEROR	OMNISPORT	
USO	Conservación, a baja temperatura, de alimentos	

EQUIPO	PANTALLA LED LG	
MODELO	32LB551A SKU: 000-00-00-2667	
ESPECIFICACIÓN	32 PULGADAS	
PROVEEROR	OMNISPORT	
USO	Transmitir contenido de entretenimiento para los	

EQUIPO	BATIDORA BLACK & DECKER	
MODELO	MX1500 SKU: 000-00-00-1919	
ESPECIFICACIÓN	5 VELOCIDADES	
PROVEEROR	OMNISPORT	
USO	Batir, mezclar y amasar alimentos blandos.	


EQUIPO	PLATO BLANCO REDONDO	
MODELO	CR107W	
ESPECIFICACIÓN	7 1/4" CON BORDE DELGADO PAQUETE 12 UNID	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Recipiente para alimentos.	

EQUIPO	VASO TRANSPARENTE	
MODELO	LTHTB012C	
ESPECIFICACIÓN	16 ONZAS 72 PIEZAS	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Servir bebidas	


EQUIPO	JUEGO DE ESPATULAS	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	MATERIA DE MADERA	
PROVEEROR	FREUND	
USO	Utensilios de Cocina	


EQUIPO	ESCOBA	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	ESCOBA BARRESOLA	
PROVEEROR	MAYORISTA LEMUS	
USO	Instrumento de limpieza	


EQUIPO	TABLA	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	MATERIAL DE MADERA	
PROVEEROR	DÓLAR CITY	
USO	Utensilios de Cocina	

EQUIPO	DEPOSITO PARA ALMACENAR AGUA	
MODELO	FR-AR0541A	
ESPECIFICACIÓN	0,85 CM DE ALTURA PLASTICO	
PROVEEROR	FREUND	
USO	Utensilios de Cocina	

EQUIPO	CONTEENOR DE BASURA	
MODELO	EP-054125B	
ESPECIFICACIÓN	BASURERO PLASTICO	
PROVEEROR	EPA	
USO	Utensilios de Limpieza	

EQUIPO	DEPOSITO PARA ALMACENAR COMIDA	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	SET PEQUEÑO	
PROVEEROR	MAYORISTA LEMUS	
USO	Utensilios de Cocina	

EQUIPO	BATERIA DE COCINA	
MODELO	5454121	
ESPECIFICACIÓN	ANTIADHERENTE Y TERMICA	
PROVEEROR	CURACAO	
USO	Equipo de Cocina	

EQUIPO	SILLAS	
MODELO	-	
ESPECIFICACIÓN	SILLAS PLASTICAS	
PROVEEROR	MAYORISTA LEMUS	
USO	Equipo de Comedor	

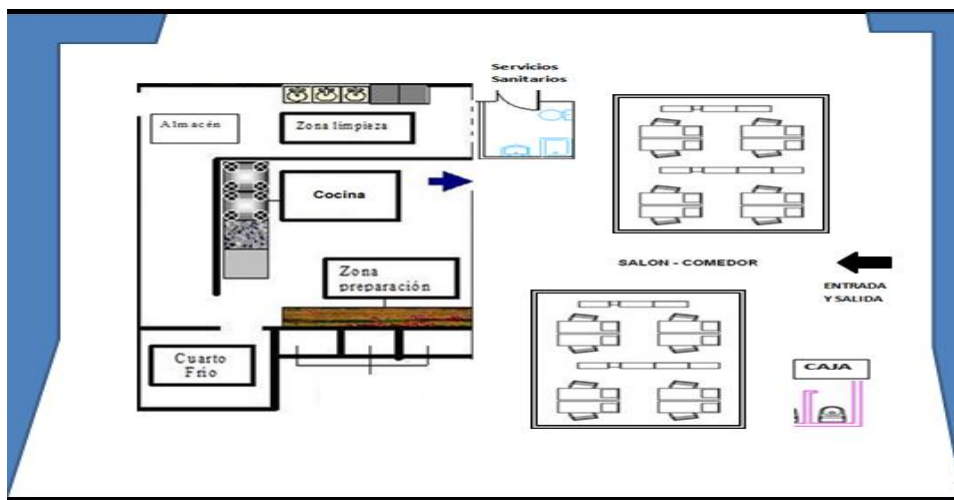
EQUIPO	CAJA REGISTRADORA SONY	
MODELO	TE-2400	
ESPECIFICACIÓN	Caja registradora electrónica con pantalla de 8 dígitos	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Permite calcular y registrar transacciones.	
EQUIPO	VENTILADOR DE TECHO	
MODELO	92817	
ESPECIFICACIÓN	VENTILADOR DE TECHO 42" NICKEL/MADERA	
PROVEEROR	VIDRI	
USO	Opción práctica y decorativa para refrescar el clima del ambiente.	
EQUIPO	SET DE CUBIERTOS	
MODELO	1468245975	
ESPECIFICACIÓN	60 PIEZAS ACERO INOXIDABLE	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Cubertería	
EQUIPO	TAZON BLANCO 4 1/4	
MODELO	CR313W	
ESPECIFICACIÓN	CAP. 4 ONZAS PAQUETE 12 UNID	
PROVEEROR	PRICESMART	
USO	Recipiente para alimentos.	

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

4. Distribución en Planta

Se plantea una distribución de áreas adecuadas que faciliten el desarrollo de actividades y movimiento de las personas.

Figura N°14 Distribución física de local para Restaurante

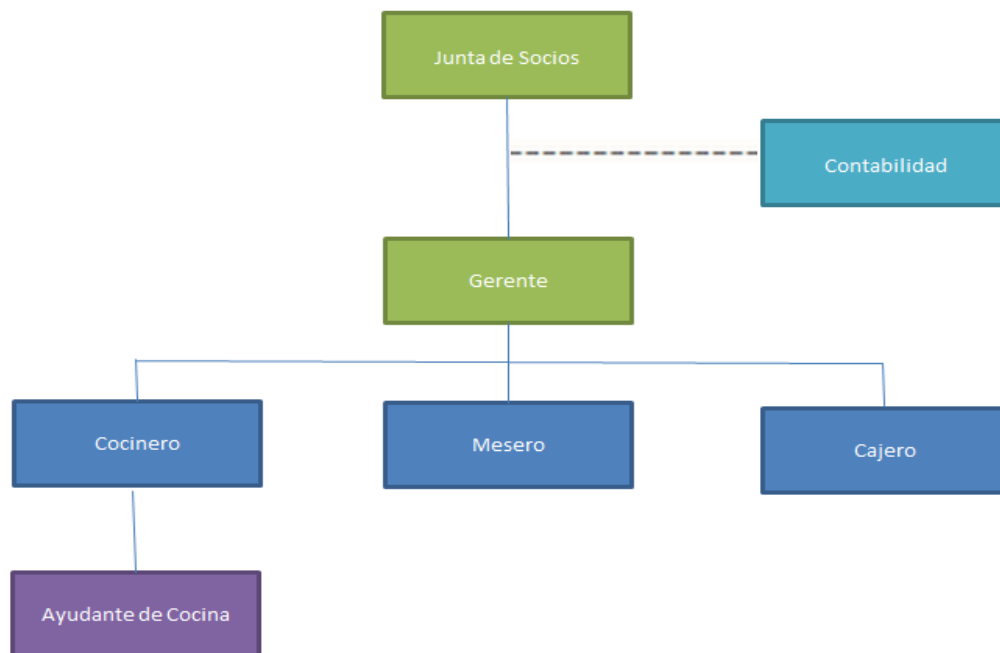


Fuente: Diseñado por el equipo investigador.

5. Estructura Organizativa

Debido a que se tratará de una pequeña empresa en desarrollo que se dedicará a generar pocos productos en un campo específico, se utilizará la estructura lineal y staff la cual funcionará de asesor así como apoyo técnico para la contabilidad del restaurante. En la siguiente figura se presenta la manera en que estará conformado el organigrama para la empresa:

Figura N° 15 Organigrama de Funcionamiento para el Restaurante



Fuente: Elaborado por equipo investigador

La estructura organizativa permite distinguir la jerarquía de funciones del recurso humano, se contratarán a 5 personas, cada uno bajo las siguientes responsabilidades inmediatas:

- ✚ Gerente: supervisar, dirigir y controlar las operaciones del restaurante, recursos humanos, financieros, materiales, así como la toma de decisiones, el planteamiento de cursos de acción o solución de problemas internos y externos derivados de las funciones.
- ✚ Cocinero: es responsable con carácter constante por la preparación directa de los platillos del restaurante de acuerdo con los procedimientos, criterios de calidad e higiene, además del correcto cuidado y uso de materiales, equipos del área.
- ✚ Ayudante de Cocina: debe realizar los adelantos para la elaboración de los platos contemplados, además de colaborar para mantener la zona de trabajo limpia y ordenada.
- ✚ Cajero: responsable de asegurar el correcto cobro de cuentas, reportes diarios de caja y el registro ordenado de todas las transacciones.
- ✚ Mesero: atender a los clientes proporcionándoles el servicio de alimentos, bebidas y asistencia durante su estancia en el restaurante.
- ✚ Y se contará con la unidad staff la cual se especializará en llevar la contabilidad del restaurante.

Además para facilitar la realización de las actividades y de la contratación del personal se proveerá de un Manual de Descripción de Puestos el cual se puede observar en el Anexo N°35.

5.1 Generalidades Propuestas para la apertura del Restaurante

Nombre de la Empresa: “Restaurante Sin Frontera”

Dirección: Plaza y Parque Calle Cuscatlán Poniente, Antiguo Cuscatlán.

Logo: Se creará una representación gráfica con el objetivo de facilitar a las personas la identificación y asociación de la categoría de servicio que se ofrecerá, estará compuesto de colores que no sean invasivos a la vista de las personas pero que si sean agradables y llamen la atención al pasar por el sitio.

Figura N° 16 Logotipo Propuesto para el Restaurante.



Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Slogan: Será la frase que sea original e identifique al establecimiento y que evoque una recordación en las personas.

Figura N° 17 Slogan propuesto a utilizar en el Restaurante.

Un gustito de España en Antiguo Cuscatlán.

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Misión

Brindar un servicio novedoso y creativo a nuestros clientes ofreciendo comida tipo española en miniporciones utilizando ingredientes de primera calidad, comprometidos en cumplir las expectativas de atención, además de una experiencia agradable al paladar de nuestros visitantes.

Visión

Ser reconocidos como un restaurante original en el Municipio de Antigua Cuscatlán mediante una propuesta gastronómica diferenciada en la oferta de comida tipo española de excelente calidad.

Filosofía

- ✚ Nuestra filosofía se basa en el trabajo en equipo para lograr los objetivos de negocio, siempre disfrutando lo que hacemos y teniendo mente abierta para aportar creatividad e innovación en cada proceso.

Objetivos

- ✚ Ofrecer un servicio de alimentos con un menú innovador y con precios accesibles al consumidor.
- ✚ Hacer del restaurante una empresa que contribuya al desarrollo del sector y de las personas que laboren en él, con vista a la expansión y crecimiento.
- ✚ Generar bienestar en las personas que se acompañen de familiares o amigos que acudan al negocio a través de una experiencia original y de buen gusto.

Valores

Permitirán orientar las acciones en cada una de las actividades para velar por una sana convivencia con las personas, para ello se listan los siguientes valores a seguir:

- ✚ **Respeto:** Para una convivencia sana en el entorno de trabajo la consideración a la diversidad de ideas, opiniones y maneras de ser de cada persona se deben manifestar en todo momento.
- ✚ **Puntualidad:** Procurar el cuidado y diligencia en hacer las cosas a su debido momento, respetando el tiempo de los compañeros y de los clientes.
- ✚ **Honestidad:** Ser transparentes y coherentes con lo que se expresa u ofrece a nuestros clientes y equipo de trabajo.
- ✚ **Compañerismo:** Poseer el sentido de la unidad, prestando ayuda y colaboración a las demás personas, favoreciendo un ambiente de trabajo y servicio agradable ante los ojos de los visitantes.
- ✚ **Compromiso:** Demostrar vocación de servicio y sentido de pertenencia para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa.

Políticas

Representan ciertos lineamientos de servicio, conducta que se deben establecer de una forma clara y de fácil comprensión para ser comunicados a los colaboradores de la empresa.

Calidad

A través de un cuidadoso control en la selección de las materias primas a utilizar, que deben ser provistas por empresas que cumplan con las normas de higiene respectivas; con un ordenado almacenamiento y la correcta manipulación de alimentos para generar la plena confianza de nuestros consumidores.

Servicio al Cliente

Los clientes son la razón de ser de la operación y marcarán el sentido del trabajo diario, por ello, se deberá comprender e identificar sus necesidades para poder satisfacerlas; atendiéndolos con cortesía y amabilidad desde el primer contacto.

Pioneros en Innovación

Estar atentos a nuevas formas de presentar los platillos, evaluando constantemente los cambios y sugerencias que los clientes internos y externos propongan.

Cumplimiento de Obligaciones

Llevar a cabo las actividades de modo que se cumplan todos los requisitos legislativos, reglamentarios correspondientes, así como velar por la prevención de la contaminación del medio ambiente y otros compromisos que la organización suscriba.

F. ÁREA FINANCIERA Y ECONÓMICA PROPUESTA

Constituye la parte final en la secuencia del análisis de factibilidad de todo el proyecto, estas evaluaciones tienen como propósito determinar la cuantificación de costos y rentabilidad o pérdida, con una anticipación en el tiempo que contribuya en la toma de decisión de los inversionistas

1. Programa de Financiamiento

1. 1 Fuentes de Financiamiento

Para financiar el proyecto se pretende hacer uso de \$5,000 proporcionado como fondos propios por parte de los socios y un préstamo para cubrir la inversión. En el siguiente cuadro se presenta la distribución del aporte de cada una de las partes.

Cuadro N° 10 Detalle de las fuentes de financiamiento para el funcionamiento del restaurante.

Programa de Inversión	
Aporte del socio 1	\$2,000.00
Aporte del socio 2	\$2,000.00
Aporte del socio 3	\$1,000.00
Préstamo bancario	\$7,700.00
TOTAL CAPITAL	\$12,700.00

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

1.2 Amortización de la Financiación Externa

A continuación se detallan las condiciones bajo las cuales se realizaría el préstamo bancario en el Banco de América Central por ofertar la mejor tasa de interés en el sector financiero.

Cuadro N° 11 Detalle de condiciones de préstamo

MONTO DEL PRÉSTAMO	\$ 7,700.00
TASA NOMINAL	9.90%
PLAZO ORIGINAL	5 AÑOS
N° PAGOS AL AÑO	12
CUOTA	\$163.22

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Se presenta un resumen de las amortizaciones anuales del préstamo bancario a realizar, dichas deducciones fueron realizadas utilizando una hoja de cálculo de Excel mediante fórmulas financieras, para observar el detalle de los pagos mensuales ver Anexo N° 10.

Cuadro N° 12 Resumen de las Amortizaciones del Préstamo por Año.

Años	0	1	2	3	4	5
Interés		\$ 815.62	\$ 588.06	\$ 446.04	\$ 289.31	\$ 116.34
Anualidad		\$ 1,958.64	\$ 1,958.64	\$ 1,958.64	\$ 1,958.64	\$ 2,120.80
Capital		\$ 1,143.02	\$ 1,370.58	\$ 1,512.60	\$ 1,669.33	\$ 2,004.46
Saldo	\$7,700.00	\$ 6,556.98	\$ 5,186.40	\$ 3,673.80	\$ 2,004.47	\$ 0.00

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

1.3 Inversión Inicial de Maquinaria y Equipo

Involucra el aporte económico a través del cual se obtendrá la maquinaria, así como diversas herramientas para el funcionamiento del restaurante, teniendo en cuenta que son activos fijos depreciables elementales para la preparación de los alimentos, para la selección de estos se realizó una serie de cotizaciones en diferentes tiendas comerciales del rubro, seleccionando la mejor oferta en relación a funcionalidad y precio, ascendiendo a un monto total de \$4,650.66 dólares.

Se presenta el detalle de equipos cotizados y el programa de depreciación de estos:

Cuadro N°13 Requerimiento de Maquinaria y equipo cotizados

CANTIDAD	EQUIPO	PRECIO	IMPORTE	Años que se deprecia
1	COCINA LG	\$ 998.29	\$998.29	5
1	FREEZER HAIER	\$ 298.99	\$298.99	5
1	LICUADORA BLACK & DECKER	\$ 39.00	\$39.00	5
1	REFRIGERADORA WHIRPOOL	\$ 468.99	\$468.99	5
1	PANTALLA LED LG	\$ 369.00	\$369.00	5
1	BATIDORA BLACK & DECKER	\$ 23.99	\$23.99	2
3	VENTILADOR DE TECHO	\$ 59.35	\$178.05	5
1	CAJA REGISTRADORA SONY	\$ 409.99	\$409.99	5
2	SET DE CUBIERTOS 60 PIEZAS	\$ 86.99	\$173.98	2
3	TAZON BLANCO 4 ¼	\$ 37.99	\$113.97	2
3	PLATO BLANCO REDONDO 12 U.	\$ 47.99	\$143.97	2
1	VASO TRANSPARENTE 72 PIEZAS	\$ 67.99	\$67.99	2

1	ARROCERA	\$ 179.99	\$179.99	5
1	JUEGO DE ESPATULAS	\$ 3.95	\$3.95	2
2	TABLA	\$ 3.25	\$6.50	2
2	DEPOSITO PARA ALMACENAR AGUA	\$ 17.95	\$35.90	2
2	DEPOSITO PARA ALMACENAR COMIDA	\$ 8.25	\$16.50	2
2	CONTEDEDOR DE BASURA	\$ 28.95	\$57.90	2
1	MEDIDORES DE COMIDA	\$ 13.25	\$13.25	2
1	SET DE CUCHILLOS	\$ 15.25	\$15.25	2
4	SALEROS	\$ 1.50	\$6.00	2
4	AZAFATE	\$ 21.99	\$87.96	2
2	GUANTE	\$ 2.50	\$5.00	2
1	ESTANTE PARA COCINA	\$ 61.00	\$61.00	5
1	CHAFIN	\$ 250.00	\$250.00	5
1	MESA DE TRABAJO	\$ 125.00	\$125.00	5
1	BATERIA DE COCINA	\$ 72.25	\$72.25	5
8	MESA	\$ 23.50	\$188.00	2
32	SILLAS	\$ 7.50	\$240.00	2
TOTAL			\$4,650.66	

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°14 Programa de Depreciación de Maquinaria y Equipo.

CANTIDAD	EQUIPO	PRECIO	IMPORTE	DEPRECIACIÓN ANUAL	1	2	3	4	5	Costo del Activo al Final del Año 5
1	COCINA LG	\$ 998.29	\$998.29	20%	\$199.66	\$199.66	\$199.66	\$199.66	\$199.65	\$0.00
1	FREEZER HAIER	\$ 298.99	\$298.99	20%	\$59.80	\$59.80	\$59.80	\$59.80	\$59.79	\$0.00
1	LICUADORA BLACK & DECKER	\$ 39.00	\$39.00	50%	\$19.50	\$19.50				\$0.00
1	REFRIGERADORA WHIRPOOL	\$ 468.99	\$468.99	20%	\$93.80	\$93.80	\$93.80	\$93.80	\$93.79	\$0.00
1	PANTALLA LED LG	\$ 369.00	\$369.00	20%	\$73.80	\$73.80	\$73.80	\$73.80	\$73.80	\$0.00
1	BATIDORA BLACK & DECKER	\$ 23.99	\$23.99	50%	\$12.00	\$11.99				\$0.00
3	VENTILADOR DE TECHO	\$ 59.35	\$178.05	20%	\$35.61	\$35.61	\$35.61	\$35.61	\$35.61	\$0.00
1	CAJA REGISTRADORA SONY	\$ 409.99	\$409.99	20%	\$82.00	\$82.00	\$82.00	\$82.00	\$81.99	\$0.00
1	ARROCERA	\$ 179.99	\$179.99	20%	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$35.99	\$0.00

1	CHAFIN	\$ 250.00	\$250.00	20%	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$0.00
1	MESA DE TRABAJO	\$ 125.00	\$125.00	20%	\$25.00	\$25.00	\$25.00	\$25.00	\$25.00	\$0.00
1	ESTANTE PARA COCINA	\$ 61.00	\$61.00	20%	\$12.20	\$12.20	\$12.20	\$12.20	\$12.20	\$0.00
8	MESA	\$ 23.50	\$188.00	50%	\$94.00	\$94.00				\$0.00
32	SILLAS	\$ 7.50	\$240.00	50%	\$120.00	\$120.00				\$0.00
TOTALES			\$3,830.29		\$913.37	\$913.36	\$667.87	\$667.87	\$667.82	\$0.00

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

En la depreciación de la maquinaria y equipo se han contemplado aquellos que se consideran activos depreciables, el resto se manejará como gastos administrativos los cuales al inicio de la inversión ascienden a un monto total de \$820.37.

2. Determinación de Costos Unitarios de cada Menú

Para obtener los mejores costos en la elaboración de cada menú se realizó una serie de cotizaciones vía internet así como de forma presencial en los diferentes supermercados de San Salvador, posterior se clasificó según rubro de consumo (Ver Anexos N° 11 al 16), para el año 1-2 se consideran los costos vigentes del mercado y para los años 3-5 se proyecta un incremento en precios del 2%, todo ello para elaborar el detalle por cada receta que se presenta a continuación:

2.1 Detalle de costos de cada porción de los Menú para los años 1 y 2.

Partiendo de las recetas para la preparación de cada platillo, se calcularon las cantidades necesarias a utilizar de cada ingrediente, posterior se dividió el costo total entre las unidades a elaborar por recetas, de esa manera se logró identificar el valor unitario por porción de cada elemento que contendría los menús 1, 2 y 3, tal y como se describe en cada uno de los siguientes cuadros:

Cuadro N°15 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Paella años 1 y 2.

Costos Paella 12 Porciones				
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Arroz	Gramos	800	\$0.0010	\$0.8000
Pollo	Onzas	16	\$0.1094	\$1.7500
Guisantes Verdes	Gramos	250	\$0.0024	\$0.5950
Chorizo	Onzas	10	\$0.1469	\$1.4688
Salchicha	Onzas	8	\$0.0938	\$0.7500
Camaron	Unidad	16	\$0.2000	\$3.2000
Tomates	Unidad	3	\$0.0900	\$0.2700
Cebolla	Unidad	2	\$0.1000	\$0.2000
Pimiento Verde	Unidad	2	\$0.1000	\$0.2000
Agua	Mililitros	1200	\$0.0005	\$0.5760
Aceite de Oliva	Onzas	6	\$0.0085	\$0.0510
Sal	Onzas	2	\$0.0069	\$0.0138
Rama de Romero	Unidad	1	\$0.0625	\$0.0625
Azafrán	Gramos	30	\$0.0016	\$0.0480
Perejil	Unidad	1	\$0.0500	\$0.0500
Costo Total				\$10.0350
Costo Unitario				\$0.84

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°16 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Montadito Serrano años 1 y 2.

Receta Montadito Serrano 10 Porciones				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Costo Porción
Pan Mini Baguette	Unidad	10	\$0.0900	\$0.9000
Jamon de Cerdo	Onza	12	\$0.1719	\$2.0625
Pimiento Verde	Unidad	3	\$0.1000	\$0.3000
Jamon Serrano	Onza	12	\$0.1563	\$1.8750
Tomate	Unidad	2	\$0.0900	\$0.1800
Sal	Onza	1	\$0.0069	\$0.0069
Aceite de Oliva	Onza	4	\$0.0085	\$0.0340
Costo Total				\$5.3584
Costo Unitario				\$0.54

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°17 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Salmorejo años 1 y 2

Receta Salmorejo 10 Porciones				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Costo Porción
Tomates	9	Unidad	\$0.0900	\$0.8100
Pan de Miga	200	Gramos	\$0.0030	\$0.6080
Aceite de Oliva	6	Onzas	\$0.0085	\$0.0510
Ajo	70	Gramos	\$0.0023	\$0.1610
Sal	2	Onzas	\$0.0069	\$0.0138
Costo Total				\$1.6438
Costo Unitario				\$0.16

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°18 Detalle de costos unitarios para la elaboración de tortilla española años 1 y 2

Receta Tortilla Española 8 Porciones				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Costo Porción
Papas	32	Onzas	\$0.0344	\$1.1000
Cebolla	1	Unidad	\$0.1000	\$0.0500
Pimiento Verde	2	Unidad	\$0.1000	\$0.0500
Huevos	2	Unidad	\$0.0833	\$0.0417
Aceite de oliva virgen extra	8	Onzas	\$0.0085	\$0.0680
Sal	2	Onzas	\$0.0069	\$0.0138
Tomate	2	Unidad	\$0.0900	\$0.1800
Chorizo	14	Onzas	\$0.1469	\$2.0563
Costo Total				\$3.5597
Costo Unitario				\$0.44

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°19 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Croquetas años 1 y 2

Receta 20 Croquetas				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Costo Porción
Jamón serrano	Onzas	16	\$0.1563	\$2.5000
Cebolla	Unidad	2	\$0.1000	\$0.2000
Ajo	Gramos	60	\$0.0023	\$0.1380
Harina	Gramos	375	\$0.0015	\$0.5625
Mantequilla	Gramos	160	\$0.0041	\$0.6528
Salchicha	Onzas	12	\$0.0938	\$1.1250
Costo Total				\$5.1783
Costo Unitario				\$0.26
*Cada Porción de Croquetas sera de 3 por lo que se tomará como costo Unitario $\$0.26 \times 3 = \0.78				
Costo Unitario				\$0.78

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

2.2 Detalle costos unitarios de cada porción de los Menús para los años 3 al 5. Para la realización del cálculo del costo por menú para el tercer al quinto año se tomó como base el precio de materia prima de los dos primeros considerando un incremento del 2% anual de los materiales según detalles a continuación:

Cuadro N°20 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Paella años 3 al 5.

Costos Paella 12 Porciones				
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Arroz	Gramos	800	\$0.0010	\$0.8160
Pollo	Onzas	16	\$0.1116	\$1.7850
Guisantes Verdes	Gramos	250	\$0.0024	\$0.6069
Chorizo	Onzas	10	\$0.1498	\$1.4981
Salchicha	Onzas	8	\$0.0956	\$0.7650
Camaron	Unidad	16	\$0.2040	\$3.2640
Tomates	Unidad	3	\$0.0918	\$0.2754
Cebolla	Unidad	2	\$0.1020	\$0.2040
Pimiento Verde	Unidad	2	\$0.1020	\$0.2040
Agua	Mililitros	1200	\$0.0005	\$0.5875
Aceite de Oliva	Onzas	6	\$0.0087	\$0.0520
Sal	Onzas	2	\$0.0070	\$0.0140
Rama de Romero	Unidad	1	\$0.0638	\$0.0638
Azafrán	Gramos	30	\$0.0016	\$0.0487
Perejil	Unidad	1	\$0.0510	\$0.0510
Costo Total				\$10.2355
Costo Unitario				\$0.84

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°21 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Montadito Serrano años 3 al 5.

Receta Montadito Serrano 10 Porciones				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Costo Porción
Pan Mini Baguette	Unidad	10	\$0.0918	\$0.9180
Jamon de Cerdo	Onza	12	\$0.1753	\$2.1038
Pimiento Verde	Unidad	3	\$0.1020	\$0.3060
Jamon Serrano	Onza	12	\$0.1594	\$1.9125
Tomate	Unidad	2	\$0.0918	\$0.1836
Sal	Onza	1	\$0.0070	\$0.0070
Aceite de Oliva	Onza	4	\$0.0087	\$0.0347
Costo Total				\$5.4655
Costo Unitario				\$0.55

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°22 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Tortilla Española años 3 al 5.

Receta Tortilla Española 8 Porciones				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Costo Porción
Papas	32	Onzas	\$0.0351	\$1.1220
Cebolla	1	Unidad	\$0.1020	\$0.0510
Pimiento Verde	2	Unidad	\$0.1020	\$0.0510
Huevos	2	Unidad	\$0.0850	\$0.0425
Aceite de oliva virgen extra	8	Onzas	\$0.0087	\$0.0694
Sal	2	Onzas	\$0.0070	\$0.0140
Tomate	2	Unidad	\$0.0918	\$0.1836
Chorizo	14	Onzas	\$0.1498	\$2.0974
Costo Total				\$3.6309
Costo Unitario				\$0.45

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°23 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Croquetas años 3 al 5

Receta 20 Croquetas				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Costo Porción
Jamón serrano	Onzas	16	\$0.1594	\$2.5500
Cebolla	Unidad	2	\$0.1020	\$0.2040
Ajo	Gramos	60	\$0.0023	\$0.1408
Harina	Gramos	375	\$0.0015	\$0.5738
Mantequilla	Gramos	160	\$0.0042	\$0.6659
Salchicha	Onzas	12	\$0.0956	\$1.1475
Costo Total				\$5.2819
Costo Unitario				\$0.27
costo Unitario $\$0.27 \times 3 = \0.81				
Costo Unitario				\$0.81

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°24 Detalle de costos unitarios para la elaboración de Salmorejo años 3 al 5.

Receta Salmorejo 10 Porciones				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Costo Porción
Tomates	9	Unidad	\$0.0918	\$0.8262
Pan de Miga	200	Gramos	\$0.0031	\$0.6202
Aceite de Oliva	6	Onzas	\$0.0087	\$0.0520
Ajo	70	Gramos	\$0.0023	\$0.1642
Sal	2	Onzas	\$0.0070	\$0.0140
Costo Total				\$1.6766
Costo Unitario				\$0.17

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

3. Proyección de Ventas en Unidades

Partiendo con una estimación de 7,168 unidades para el primer año, el cual representa el 35% de la población del Municipio de Antigua Guatemala que visitarían el restaurante según el estudio de mercado realizado (Ver Cuadro N° 4 cálculo de la demanda potencial), el detalle de ventas por menú de cada año se observa en el Anexo N°17, dichas unidades fueron distribuidas considerando vender un 31%, 33% y 36% para los Menú 1,2,3 respectivamente, se buscará un equilibrio en la venta de todos los menús pero a la vez se realizarán mayores esfuerzos enfocados para promover los platillos 2 y 3 los cuales se estiman serán más costosos y contendrán ingredientes que son perecederos en menor tiempo.

Con base al método de proyección de ventas incremental utilizando el criterio de las personas que realizan el proyecto y la información recabada de los dueños de negocios en el lugar de estudio, se prevé un crecimiento anual del 2% a partir del segundo año de operación, tomando en cuenta las estrategias a implementar de publicidad, precio, promociones y reconocimiento del producto por parte de los clientes.

Cuadro N°25 Proyecciones de Ventas Anuales en Unidades por Menú

VENTAS EN UNIDADES				
Año	Unidades			Total Anual
	Menú 1	Menú 2	Menú 3	
1	2221	2367	2580	7168
2	2267	2412	2632	7311
3	2311	2461	2685	7457
4	2358	2509	2739	7606
5	2405	2560	2793	7758
Totales por Menú	11562	12309	13429	37300

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

4. Requerimiento de Mano de Obra Directa e Indirecta

Al tratarse de un proyecto de emprendedurismo, el personal que laborará en el restaurante estará conformado por personas del núcleo familiar y para el establecimiento del pago de sueldos se calcularán montos con base a la ley de salario mínimo vigente para el ejercicio fiscal 2015, bajo la cual para el sector comercio y servicio es de \$251.70, con excepción del Gerente que ganará un 5% más, manteniéndolos así durante los dos primeros años, a partir del tercer año se proyecta incrementar 20% a gerente y 10% al resto de colaboradores, asimismo se ha contemplado el pago de las prestaciones aguinaldo, ISSS y AFPS.

Cuadro N°26 Requerimiento de Mano de Obra para el Funcionamiento del Restaurante.

Presupuesto Mano de Obra Indirecta Año 1-5							
Cargo	Número de Personas	Salario Mensual	Salario Anual	Patronal Anual ISSS (7.50%)	Aporte Patronal AFP 6.75%	Aguinaldo	Total Salarios Anuales a 5 años
Mesero	1	\$251.70	\$3,020.40	\$226.53	\$203.88	\$125.85	\$18,956.27
Cajero	1	\$251.70	\$3,020.40	\$226.53	\$203.88	\$125.85	\$18,956.27
Gerente General	1	\$265.00	\$3,180.00	\$238.50	\$214.65	\$132.50	\$21,087.64
TOTAL	3	\$768.40	\$9,220.80	\$691.56	\$622.40	\$384.20	\$59,000.20
Presupuesto Mano de Obra Directa Año 1-5							
Cargo	Número de Personas	Salario Mensual	Salario Anual	Cuota Patronal Anual ISSS (7.50%)	Aporte Patronal AFP 6.75%	Aguinaldo	Total Salarios Anuales a 5 años
Cocinero	1	\$251.70	\$3,020.40	\$226.53	\$203.88	\$125.85	\$20,029.28
Ayudante de Cocin	1	\$251.70	\$3,020.40	\$226.53	\$203.88	\$125.85	\$20,118.38
TOTAL	2	\$503.40	\$6,040.80	\$453.06	\$407.75	\$251.70	\$40,147.44

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

5. Determinación de Costos de Producción

Representan todos los elementos de insumos, mano de obra directa y costos indirectos que intervendrán para la elaboración de los platillos, en el siguiente cuadro se presentan los costos para cada año de operación, para observar el detalle de ingredientes de materia prima remitirse a los Anexos N°23 para cada año respectivamente y ver el Anexo N° 21 referente a los Costos Indirectos de Fabricación, en el anterior Cuadro N°26 se visualiza el detalle de Mano de Obra directa correspondiente.

Cuadro N°27 Costos de producción estimados en el funcionamiento restaurante.

Costos de Producción					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$8,523.05	\$8,695.60	\$9,012.76	\$9,262.88	\$9,445.78
Mano de Obra Directa	\$7,153.20	\$7,153.20	\$8,613.68	\$8,613.68	\$8,613.68
Carga Fabril (CIF)	\$17,204.70	\$16,484.33	\$18,051.29	\$18,051.29	\$18,051.24
TOTAL	\$32,880.95	\$32,333.13	\$35,677.73	\$35,927.85	\$36,110.70

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

6. Requerimiento de Materia Prima por Platillo

A partir del conocimiento de la estimación de las unidades de venta se determinó la cantidad de componentes necesarios para la preparación de cada menú. El primer paso a realizar será calcular la materia prima a utilizar y posterior se describen los montos en dólares equivalentes para cada año de operación.

6.1 Cálculo de la Materia Prima a utilizar para cada Menú.

Para conocer la cantidad de insumos a utilizar para cada platillo, es necesario saber previamente cual será la demanda de cada menú la cual se determino en el estudio de mercado (ver cuadro N° 4 y anexo N°17) se asignó porcentajes al menú 1,2 y 3 de la demanda total 31%,33% y 36% respectivamente.

Método de Proyección de Ventas

Utilizando el método de proyecciones de ventas incremental según criterio del personal que realiza el estudio y de acuerdo a los conocimientos adquiridos en la investigación se prevé un incremento del 2% en las ventas por cada año.

Cuadro N°28 Proyección Unidades Año 1

Proyección en Unidades Año 1			
Menú 1	Menú 2	Menú 3	Total
133	142	155	430
222	237	258	717
133	142	155	430
267	284	309	860
133	142	155	430
133	142	155	430
133	142	155	430
222	237	258	717
178	189	206	573
178	189	206	573
156	166	181	503
333	355	387	1075
2221	2367	2580	7168

Fuente: Elaborado por el equipo investigador utilizando el método de proyecciones de ventas incremental.

El detalle de proyección de unidades facilitó realizar el cálculo de requerimiento para cada menú.

Para obtener la cantidad de croquetas a preparar, se separaron los menús que las contienen como se detalla en el Cuadro N°28, el menú 1 y 3 están compuestos por croquetas al sumarlos en el año se tiene: 2,221 + 2,580 de los menú 1 y 3 haciendo un total de 4,801 croquetas a producir para el primer año, reflejado en el Cuadro N°29.

De esa misma manera se procedió con el Salmorejo el cual está incluido en los 3 menús por lo que corresponde a sumar los valores proyectados de los 3 menús: 2,221+ 2,367+ 2,580 totalizando: 7,168 porciones de salmorejo para el primer año. La paella está incluida únicamente en el segundo menú lo que equivale a proyectar 2,367 porciones a requerir. El montadito serrano se contempló incluir para el tercer platillo por lo cual se estimaran 2,580 porciones para el primer año.

Cuadro N° 29 Detalle de unidades por Menú Año 1

Menú 1	Unidades	Menú 2	Unidades	Menú 3	Unidades
Croqueta	2221	Paella	2367	Montadito Serrano	2580
Salmorejo	2221	Salmorejo	2367	Salmorejo	2580
Tortilla española	2221	Tortilla Española	2367	Croqueta	2580

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°30 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 1

Año 1	Unidades
Croqueta	4801
Salmorejo	7168
Tortilla Española	4588
Paella	2367
Montadito Serrano	2580

Fuente: Elaborado por el equipo investigador .

Cuadro N°31 Proyección Unidades Año 2

Proyección en Unidades Año 2			
Menú 1	Menú 2	Menú 3	Total
136	145	158	439
227	241	263	731
136	145	158	439
272	289	316	877
136	145	158	439
136	145	158	439
136	145	158	439
227	241	263	731
181	193	211	585
181	193	211	585
159	169	184	512
340	361	394	1095
2267	2412	2632	7311

Fuente: Elaborado por el equipo investigador utilizando el método de proyecciones de ventas incremental.

Cuadro N° 32 Detalle de Unidades por Menú Año 2

Menú 1	Unidades	Menú 2	Unidades	Menú 3	Unidades
Croqueta	2267	Paella	2412	Montadito Serrano	2632
Salmorejo	2267	Salmorejo	2412	Salmorejo	2632
Tortilla española	2267	Tortilla Española	2412	Croqueta	2632

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°33 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 2

Año 2	Unidades
Croqueta	4899
Salmorejo	7311
Tortilla Española	4679
Paella	2412
Montadito Serrano	2632

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°34 Proyección Unidades Año 3

Proyección en Unidades Año 3			
Menú 1	Menú 2	Menú 3	Total
139	148	161	447
231	246	269	746
139	148	161	447
277	295	322	895
139	148	161	447
139	148	161	447
139	148	161	447
231	246	269	746
184	197	214	597
184	197	214	597
162	172	189	522
347	368	403	1119
2311	2461	2685	7457

Fuente: Elaborado por el equipo investigador utilizando el método de proyecciones de ventas incremental.

Cuadro N° 35 Detalle de Unidades por Menú Año 3

Menú 1	Unidades	Menú 2	Unidades	Menú 3	Unidades
Croqueta	2311	Paella	2461	Montadito Serrano	2685
Salmorejo	2311	Salmorejo	2461	Salmorejo	2685
Tortilla española	2311	Tortilla Española	2461	Croqueta	2685

Fuente: Elaborado por el equipo investigador utilizando el método de proyecciones de ventas incremental.

Cuadro N°36 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 3

Año 3	Unidades
Croqueta	4996
Salmorejo	7457
Tortilla Española	4772
Paella	2461
Montadito Serrano	2685

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°37 Proyección Unidades Año 4

Proyección en Unidades Año 4			
Menú 1	Menú 2	Menú 3	Total
141	150	165	456
236	251	274	761
141	150	165	456
283	301	329	913
141	150	165	456
141	150	165	456
141	150	165	456
236	251	274	761
189	201	219	609
189	201	219	609
166	177	189	532
354	377	410	1141
2358	2509	2739	7606

Fuente: Elaborado por el equipo investigador utilizando el método de proyecciones de ventas incremental.

Cuadro N° 38 Detalle de Unidades por Menú Año 4

Menú 1	Unidades	Menú 2	Unidades	Menú 3	Unidades
Croqueta	2358	Paella	2509	Montadito Serrano	2739
Salmorejo	2358	Salmorejo	2509	Salmorejo	2739
Tortilla española	2358	Tortilla Española	2509	Croqueta	2739

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°39 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 4

Año 4	Unidades
Croqueta	5097
Salmorejo	7606
Tortilla Española	4867
Paella	2509
Montadito Serrano	2739

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°40 Proyección Unidades Año 5

Proyección en Unidades Año 5			
Menú 1	Menú 2	Menú 3	Total
144	153	168	465
241	256	279	776
144	153	168	465
289	307	335	931
144	153	168	465
144	153	168	465
144	153	168	465
241	256	279	776
192	206	222	620
192	206	222	620
168	179	196	543
362	385	420	1167
2405	2560	2793	7758

Fuente: Elaborado por el equipo investigador utilizando el método de proyecciones de ventas incremental.

Cuadro N° 41 Detalle de Unidades por Menú Año 5

Menú 1	Unidades	Menú 2	Unidades	Menú 3	Unidades
Croqueta	2405	Paella	2560	Montadito Serrano	2793
Salmorejo	2405	Salmorejo	2560	Salmorejo	2793
Tortilla española	2405	Tortilla Española	2560	Croqueta	2793

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Cuadro N°42 Total de Unidades Proyectadas para el Menú Año 5

Año 5	Unidades
Croqueta	5198
Salmorejo	7758
Tortilla Española	4965
Paella	2560
Montadito Serrano	2793

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

6.2 Costos Totales de Compra de Materia Prima

Luego de haber realizado las operaciones necesarias respecto a las cantidades necesarias de los insumos para la elaboración de los menús, se presenta el siguiente cuadro que contiene valores globales, para ver los detalles de los requerimientos de ingredientes y cantidades que lo componen se encontrarán en el Anexo N°18 para cada año.

Cuadro N°43 Detalle de los costos totales anuales de compra de materia prima por receta.

Cuadro Resumen de Costos de Materia Prima	
Producto	Valor Total (\$)
Paella	\$1,977.05
Salmorejo	\$1,178.57
Tortilla Española	\$2,024.04
Montadito Serrano	\$1,382.69
Croquetas	\$1,243.90
Jarabe para bebida	\$716.80
Total año 1	\$8,523.05
Producto	Valor Total (\$)
Paella	\$2,017.20
Salmorejo	\$1,201.58
Tortilla Española	\$2,066.42
Montadito Serrano	\$1,409.49
Croquetas	\$1,269.81
Jarabe para bebida	\$731.10
Total año 2	\$8,695.60
Producto	Valor Total (\$)
Paella	\$2,057.34
Salmorejo	\$1,250.76
Tortilla Española	\$2,124.10
Montadito Serrano	\$1,470.23
Croquetas	\$1,364.63
Jarabe para bebida	\$745.70
Total año 3	\$9,012.76

Producto	Valor Total (\$)
Paella	\$2,139.21
Salmorejo	\$1,275.91
Tortilla Española	\$2,197.77
Montadito Serrano	\$1,497.56
Croquetas	\$1,391.82
Jarabe para bebida	\$760.60
Total año 4	\$9,262.88
Producto	Valor Total (\$)
Paella	\$2,180.15
Salmorejo	\$1,301.06
Tortilla Española	\$2,244.77
Montadito Serrano	\$1,524.89
Croquetas	\$1,419.11
Jarabe para bebida	\$775.80
Total año 5	\$9,445.78
Total 5 años	\$44,940.06

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

6.3 Manejo y control de la Materia Prima

El proceso de registros y control de la mercadería e insumos en un negocio, permite la mayor eficiencia en los procesos productivos así como la disminución de pérdidas o mermas de estos, es por ello que se plantean algunos lineamientos a seguir al momento de la apertura del restaurante para un buen manejo y rotación de los inventarios. Se utilizara el método Primeras entradas y primeras salidas (PEPS). A continuación se detallan algunas políticas a cumplir:

1. Las compras se realizaran de acuerdo a la rotación y desabastecimiento de los insumos una vez por semana.
2. El inventario que se debe mantener en el almacén será para una semana optimizando el efectivo y disminuyendo mermas por producto deteriorado.

3. Las compras de materia prima debe estar respaldada por su respectiva factura y crédito fiscal.
4. Los registros de las entradas y salidas se realizaran en una hoja de kardex en la cual se detallan productos, cantidades, costos y existencias.
Anexo N°19
5. Todo requerimiento de materiales por parte de área de cocina debe realizarse a través de una hoja de requisición diaria de acuerdo a la producción que se espera realizar. Anexo N°20
6. Al momento de la entrega de mercadería para la producción se deberá hacer de acuerdo a las primeras entradas primeras salidas.
7. Se debe realizar una revisión de los insumos una vez por semana para determinar el estado de estos en cuanto a su caducidad.
8. Al final de cada día debe realizarse un comparativo de los insumos requeridos contra la producción y venta.
9. El manejo del inventario debe realizarlo solamente una persona.
10. Se realizara una codificación del producto para que el manejo y control sea con mayor eficiencia.

7. Costos Indirectos de Fabricación

Estos costos y gastos se calculan proporcionalmente para determinar el monto de operación por unidad producida (cálculo estimado), para ver el detalle de CIF se presentan en el Anexo N°21.

Cuadro N°44 Costos Indirectos de Fabricación Anuales

Costos Indirectos de Fabricación					
Monto en \$					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales indirectos	\$6,285.74	\$5,565.37	\$5,663.87	\$5,663.87	\$5,663.82
Mano de Obra Indirecta	\$10,918.96	\$10,918.96	\$12,387.42	\$12,387.42	\$12,387.42
TOTAL	\$17,204.70	\$16,484.33	\$18,051.29	\$18,051.29	\$18,051.24

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

8. Cálculo del Costo de Producción Unitario

Debido a que se estima un leve aumento en costos de producción a partir del tercer año, se determinó diferenciar los costos unitarios de producción para los primeros dos años de operación, quedando de la siguiente manera:

Cuadro N°45: Obtención del Costo de Producción Unitario

Determinación del Costo de Producción Unitario									
	Menú 1	Año 1 y 2	Año 3-5	Menú 2	Año 1 y 2	Año 3-5	Menú3	Año 1 y 2	Año 3-5
		MONTO \$			MONTO \$			MONTO \$	
	Costo Unitario Croqueta	\$0.78	\$0.81	Costo Unitario Paella	\$0.84	\$0.84	Costo Unitario Montadito Serrano	\$0.54	\$0.55
+	Costo Unitario Salmorejo	\$0.16	\$0.17	Costo Unitario Salmorejo	\$0.16	\$0.17	Costo Unitario Salmorejo	\$0.16	\$0.17
+	Costo Unitario Tortilla Española	\$0.44	\$0.45	Costo Unitario Tortilla Española	\$0.44	\$0.45	Costo Unitario Croqueta	\$0.78	\$0.81
=	Costo Unitario por Porciones del Menú	\$1.38	\$1.43	Costo Unitario por Porciones del Menú	\$1.44	\$1.46	Costo Unitario por Porciones del Menú	\$1.48	\$1.53
	Costos Directos de Producción	\$14,306.63	\$25,841.04	Costos Directos de Producción	\$14,306.63	\$25,841.04	Costos Directos de Producción	\$14,306.63	\$25,841.04
+	Costos indirectos de Producción	\$33,689.04	\$54,153.81	Costos indirectos de Producción	\$33,689.04	\$54,153.81	Costos indirectos de Producción	\$33,689.04	\$54,153.81
=	Total de Costo de Producción en Dólares	\$47,995.67	\$79,994.84	Total de Costo de Producción en Dólares	\$47,995.67	\$79,994.84	Total de Costo de Producción en Dólares	\$47,995.67	\$79,994.84
÷	Unidades Proyectadas a Vender	14479	22821	Unidades Proyectadas a Vender	14479	22821	Unidades Proyectadas a Vender	14479	22821
=	Sub-Costo de Producción	\$3.31	\$3.51	Sub-Costo de Producción	\$3.31	\$3.51	Sub-Costo de Producción	\$3.31	\$3.51
=	Costo Unitario por Menú	\$4.69	\$4.94	Costo Unitario por Menú	\$4.76	\$4.97	Costo Unitario por Menú	\$4.80	\$5.04

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

9. Cálculo del Precio de Venta

Al determinar las unidades a vender y calcular el costo unitario de cada porción de los menús, más su respectivo costo para producirlos, se determinó el precio de venta para la duración del proyecto, se espera mantener un margen de ganancia del 37% del cual se lograran cubrir los costos operativos como la obtención de beneficios económicos.

Cuadro N° 46 Cálculo del Precio de Venta

Determinación del Costo de Producción Unitario									
	Menú 1	Año 1 y 2	Año 3-5	Menú 2	Año 1 y 2	Año 3-5	Menú3	Año 1 y 2	Año 3-5
		MONTO \$			MONTO \$			MONTO \$	
	Costo Unitario Croqueta	\$0.78	\$0.81	Costo Unitario Paella	\$0.84	\$0.84	Costo Unitario Montadito Serrano	\$0.54	\$0.55
+	Costo Unitario Salmorejo	\$0.16	\$0.17	Costo Unitario Salmorejo	\$0.16	\$0.17	Costo Unitario Salmorejo	\$0.16	\$0.17
+	Costo Unitario Tortilla Española	\$0.44	\$0.45	Costo Unitario Tortilla Española	\$0.44	\$0.45	Costo Unitario Croqueta	\$0.78	\$0.81
=	Total de costo unitario por Porción	\$1.38	\$1.43	Costo Unitario por Porciones del Menú	\$1.44	\$1.46	Costo Unitario por Porciones del Menú	\$1.48	\$1.53
+	Total de Costo de Producción en Dólares	\$3.31	\$3.51	Total de Costo de Producción en Dólares	\$3.31	\$3.51	Total de Costo de Producción en Dólares	\$3.31	\$3.51
=	Costo de Producción	\$4.69	\$4.94	Unidades Proyectadas a Vender	\$4.76	\$4.97	Unidades Proyectadas a Vender	\$4.80	\$5.04
+	13% IVA	\$0.61	\$0.64	13% IVA	\$0.62	\$0.65	13% IVA	\$0.62	\$0.65
+	Margen Ganancia 37%	\$1.74	\$1.83	Margen Ganancia 37%	\$1.76	\$1.84	Margen Ganancia 37%	\$1.77	\$1.86
=	Precio de Venta Menú 1	\$7.04	\$7.40	Precio de Venta Menú 2	\$7.13	\$7.45	Precio de Venta Menú 3	\$7.19	\$7.55

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

10. Presupuestos Proyectados para el Restaurante

10.1 Presupuesto de Ingresos Proyectado para el Restaurante

Comprende las estimaciones de venta de cada menú en unidades y su equivalente en dólares incluido el impuesto al valor agregado del 13% en el precio; reflejando un incremento esperado de ventas en unidades del 2% consecutivo a partir del tercer hasta el quinto año, el detalle para cada año se presenta en el Anexo N° 22.

Cuadro N° 47 Presupuesto de Ingresos Proyectado para el Restaurante

PRESUPUESTO DE VENTAS EN DÓLARES											
Año	MENÚ 1			MENÚ 2			MENÚ 3			VENTA TOTAL UNIDADES	VENTA TOTAL EN DÓLARES \$
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL		
1	2221	\$ 7.04	\$15,635.84	2367	\$ 7.13	\$ 16,876.71	2580	\$ 7.19	\$ 18,550.20	7168	\$51,062.75
2	2267	\$ 7.04	\$15,959.68	2412	\$ 7.13	\$ 17,197.56	2632	\$ 7.19	\$ 18,924.08	7311	\$52,081.32
3	2311	\$ 7.40	\$17,101.40	2461	\$ 7.45	\$ 18,334.45	2685	\$ 7.55	\$ 20,271.75	7457	\$55,707.60
4	2358	\$ 7.40	\$17,449.20	2509	\$ 7.45	\$ 18,692.05	2739	\$ 7.55	\$ 20,679.45	7606	\$56,820.70
5	2405	\$ 7.40	\$17,797.00	2560	\$ 7.45	\$ 19,072.00	2793	\$ 7.55	\$ 21,087.15	7758	\$57,956.15
Totales	11562		\$83,943.12	12309		\$ 90,172.77	13429		\$ 99,512.63	37300	\$ 273,628.52

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

10.2 Presupuesto de Gastos de Administración Proyectados para el Restaurante

Comprende aquellos gastos que son necesarios para las operaciones diarias del negocio, tales como salarios, pago de alquiler de local, agua, energía eléctrica, servicio de internet, entre otros que se detallan a continuación:

Cuadro N° 48 Presupuesto de Gastos de Administración Proyectados Años 1-5

Gastos de Administración					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Monto \$	Monto \$	Monto \$	Monto \$	Monto \$
Salarios	\$10,918.96	\$10,918.96	\$12,387.42	\$12,387.42	\$12,387.42
Agua	\$480.00	\$480.00	\$504.00	\$504.00	\$504.00
Energía Eléctrica	\$720.00	\$720.00	\$756.00	\$756.00	\$756.00
Alquiler	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,300.00	\$3,300.00	\$3,300.00
Papelería	\$100.00	\$100.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00
Depreciación	\$913.37	\$913.36	\$667.87	\$667.87	\$667.82
Utensilios de cocina	\$820.37	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Impuestos	\$120.00	\$120.00	\$122.40	\$122.40	\$122.40
Telefonía e internet	\$132.00	\$132.00	\$138.60	\$138.60	\$138.60
Total	\$17,204.70	\$16,484.32	\$18,051.29	\$18,051.29	\$18,051.24

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

10.3 Presupuesto de Gastos de Venta Proyectados para el Restaurante

Constituye los gastos que tendrán relación directa con la promoción en este se incluyen el programa de cliente frecuente, para la publicidad se necesitaran elaborar hojas volantes, afiches, entre otros, resume las salidas de dinero para la realización y desarrollo de las ventas.

Cuadro N° 49 Presupuesto de Gastos de Venta Proyectados para los Años 1-5

Gastos de Venta					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Monto \$	Monto \$	Monto \$	Monto \$	Monto \$
Salarios	\$7,153.31	\$7,153.31	\$8,613.68	\$8,613.68	\$8,613.68
Tarjetas	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
Sellos	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00
Afiches	\$225.00	\$225.00	\$170.00	\$170.00	\$170.00
Hojas Volantes	\$185.00	\$185.00	\$130.00	\$130.00	\$130.00
Combustibles	\$200.00	\$200.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Regalias	\$175.88	\$175.88	\$123.50	\$123.50	\$123.50
Empaques	\$112.50	\$112.50	\$166.75	\$166.75	\$166.75
Total	\$8,115.69	\$8,115.69	\$9,567.93	\$9,567.93	\$9,567.93

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

10.4 Presupuesto de Compra de Materia Prima para el Restaurante.

En los siguientes cuadros se presentan los costos en que se incurrirá para la producción de cada menú durante 5 años, tales valores de materia prima a comprar incluyen el impuesto al valor agregado (IVA del 13%).

Cuadro N° 50 Presupuesto de Compra de Materia Prima para los años 1-5

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA						
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Material directo para la elaboración de los menú.	\$8,523.05	\$8,695.60	\$9,012.76	\$9,262.88	\$9,445.78	\$44,940.06

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Para conocer el desglose de los costos unitarios y cantidades necesarias para la elaboración de todos los platillos durante los 5 años, ver en el Anexo N°23 Requerimiento de Materia Prima.

11. Estados Financieros Pro-Forma para el Restaurante

Estos permiten visualizar a los dirigentes de negocios el resultado de forma cuantitativa la ejecución de los planes así como prever situaciones que puedan darse en futuro y la toma de decisión en cuanto al estado económico y financiero de la empresa.

11.1 Flujo de Caja Proyectado para el Restaurante

Por medio de este se puede observar todos los ingresos y egresos de efectivo realizado en los cinco años del negocio el cual implica el efectivo inicial, ingresos por venta, compra de maquinaria, pago de mano de obra,

impuestos, gastos de publicidad etc. El resultado del flujo permitió conocer la liquidez del negocio dado que el resultado es positivo indica que los ingresos son mayores que las erogaciones y la disponibilidad de efectivo para inversiones futuras.

Cuadro N° 51 Flujo de Caja Proyectado

"Restaurante Sin Frontera"					
Flujo de Caja Proyectado (Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América)					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo al Inicio del Año:	\$ 12,700.00	\$ 24,056.46	\$ 37,225.29	\$ 50,266.94	\$ 64,014.08
Ingreso por Ventas	\$ 51,062.75	\$ 52,081.32	\$ 55,707.60	\$ 56,820.70	\$ 57,956.15
Total Efectivo Disponible	\$ 63,762.75	\$ 76,137.78	\$ 92,932.89	\$ 107,087.64	\$ 121,970.23
Menos Erogaciones:					
Compra de Activos	\$ 3,830.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de Materias Primas	\$ 8,523.05	\$ 8,695.60	\$ 9,012.76	\$ 9,262.88	\$ 9,445.78
Gastos de Administración	\$ 17,204.70	\$ 16,484.33	\$ 18,051.29	\$ 18,051.29	\$ 18,051.23
Gastos de Ventas	\$ 8,115.69	\$ 8,115.69	\$ 9,567.93	\$ 9,567.93	\$ 9,567.93
Pago de Impuestos	\$ -	\$ 3,584.31	\$ 4,001.41	\$ 4,158.91	\$ 4,395.99
Gastos Financieros	\$ 889.54	\$ 661.98	\$ 519.96	\$ 363.23	\$ 190.26
Pago de Préstamo Bancario	\$ 1,143.02	\$ 1,370.58	\$ 1,512.60	\$ 1,669.33	\$ 2,004.46
Total de Egresos	\$ 39,706.29	\$ 38,912.50	\$ 42,665.95	\$ 43,073.57	\$ 43,655.65
Flujo de Caja	\$ 24,056.46	\$ 37,225.29	\$ 50,266.94	\$ 64,014.08	\$ 78,314.57

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

11.2 Estado de Resultado Proyectado

Muestra la situación económica de la empresa en un periodo establecido. Al elaborar el estado de resultado para cinco años del restaurante, se observa un nivel de ventas constante y en crecimiento en cada periodo, al deducir los costos operativos y legales que se incurren para el logro de estas se obtiene un resultado positivo que se transforma en un beneficio, ganancias a distribuir al final del ejercicio para los socios, así como pensar en invertir en mejorar el negocio

Cuadro N° 52 Estado de Resultados Proyecto para el Restaurante

"Restaurante Sin Frontera"											
Estado de Resultados Proyectados correspondiente a 5 años.											
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América											
Concepto		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Ingresos		\$ 51,062.75		\$ 52,081.32		\$ 55,707.60		\$ 56,820.70		\$ 57,956.15
	Ventas	\$ 51,062.75		\$ 52,081.32		\$ 55,707.60		\$ 56,820.70		\$ 57,956.15	
(-)	Costo de venta	\$ 8,523.05		\$ 8,695.60		\$ 9,012.76		\$ 9,262.88		\$ 9,445.78	
=	Utilidad bruta		\$ 42,539.70		\$ 43,385.72		\$ 46,694.84		\$ 47,557.82		\$ 48,510.37
-	Gastos de Operación		\$ 27,123.30		\$ 26,175.36		\$ 28,807.05		\$ 28,650.32		\$ 28,477.24
	Gastos Administrativos	\$ 17,204.70		\$ 16,484.33		\$ 18,051.29		\$ 18,051.29		\$ 18,051.23	
	Gastos Financieros	\$ 889.54		\$ 661.98		\$ 519.96		\$ 363.23		\$ 190.26	
	Gastos de Venta	\$ 8,115.69		\$ 8,115.69		\$ 9,567.93		\$ 9,567.93		\$ 9,567.93	
	Depreciaciones	\$ 913.37		\$ 913.36		\$ 667.87		\$ 667.87		\$ 667.82	
=	Utilidad de Operación		\$ 15,416.40		\$ 17,210.36		\$ 17,887.79		\$ 18,907.50		\$ 20,033.13
-	Reserva Legal (7 %)		\$ 1,079.15		\$ 1,204.73		\$ 1,252.15		\$ 1,323.53		\$ 1,402.32
=	Utilidad Antes de Impuesto sobre la Renta		\$ 14,337.25		\$ 16,005.63		\$ 16,635.65		\$ 17,583.98		\$ 18,630.81
-	Impuesto sobre la Renta		\$ 3,584.31		\$ 4,001.41		\$ 4,158.91		\$ 4,395.99		\$ 4,657.70
=	Utilidad Neta		\$ 10,752.94		\$ 12,004.22		\$ 12,476.74		\$ 13,187.98		\$ 13,973.11

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

11.3 Balance General Proyectado para el Restaurante

Detalla la situación financiera de la empresa, con la elaboración del balance queda demostrado que el comportamiento de los activos y patrimonio en cinco años crecerían y los pasivos disminuirían concluyendo que la inversión se recupera y se pueden cubrir las obligaciones subsistiendo por sí mismo el negocio.

Cuadro N° 53 Balance General Proyectado para el Restaurante

"RestauranteSin Frontera"					
Balance General Proyectado para 5 años.					
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Efectivo y Equivalentes	\$ 24,056.46	\$ 37,225.29	\$ 50,266.93	\$ 64,014.08	\$ 78,314.57
Total Activo Corriente	\$ 24,056.46	\$ 37,225.29	\$ 50,266.93	\$ 64,014.08	\$ 78,314.57
Activos No Corrientes					
Maquinaria y Equipo	\$ 3,830.29	\$ 2,916.92	\$ 2,003.56	\$ 1,335.69	\$ 667.82
Depreciación Acumulada de Maq. y Equip	\$ 913.37	\$ 913.36	\$ 667.87	\$ 667.87	\$ 667.82
Total Activo No Corriente	\$ 2,916.92	\$ 2,003.56	\$ 1,335.69	\$ 667.82	\$ -
Total Activos	\$ 26,973.38	\$ 39,228.85	\$ 51,602.62	\$ 64,681.90	\$ 78,314.57
PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Cuentas por pagar	\$ 6,556.97	\$ 5,186.39	\$ 3,673.80	\$ 2,004.47	\$ -
Impuesto por Pagar	\$ 3,584.32	\$ 4,001.42	\$ 4,158.90	\$ 4,395.99	\$ 4,657.71
Total Pasivo Corriente	\$ 10,141.29	\$ 9,187.81	\$ 7,832.70	\$ 6,400.46	\$ 4,657.71
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Reserva Legal	\$ 1,079.15	\$ 2,283.87	\$ 3,536.02	\$ 4,859.54	\$ 6,261.86
Utilidad de Presente Ejercicio	\$ 10,752.94	\$ 22,757.17	\$ 35,233.90	\$ 48,421.89	\$ 62,395.00
Total Patrimonio	\$ 16,832.09	\$ 30,041.04	\$ 43,769.92	\$ 58,281.43	\$ 73,656.86
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 26,973.38	\$ 39,228.85	\$ 51,602.62	\$ 64,681.90	\$ 78,314.57

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

G. EVALUACIÓN FINANCIERA

Tiene como finalidad determinar la rentabilidad de la implantación de un restaurante de comida tipo española con características de miniporciones, mediante la utilización de indicadores económicos para simular el desempeño futuro de una empresa de este tipo, entre estos tenemos:

1. Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)

Representa la mínima cantidad de rendimiento que los socios estarían dispuestos a recibir por arriesgarse a colocar en el proyecto su dinero. Esta ha sido calculada considerando la tasa de inflación estimada en el país para el año próximo, ya que al tomarla como parámetro se asegura que el capital invertido no perderá su valor adquisitivo.

Debido a que existen dos fuentes posibles de financiamiento para el proyecto, existen 2 tasas mínimas atractivas de rendimiento, una de la institución financiera y la otra del socio o inversionista, esto representa en promedio el costo de la inversión para la empresa ya sea con fondos propios o ajenos, los montos correspondientes se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 54 Detalle de aporte para la inversión inicial en dólares y porcentaje.

Detalle	Monto en Dólares	Equivalente en Porcentaje %
Aporte Inversionistas	\$5,000	39%
Aporte Préstamo Bancario	\$7,700	61%
Total	\$12,700	100%

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Combinando ambas mediante la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = I + R + (I * R)$$

Dónde:

I = Tasa de Inflación

R = Premio al Riesgo

La tasa mínima de rendimiento de la institución financiera corresponde a la tasa de interés vigente bajo la cual se realizará el préstamo, siendo el 12.61%. Para determinar la tasa del inversionista para el presente estudio se considera la tasa de inflación estimada de 2.0% para el año 2016 tomando como referencia un promedio de los últimos resultados del Banco Mundial de los años 2010 al 2014, y para la asignación del premio al riesgo se considera como criterio un 10% que constituye una ganancia adicional sobre la inflación.

De acuerdo a lo anteriormente planteado se obtiene la tasa mínima de rendimiento siguiente:

$$\text{TMAR} = 2.0\% + 10.0\% + (2.0 * 10.0) = 32\%$$

TMAR = 32.00% del inversionista

La TMAR del Banco corresponde 12.61%

Para el cálculo de la TMAR ponderada que represente el rendimiento generado por el capital propio y la deuda adquirida, se parte del porcentaje de aportación de cada uno de ellos, el que corresponde a un 39% y 61.00%.

Por lo que la tasa mínima atractiva de rendimiento es:

$$\text{Capital Propio: } 0.39 \times 0.32 = 0.1248 = 12.48$$

$$\text{Deuda: } 0.61 \times 0.1261 = 0.076921 = 7.6921$$

Obteniendo una tasa mínima atractiva de rendimiento del **20.17%**.

Para obtener el cálculo de la VAN y TIR se elabora el flujo de efectivo neto por año que se presenta a continuación:

Cuadro N° 55 Flujo de Efectivo Proyectado para el Restaurante.

"Restaurante Sin Fronteras"							
Flujo de Efectivo Proyectado a 5 años.							
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América							
Concepto	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	INGRESOS		\$ 51,062.75	\$ 52,081.32	\$ 55,707.60	\$ 56,820.70	\$ 57,956.15
(-)	Costo de venta		\$ 8,523.05	\$ 8,695.60	\$ 9,012.76	\$ 9,262.88	\$ 9,445.78
=	Utilidad bruta		\$ 42,539.70	\$ 43,385.72	\$ 46,694.84	\$ 47,557.82	\$ 48,510.37
-	Gastos de Operación		\$ 27,123.30	\$ 26,175.35	\$ 28,807.05	\$ 28,650.32	\$ 28,477.24
	Gastos Administrativos		\$ 17,204.70	\$ 16,484.32	\$ 18,051.29	\$ 18,051.29	\$ 18,051.23
	Gastos Financieros		\$ 889.54	\$ 661.98	\$ 519.96	\$ 363.23	\$ 190.26
	Gastos de Venta		\$ 8,115.69	\$ 8,115.69	\$ 9,567.93	\$ 9,567.93	\$ 9,567.93
	Depreciaciones		\$ 913.37	\$ 913.36	\$ 667.87	\$ 667.87	\$ 667.82
=	Utilidad de Operación		\$ 15,416.40	\$ 17,210.37	\$ 17,887.79	\$ 18,907.50	\$ 20,033.13
-	Reserva Legal (7 %)		\$ 1,079.15	\$ 1,204.73	\$ 1,252.15	\$ 1,323.53	\$ 1,402.32
=	Utilidad Antes de Impuesto sobre la Renta		\$ 14,337.25	\$ 16,005.64	\$ 16,635.65	\$ 17,583.98	\$ 18,630.81
-	Impuesto sobre la Renta		\$ 3,584.31	\$ 4,001.41	\$ 4,158.91	\$ 4,395.99	\$ 4,657.70
=	Utilidad Neta		\$ 10,752.94	\$ 12,004.23	\$ 12,476.74	\$ 13,187.98	\$ 13,973.11
(+)	Depreciaciones		\$ 913.37	\$ 913.36	\$ 667.87	\$ 667.87	\$ 667.82
=	Flujo Neto Operativo		\$ 11,666.31	\$ 12,917.59	\$ 13,144.61	\$ 13,855.85	\$ 14,640.93
-	Inversión Inicial	\$ 12,700.00					
=	Flujo Neto sin desecho	-\$ 12,700.00	\$ 11,666.31	\$ 12,917.59	\$ 13,144.61	\$ 13,855.85	\$ 14,640.93
	Capital Propio	\$ 5,000.00					
	Préstamo Banco	\$ 7,700.00					
-	Amortización de Préstamo		\$ 1,143.02	\$ 1,370.58	\$ 1,512.61	\$ 1,669.33	\$ 2,004.46
=	Flujo de Efectivo		\$ 10,523.29	\$ 11,547.01	\$ 11,632.00	\$ 12,186.52	\$ 12,636.47

Fuente: Elaboración por el equipo de investigación.

Quedando los flujos de efectivo anuales de la siguiente manera:

-FE	FE1	FE2	FE3	FE4	FE5
(12700.00)	\$ 10,523.29	\$ 11,547.01	\$ 11,632.00	\$ 12,186.52	\$ 12,636.47

2. Valor Actual Neto (VAN)

El análisis del valor actual neto da como criterio de decisión una comparación entre los ingresos y gastos que se han tenido a través del período de análisis, los traslada hacia el año de inicio del proyecto, siendo el criterio de decisión el siguiente:

- Si el VAN es positivo, ($VAN > 0$); el Proyecto se acepta.
- Si el VAN es cero, la rentabilidad será igual a la tasa de rechazo, por lo tanto un proyecto con un VAN positivo o igual a cero, puede considerarse aceptable.

$$VAN = 0$$

- Si el VAN es negativo, la rentabilidad está por debajo de la tasa de rechazo y el proyecto debe rechazarse $VAN < 0$

Para el cálculo del valor actual neto, se utilizan los flujos netos de efectivo y la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + FNE1 / (1 + r)^1 + FNE2 / (1+r)^2 + \dots + FNE_n / (1 + r)^n$$

Dónde:

I_0 = Inversión inicial

FNE = Flujo Neto de Efectivo

r = Tasa de rentabilidad mínima aceptable: 20.17%

$$\text{VAN} = -\$12,700 + \$10,523.29 / (1 + 0.2017)^1 + \$11,547.01 / (1 + 0.2017)^2 + \$11,632.00 / (1 + 0.2017)^3 + \$12,186.52 / (1 + 0.2017)^4 + \$12,636.47 / (1 + 0.2017)^5 = \mathbf{\$21,642.47}$$

En el siguiente cuadro se detalla el cálculo que se realizó:

Cuadro N° 56 Cálculo del Valor Actual Neto

Valor Actual Neto del Proyecto (TMAR DE 20.17%)		
Año	Flujo de Efectivo	VAN por cada Año
0	(\$12,700.00)	(\$12,700.00)
1	\$10,523.29	\$8,757.00
2	\$11,547.01	\$7,996.09
3	\$11,632.00	\$6,702.95
4	\$12,186.52	\$5,843.80
5	\$12,636.47	\$5,042.49
VAN		\$21,642.33

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Si se toma el criterio del VAN, la apertura de un nuevo restaurante en Antiguo Cuscatlán es conveniente realizarlo debido a que su valor es mayor que “cero” en consecuencia, el proyecto será aceptable.

3. Tasa Interna de Retorno

Corresponde a aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea exactamente igual a cero, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{VAN} = -\text{FE}_0 + \frac{\text{FE}_1}{(1+r)^1} + \frac{\text{FE}_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{FE}_n}{(1+r)^n} = 0$$

Dónde:

-FE0 = Inversión Inicial

FNE1 = Flujo de efectivo en el año 1.

FNE2 = Flujo de efectivo en el año 2.

FNE3 = Flujo de efectivo en el año 3.

FNE_n = Flujo de efectivo en el año n

I = Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = \text{VAN} = -\$12,700 + \$10,523.29 / (1 + 0.8371)^1 + \$11,547.01 / (1 + 0.8371)^2 + \$11,632.00 / (1 + 0.8371)^3 + \$12,186.52 / (1 + 0.8371)^4 + \$12,636.47 / (1 + 0.8371)^5 = 0$$

Cuadro N°57 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno del Restaurante.

Tasa Interna de Retorno del Proyecto para la apertura de un Restaurante		
Año	Flujo de Efectivo	VAN evaluado a una TIR de 82.75%
0	(\$12,700.00)	(\$12,700.00)
1	\$10,523.29	\$5,728.29
2	\$11,547.01	\$3,421.49
3	\$11,632.00	\$1,876.27
4	\$12,186.52	\$1,069.96
5	\$12,636.47	\$603.99
TIR=83.71		\$0.00

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Usando como criterio la TIR, el proyecto es conveniente ya que la tasa de retorno que posee (83.71%) es mayor que la tasa mínima de rendimiento (20.17%); por tanto el proyecto se debe aceptar puesto que demuestra generar ingresos superiores.

4. Periodo de Recuperación de la Inversión.

Dará a conocer el tiempo exacto en que se espera recobrar la inversión inicial efectuada, este se realizará mediante el método de recuperación descontado utilizando los flujos netos de efectivo divididos con la tasa de descuento anteriormente usada. A continuación se detallan los cálculos realizados:

Cuadro N° 58 Cálculo para la obtención del Período de Recuperación para el Restaurante.

Periodo de Recuperacion del Proyecto Descontado con una tasa de descuento del 20.17%			
Año	Monto del Flujo de Efectivo	Fen/(1+TMAR)	Monto Faltante de
0	(\$12,700.00)	(\$12,700.00)	(\$12,700.00)
1	\$10,523.29	\$8,757.00	\$3,943.00
2	\$11,547.01	\$9,608.89	\$3,091.11
3	\$11,632.00	\$9,679.62	\$3,020.38
4	\$12,186.52	\$10,141.06	\$2,558.94
5	\$12,636.47	-	-
PER		4.3 Años	

Fuente: Elaborado por el equipo investigador.

Si en 12 meses se recuperan \$10141.06, se procederá a calcular los meses que se requieren para recuperar \$2558.94 que es el monto faltante.

Para encontrar el valor de tiempo de recuperación:

$$x = (12 \times \$2558.94) / \$10,141.06 = 3.03 \text{ meses}$$

Por tanto, el desembolso de \$12,700 se recupera en 4 años y 3.03 meses, equivaliendo exactamente a 4 años con 3 meses. Se logra recuperar la cantidad desembolsada inicialmente por lo que se trata de una inversión efectuable según el plazo de recuperación descontado.

H. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Se presenta como una guía a seguir para la puesta en marcha del proyecto, comprende una serie de pasos y aspectos a cumplir los cuales son necesarios para iniciar operaciones, agregado a ello se ha elaborado un cronograma de actividades a realizar en el proceso de Implementación.

Además, en esta etapa se tiene planificado programar una cita con los socios en la cual se realizará la presentación del trabajo de investigación así como la propuesta elaborada para la apertura del restaurante en el municipio sugerido, dicha reunión pretenderá proporcionar la información que oriente a tomar la decisión respecto a iniciar operaciones en dicho rubro.

El plan de implementación ha sido dividido en recursos técnicos, económico, humano; en estas se describen a continuación las actividades a realizar para lograr los resultados esperados.

1. Parte Técnica

En la parte técnica se detallan todas aquellas actividades que se deben realizar para la legalización del negocio; así como la logística básica para la apertura del negocio.

1.1 Ámbito Legal

Para que la empresa funcione de manera reglamentaria deberá cumplir ciertos lineamientos amparados con formularios y otros documentos estipulados por ciertas instituciones.

1.1.1 Pasos para Legalizar el Restaurante

A continuación se describe en forma breve los pasos a realizar:

1. Obtener Número de Identificación Tributaria (NIT) y Número de Registro de IVA en Ministerio de Hacienda:

- a) Tramitar el número de identificación tributaria mediante el formulario F210 (Ver Anexo N°24).
- b) Solicitar el número de registro de IVA, llenando el formulario proporcionado por el Ministerio de Hacienda de El Salvador.

2. Alcaldía Municipal de Antigua Cuscatlán.

- a) Presentar carta petición solicitando apertura de cuenta en donde se informe y anexe lo siguiente:
 - Nombre, giro, dirección y teléfono de la empresa
 - Nombre del representante legal o propietario
 - Fecha de inicio de operaciones en el municipio
 - Escritura de constitución de la sociedad (fotocopia)
 - Balance inicial de operaciones (original y auditado)
 - Fotocopia del DUI y N.I.T del representante legal o propietario
 - Fotocopia de la solvencia del inmueble y/o fotocopia de la escritura de arrendamiento del inmueble.
 - Fotocopia del N.I.T. y registro del IVA de la empresa o negocio.

b) Obtención de la Solvencia Municipal: Se obtendrá anexando los siguientes documentos:

- Las vialidades pagadas
- Declaración jurada.
- Recibo de pago de transacción de impuesto municipal. Cancelar el 0.1% por el valor del capital social inicial. (Ver Formulario de Tramites Empresariales Anexo N° 25).

3. Matricula de Comercio y Establecimiento en el Centro Nacional de Registros:

Esta se solicitará anexando lo siguiente:

- Presentar y pagar escrito de inscripción, según el artículo 63 de la Ley de Registro de Comercio las empresas cancelarán de acuerdo al total de activos, para el caso del restaurante se ubicará en el siguiente rango de \$ 2,000.00 hasta \$ 57,150.00 lo que equivaldrá el valor a pagar de \$ 91.43. (Ver Anexo N° 26 Modelo de Solicitud de Matrícula de Empresa).
- Presentar recibo de pago de los derechos de inscripción en la Alcaldía Municipal del domicilio de la sociedad.
- Presentar solvencia de inscripción en la DIGESTYC.
- Presentar Balance General inicial, firmado y sellado por Contador Público.
- Inscripción del Balance Inicial, el costo es de \$ 17.14

4. Legalización de Sistema y libros Contables

Este se adquirirá presentando:

- Solicitud debidamente autenticada ante el notario y el licenciado en Contaduría Pública anexando la siguiente documentación: (Ver Anexo No. 27)
- Copia de la descripción del sistema contable.
- Copia del recibo de pago de los derechos de matrícula de comercio.
- Copia de NIT, DUI
- Copia de número de registro de IVA.
- Copia de constancia de recepción de matrículas en el CNR.
- Libros u hojas a legalizar. Los honorarios por la legalización de los libros se pactarán con el Licenciado en Contaduría pública.

5. Inscripción de Empresa en el ISSS.

En las oficinas administrativas del ISSS se retira el formulario de inscripción de patrono o empresa, (Ver Anexo No. 28).

6. Inscripción de la Empresa en una Administradora de Pensiones o AFP.

Se completará el formulario de inscripción de la empresa con la administradora del fondo de pensiones que se estime seleccionar. (Ver Anexo No. 29).

7. Inscripción en el Ministerio de Trabajo.

Inscripción de contratos de trabajo, cada vez que se emplea a un nuevo trabajador se deberá elaborar un contrato de trabajo, el cual debe inscribirse en dicha institución, ver formulario de solicitud en el Anexo N° 30.

5. Trámites en Ministerio de Salud.

En esta instancia se realiza la solicitud para Registro Sanitario además del Permiso de Instalación y Funcionamiento (Ver Anexos N°31 y 32), dichas gestiones son sometidas a evaluación según tablas de especificación fijadas

por dicho Ministerio (Ver Anexo N°33) y son calificados mediante una Ficha de Evaluación (Ver Anexo 34)

1.2 Logística para la apertura del restaurante

- a) Realizar contrato de arrendamiento de local que se encuentre ubicado en los alrededores del parque central de Antigua Cuscatlán.
- b) Adquisición del equipo y maquinaria propuesta a utilizar necesaria para el funcionamiento.
- c) Renovación y acomodación de las instalaciones: En este paso se debe llevar a cabo la remodelación y adaptación del local para el funcionamiento del restaurante.
- d) Elaboración de afiches, hojas volantes, tarjetas de cliente frecuente y todo lo propuesto para el plan de marketing.
- e) Realización de campaña publicitaria.

2. Recurso Humano

Es parte fundamental en toda organización, particularmente para el funcionamiento del restaurante por tratarse de un proyecto de emprendimiento familiar se contratarán bajo los siguientes roles a 5 personas del núcleo familiar, cada uno bajo los siguientes cargos de los cuales se provee de un manual de descripción de puestos que facilite futuras contrataciones, (Ver Anexo N°35).

Gerente

- Se asegurará de que se cumplan los niveles de calidad de alimentos y el buen servicio que provea el personal a los clientes.

- Supervisará los presupuestos para controlar los gastos.
- Proveerá la información que solicite el contador, tales como pagos, impuestos y estados financieros.
- Se asegurará de que las actividades financieras hayan sido pagadas.
- Desarrollará actividades específicas de compra de insumos.
- Organizará y gestionará eventos dentro y fuera del restaurante.
- Delegará y asignará diversas tareas del personal a su cargo.

Cocinero

- Velará por que todas las operaciones y procedimientos de manipulación, selección de ingredientes para la preparación de alimentos se realicen bajo estándares de higiene adecuadas.
- Distribuirá las áreas de almacenamiento, los métodos de procesamiento y de elaboración de los alimentos.
- Responsable de seleccionar elementos que provean diversidad y puedan satisfacer los paladares de sus clientes.
- Controlará las existencias e informará al gerente cuando se necesite hacer más pedidos.

Ayudante de Cocina

- Ordenar los elementos de la cocina hasta tareas como pelar, cortar, guardar, conservar en las respectivas áreas de almacenamiento los insumos.
- Mantendrá las condiciones de limpieza, uso correcto de utensilios y accesorios propios del área tales como horno, refrigerador, sartenes, etc.

- Ayudará al cocinero a preparar los alimentos.

Mesero

- Recibir y ofrecer un lugar dónde sentar a los clientes que ingresen al local.
- Estará atento a que los clientes estén bien periódicamente para tomar órdenes adicionales.
- Será conocedor del menú del restaurante para poder responder cualquier pregunta que los clientes tengan sobre los platillos que se ofrecen.
- Dará información sobre cualquier oferta especial vigente.
- Tomará la orden de las mesas y entregará las peticiones de los clientes a la cocina, de manera escrita así como al área de caja.
- Mantendrá la limpieza de mesas y pisos de la zona del comedor y baños.

Cajero

- Realizará diariamente la conciliación de los registros para asegurar que todos los movimientos de la caja cuadren correctamente.
- Procesará los pagos de los clientes.
- Proveer al cliente de un tiket o factura si es solicitada.
- Antes de abrir su caja, asegurarse que el Gerente otorgue el dinero completo para su caja.

Para que todos los colaboradores del restaurante tengan pleno conocimiento de los cuidados en el uso de las materias primas y mantener el local en óptimas

condiciones se proporcionará un Manual para la Manipulación de Alimentos para personal del Restaurante (Ver Anexo N°36) y se darán a conocer las respectivas Normas de Higiene y Manual de Procedimientos para la preparación de los Platos (Ver Anexo N°36).

También se propone que se impartan capacitaciones al personal para que aprendan la preparación de los alimentos que ofertará el restaurante y tengan el compromiso respecto a la manipulación higiénica de los alimentos, el detalle del cronograma de capacitación se observa en el Anexo N° 39.

3. Recurso Económico

La administración de los recursos económicos en los negocios es de vital importancia, desde elaborar controles de calidad, registros que comprueban los desembolsos o inversión de efectivo, es por ello que se deben seguir los siguientes pasos al momento de la puesta en marcha del restaurante.

Lo correspondiente a la Inversión inicial que requiere el restaurante se detalla de manera que se adquiera el equipo para el funcionamiento y que cubra gastos operativos e imprevistos para los primeros tres meses según el siguiente detalle:

Inversión Inicial:

\$7,860.87	Gastos Operativos 3 Meses
\$4,650.66	Maquinaria y Equipo
\$188.47	Imprevistos
\$12,700.00	INVERSIÓN INICIAL

Elaborado por el equipo investigador.

Además de realizar las siguientes actividades:

- a) Apertura de una cuenta corriente donde se controle el efectivo y desembolso realizado correspondiente al giro del negocio. El monto de inversión inicial a contar se proyecta que será de \$12,700 incluyéndose la aportación de socios y préstamo bancario.
- b) Como parte del control interno cada cheque debe contener mínimo dos firmas tomando en cuenta a los socios o apoderados de la cuenta.
- c) Al momento de la adquisición de los equipos apegarse al presupuesto elaborado previamente.
- d) Todas las transacciones deberán llevar un registro y comprobante legal que acredite y de fé de la misma.
- e) Establecer un registro contable formal de las transacciones.

I. Cierre del Capítulo

En este capítulo se elaboró la propuesta de factibilidad técnico económica para la apertura de un restaurante en el municipio de Antiguo Cuscatlán, en donde se plantean las diferentes etapas del proyecto, partiendo del análisis de mercado y la elaboración de estrategias a implementar, seguido de ello el estudio técnico en donde se presentan los requerimientos de equipo y materiales, la organización del recurso humano, entre otros aspectos; finalmente la propuesta en el área económica como indicador cuantitativo y la evaluación financiera para determinar su viabilidad.

J. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Amaru Maximiliano, Antonio Administración para Emprendedores, Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. Prentice Hall México, 2008.
- Armendáriz Sanz, José Luis, Seguridad e Higiene en la Manipulación de Alimentos Segunda Edición, Editorial Paraninfo.2012, Madrid España.
- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos Cuarta Edición Editorial McGraw Hill, México 2001
- Balbino Cañas, Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de proyectos. Cuarta edición, El Salvador, 2006.
- Cañas Martínez, Balbino Sebastián, Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos.
- Cooper, Brian Floody, Gina McNeill. “Cómo iniciar y administrar un restaurante”. Bogotá, Colombia. Editorial Norma (2002).Pág. 9-11.
- Córdoba Padilla, Manuel. Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Ecoe, Colombia 2006
- Elbar Ramírez y Margot Cajigas, Proyectos de Inversión Competitivos, Colombia, Universidad Nacional ,Primera Edición 2004
- Fernández Espinoza, Saúl, Los Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Tecnológica de Costa Rica 2007.
- Fred R. David Conceptos de Administración Estratégica, Novena Edición, Pearson Educación, México 2003
- Herrera, Fabio, Fundamentos de análisis económico Ediciones CATIE Costa Rica, 1994.
- Horngren Charles T, Datar Srikant M, Foster George, Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial, Pearson Educación, México 2007

- Jiménez Boulange, Francisco Javier , Ingeniería Económica Editorial Tecnológica de Costa Rica, Primera Edición 2007..
- Kotler, Philip, Keller Kevin Lane Dirección de Marketing, Duodécima Edición, Pearson Educación, México 2006.
- López, Armando Franco, Administración de la Empresa Restaurantera. Editorial Trillas. 1ª Edición. México, 2004.
- Munuera Alemán, José Luis, Rodríguez Ana Isabel, Estrategias de Marketing, Editorial ESIC, Madrid España, 2007.
- Rosales, Ramón, La Formulación y Evaluación de Proyectos Editorial Universidad Estatal a Distancia San José Costa Rica 2007.
- Sanchis, Joan Ramón, Ribeiro Soriano, Domingo. Creación y Dirección de PYMES, Ediciones Díaz de Santos, 1999 Madrid, España
- Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain Reinaldo "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Cuarta Edición (2000).
- Sapag Chain, Nassir "Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación" Editorial McGraw-Hill México Segunda Edición 2011.
- Van Horne, James C y Wachowicz, John Jr Fundamentos de Administración Financiera, Pearson Educación, México, Undécima Edición 2002.

TRABAJOS DE GRADUACIÓN

- Arias Ramírez, Oscar Alejandro. "Programa de emprendedurismo juvenil con perfil cultural para el proyecto ESARTES de la Asociación de Arte para el Desarrollo de la Industria Cultural en el Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán". Documento de Graduación para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas, Universidad de El Salvador Junio 2011. Págs. 17-18.

- Avendaño Panameño, Danilo Luis Trabajo de Grado para optar al Título de Ingeniero Industrial –Universidad de El Salvador, Agosto 2013.
- Díaz Torres, Santiago ,Análisis de Factibilidad de un Proyecto de Software, , 2009.
- Modelo de Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria basado en ISO 22000:2005 para las PYMES del rubro de restaurantes de El Salvador."
- Reyes Castro, Arturo Efraín. "Outsourcing como un modelo alternativo de gestión gerencial para restaurantes de la mediana empresa en la zona metropolitana de San Salvador" Documento de graduación para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas Universidad Dr. José Matías Delgado, Abril de 2009.

LEYES

- Código de Comercio República de El Salvador. D.L. N°648, del 12 de Junio del 2008, publicado en el D.O. N° 120 Tomo 379, del 27 de Junio de 2008.
- Código de Salud. República de El Salvador. D.L. N° 955, del 28 de abril de 1988, publicado en el D.O. N° 86, Tomo 299, del 11 de Mayo de 1988.
- Norma Salvadoreña de Restaurantes y Establecimientos Gastronómicos Similares NSR 03.56.01:08 editada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), El Salvador 2010.
- Normas Técnicas Sanitarias para la Autorización y Control de Establecimientos Alimentarios. Publicado en el D.O. Acuerdo N° 150, Tomo 398, del 8 de febrero del 2013.

ARTÍCULOS

- González Rabanal, José Manuel, Ayudantes de Cocina. Editorial Mad S.L Tercera Edición, España, Julio 2003.
- Banco Central de Reserva de El Salvador Boletín Económico -2014
- García González, Ana, Los nuevos emprendedores: creación de empresas en el siglo XXI, Publicaciones Ediciones de la Universidad de Barcelona, 2005.

SITIOS WEB

- Alcaldía Municipal de Antiguo Cuscatlán.
http://www.antiguocuscatlan.gob.sv/antiguo.php?id_contenido=2
- Cursos Mailxmail.com
<http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/origen-definicion-presentacion-restaurantes>.
- Definición en deConceptos.com
<http://deconceptos.com/general/estudio#ixzz3DES3x7eX>
- Marketing para todos.com
<http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/>
- Organización Panamericana de la Salud El Salvador www.paho.org/els/
- Proemprender.blog.terra.com
<http://proemprender.blog.terra.com.ar/2008/09/01/definicionemprenderconcepto-emprender/>
- Sitio Universidad Nacional Colombia
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/fuentes1.htm>
- Sitio Web Google Maps.com
- Wikipedia la Enciclopedia Libre <http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>.

OTROS

- Ordenanza Reguladora del Funcionamiento de Restaurantes, Bares, Clubes Nocturno y otros establecimientos –Ordenanza Municipal Antigua Cuscatlán.
- Ordenanza Reguladora de la Actividad de Comercialización y Consumo de Bebidas Alcohólicas–Ordenanza Municipal Antigua Cuscatlán.

ANEXOS

Anexo N° 1 Población Ocupada Según División de Actividad Económica en El Salvador.

EL SALVADOR				
POBLACIÓN OCUPADA DE 16 AÑOS Y MÁS POR SEXO, SEGÚN DIVISIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA Y ÁREA DE RESIDENCIA. CENSO 2007.				
ÁREA Y CIUU	DIVISIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	POBLACIÓN OCUPADA DE 16 AÑOS Y MÁS		
		TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL		1,727,154	1,047,524	679,630
01	Agricultura, Ganadería y Caza	275,456	251,960	23,496
02	Silvicultura, Extracción de Madera	1,282	1,208	74
05	Pesca, Explotación de Criaderos y Granjas Piscícolas	9,763	8,776	987
13 - 14	Explotación de Otras Minas y Canteras	1,272	1,202	70
15 - 37	Industria	271,669	145,586	126,083
40 - 41	Suministro de Electricidad y Agua	6,801	6,039	762
45	Construcción	130,955	127,887	3,068
50	Vta. Mantto. y reparación de Vehículos	49,919	46,249	3,670
51	Comercio al por Mayor	28,146	18,836	9,310
52	Comercio al por Menor	307,774	135,357	172,417
55	Hoteles y Restaurantes	69,059	17,393	51,666
60	Transporte por Vía Terrestre	65,169	63,087	2,082
61	Transporte por Vía Acuática	343	301	42
62	Transporte por Vía Aérea	1,919	1,331	588
63	Actividades de Transporte Complementarias y Auxiliares	7,915	6,460	1,455
64	Correo y Telecomunicaciones	15,443	10,891	4,552
65	Intermediación Financiera	19,052	8,925	10,127
66	Financiación de Planes de Seguros y de Pensiones	2,263	1,062	1,201
67	Actividades Auxiliares de la Intermediación Financiera	561	326	235
70	Actividades Inmobiliarias	3,980	2,367	1,613
71	Alquiler de Equipo de Transporte	903	659	244
72	Informática y Actividades Conexas	4,955	3,985	970
73	Investigación y Desarrollo	78	49	29
74	Otras Actividades Empresariales	98,503	65,716	32,787
75	Administración Pública, Defensa y Seguridad Social	77,144	53,488	23,656
80	Enseñanza	70,564	25,421	45,143
85	Servicios Sociales y de Salud	52,928	18,348	34,580
90	Eliminación de Desperdicios y Aguas Residuales	1,994	1,788	206
91	Actividades de Asociación N. C. P.	5,942	4,443	1,499
92	Actividades de Esparcimiento, Culturales y Deportivas	9,950	7,609	2,341
93	Otras Actividades de Servicios	15,872	4,800	11,072
95	Servicio Doméstico	118,866	5,580	113,286
99	Organizaciones y Órganos Extraterritoriales	714	395	319

Fuente: VI Censo de Población y Vivienda 2007 realizado por la Dirección General de Estadísticas y Censos, El Salvador.

Anexo N° 2 Población Ocupada Según División de Actividad Económica en el Departamento de La Libertad.

EL SALVADOR				
POBLACIÓN OCUPADA DE 16 AÑOS Y MÁS POR SEXO, SEGÚN DIVISIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA Y ÁREA DE RESIDENCIA. CENSO 2007.				
ÁREA Y CIU	DIVISIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	POBLACIÓN OCUPADA DE 16 AÑOS Y MÁS		
		TOTAL	HOMBRES	MUJERES
LA LIBERTAD		221,389	132,255	89,134
01	Agricultura, Ganadería y Caza	29,018	25,398	3,620
02	Silvicultura, Extracción de Madera	155	150	5
05	Pesca, Explotación de Criaderos y Granjas Piscícolas	367	353	14
13 - 14	Explotación de Otras Minas y Canteras	86	83	3
15 - 37	Industria	40,536	21,793	18,743
40 - 41	Suministro de Electricidad y Agua	964	819	145
45	Construcción	17,221	16,617	604
50	Vta. Mantto. y reparación de Vehículos	5,723	5,175	548
51	Comercio al por Mayor	4,230	2,935	1,295
52	Comercio al por Menor	35,872	17,023	18,849
55	Hoteles y Restaurantes	8,119	2,274	5,845
60	Transporte por Vía Terrestre	8,416	8,034	382
61	Transporte por Vía Acuática	33	23	10
62	Transporte por Vía Aérea	444	282	162
63	Actividades de Transporte Complementarias y Auxiliares	1,166	921	245
64	Correo y Telecomunicaciones	2,463	1,663	800
65	Intermediación Financiera	3,494	1,589	1,905
66	Financiación de Planes de Seguros y de Pensiones	626	278	348
67	Actividades Auxiliares de la Intermediación Financiera	120	62	58
70	Actividades Inmobiliarias	854	459	395
71	Alquiler de Equipo de Transporte	154	110	44
72	Informática y Actividades Conexas	807	650	157
73	Investigación y Desarrollo	25	16	9
74	Otras Actividades Empresariales	15,373	10,195	5,178
75	Administración Pública, Defensa y Seguridad Social	10,083	6,749	3,334
80	Enseñanza	8,311	2,895	5,416
85	Servicios Sociales y de Salud	6,377	2,288	4,089
90	Eliminación de Desperdicios y Aguas Residuales	257	213	44
91	Actividades de Asociación N. C. P.	844	580	264
92	Actividades de Esparcimiento, Culturales y Deportivas	1,417	1,040	377
93	Otras Actividades de Servicios	2,233	670	1,563
95	Servicio Doméstico	15,395	816	14,579
99	Organizaciones y Órganos Extraterritoriales	206	102	104

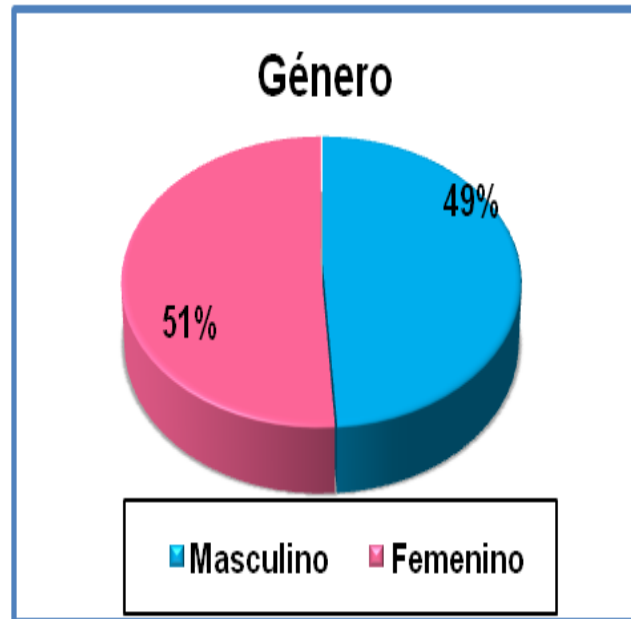
Fuente: VI Censo de Población y Vivienda 2007 realizado por la Dirección General de Estadísticas y Censos, El Salvador.

Anexo N° 3 Tabulación Resultados de la Investigación orientado a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.

Género de los encuestados

Objetivo: Determinar los diferentes gustos y preferencias en cuanto a la distinción de género entre los pobladores y visitantes de Antiguo Cuscatlán.

Género		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Masculino	71	49%
Femenino	74	51%
Total	145	100%



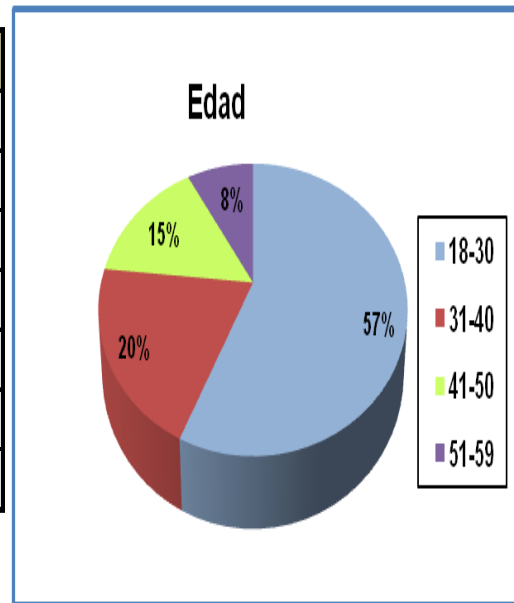
Interpretación

El resultado obtenido muestra que no existe una diferencia notable en la proporción de género femenino y masculino, destacando así que los posibles clientes del restaurante estarán en números similares o en igualdad según su género.

Edad

Objetivo: Conocer el promedio de edad de los encuestados.

Edad		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
18-30	82	57%
31-40	29	20%
41-50	22	15%
51-59	12	8%
Total	145	100%



Interpretación:

Se encuestó a las personas entre las edades de 18 a 59 años, revelando que en su mayoría los encuestados tienen edad entre los 18-30 años, seguido de la edad de 31-40 en conclusión la información que se obtendrá serán respuestas de jóvenes y adultos que residen o visitan el Municipio de Antigua Cuscatlán.

Visitante

Objetivo: Realizar un sondeo sobre la cantidad de visitantes nacionales, locales y extranjeros.

Visitante		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Local	72	50%
Nacional	63	43%
Extranjero	10	7%
Total	145	100%



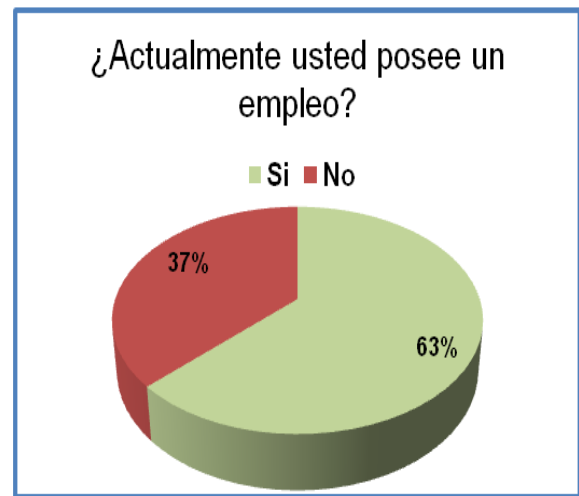
Interpretación

Según la residencia de los encuestados, la mayoría de personas son habitantes de las colonias aledañas a este sector, es decir que se podría seleccionar como parámetro que el mercado potencial consumidor estará enfocado en los residentes, seguido de los visitantes nacionales. De igual forma se puede visualizar que uno de los retos grandes será contribuir al hacer más atractivo el lugar con la finalidad de atraer al visitante extranjero.

Situación Laboral

Objetivo: Identificar el porcentaje de los clientes potenciales consumidores que son económicamente activos.

¿Actualmente usted posee un empleo?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	91	63%
No	54	37%
Total	145	100%



Interpretación

Es fundamental conocer el poder adquisitivo de los clientes el cual proviene de los ingresos de éstos, como se puede observar en la gráfica más del cincuenta por ciento de los encuestados posee un empleo por lo que perciben una fuente de ingreso, dicha información será de utilidad como parámetro para conocer cuántas personas reciben un salario por ende tendrían las posibilidades para acudir a un nuevo comercio.

Pregunta N° 1. ¿Conoce usted la comida tipo española?

Objetivo: Identificar la cantidad de personas que conocen referente al tipo de comida en la cual incursionará el nuevo establecimiento.

Pregunta 1		
¿Conoce usted la comida tipo española?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	51	35%
No	94	65%
Total	145	100%



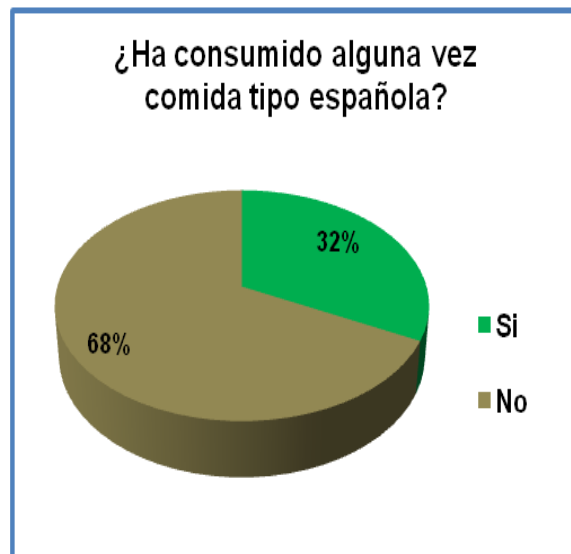
Interpretación

Considerando que más de la mitad de la población encuestada no conoce la comida tipo española, habrá que trabajar en la elaboración de un plan de mercadeo si se logra concretar la apertura del establecimiento para dar conocer este tipo de comida en el Municipio, con el objetivo que los habitantes locales, visitantes nacional y extranjero tengan una alternativa más en la elección de un menú en la gastronomía.

Pregunta N°2. ¿Ha consumido alguna vez comida tipo española?

Objetivo: Conocer la cantidad de personas que han consumido alguna vez comida tipo española.

Pregunta 2		
¿Ha consumido alguna vez comida tipo española?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	47	32%
No	98	68%
Total	145	100%



Interpretación

Un tercio de las personas si lo han consumido, el resto que representa la mayoría no, probablemente no existe un local de este cercano o simplemente no saben lo que contiene el menú, el consumo de alimentos en los diferentes restaurantes depende de varios factores como las costumbres, ubicación, conocimiento de los comedores, atención etc. Dicha situación representa un reto para lograr que dicho porcentaje pase de ser cliente potencial a consumidor habitual.

Pregunta N° 3. Si se estableciera un restaurante de comida tipo española en este municipio, ¿Estaría dispuesto a visitarlo?

Objetivo: Conocer la disposición de los consumidores a visitar un nuevo establecimiento de ese tipo.

Pregunta 3		
Si se estableciera un restaurante de comida tipo española en este municipio, ¿Estaría dispuesto a visitarlo?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	129	89%
No	16	11%
Total	145	100%







Interpretación

Todo negocio es exitoso por los niveles de venta y la cantidad de clientes satisfechos, es por ello que se vuelve importante conocer la disposición de visita de concretar la apertura de un nuevo comercio, se obtuvo en gran mayoría respuesta positiva lo que da la posibilidad que se convierta en un proyecto aceptable y ambicioso en el Municipio, aunque también queda el espacio para tratar de atraer a esa proporción de personas que negaron a la interrogante.

Pregunta N° 4. De las siguientes imágenes de comercios de comida tipo española, favor marcar una x en una de las siguientes opciones:

Objetivo: Descubrir el conocimiento de los consumidores respecto a los negocios que ofrecen comida tipo española.

Pregunta 4								
De las siguientes imágenes de comercios de comida tipo española, favor marcar una x en una de las siguientes opciones:								
Alternativas								
	Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia	
	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Lo conozco	29	20%	24	17%	33	23%	62	43%
No lo conozco	116	80%	121	83%	112	77%	83	57%
Total	145	100%	145	100%	145	100%	145	100%



Interpretación

En general la mayoría las personas no conocen los restaurantes que ofrecen comida española, la Barceloneta resulto ser el más conocido por los encuestados, probablemente debido a que está ubicado en el Municipio, dicha información representa una oportunidad de negocio, y a la vez un aumento en los esfuerzos para darlo a conocer y que las personas se interesen en acudir.

Pregunta N° 5. ¿Con que frecuencia visita un restaurante o local de comida?.

Objetivo: Investigar la continuidad con que los consumidores visitan un establecimiento de comida.

Pregunta 5		
¿Con que frecuencia visita un restaurante o local de comida?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
1 Vez por semana	30	21%
2 Veces por semana	32	22%
Fin de Semana	83	57%
Total	145	100%



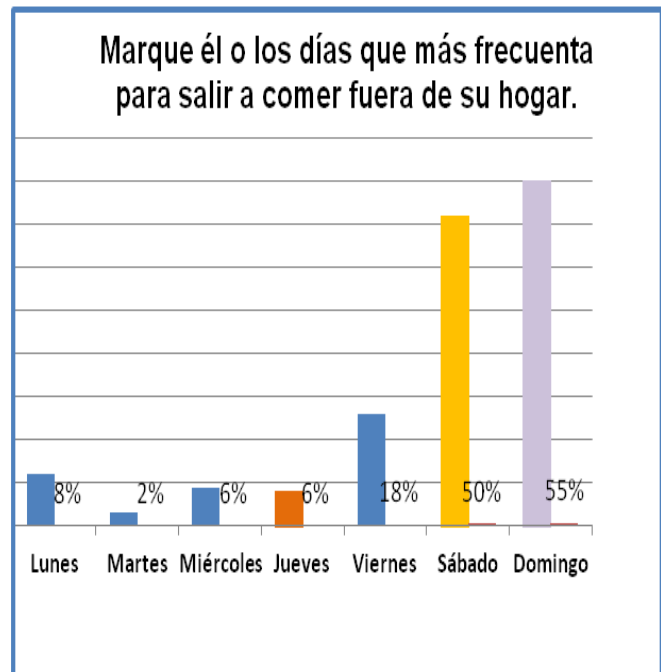
Interpretación

El dato de mayor notoriedad es por quienes asisten más en fin de semana días que en su mayoría pueden compartir en familia, es decir que en dicho tiempo el flujo de personas incrementa en los establecimientos de comida, aunque también una buena proporción está repartida en días de semana, al conocer esa preferencia se podrá evaluar y proyectar los niveles de demanda por tiempo o fechas establecidas para ofrecer un mejor servicio.

Pregunta N° 6. De acuerdo a su respuesta anterior, marque él o los días que más frecuenta para salir a comer fuera de su hogar.

Objetivo: Conocer que días específicos los clientes prefieren para comer fuera de sus casas.

Pregunta 6		
De acuerdo a su respuesta anterior, marque él o los días que más frecuenta para salir a comer fuera de su hogar.		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Lunes	12	8%
Martes	3	2%
Miércoles	9	6%
Jueves	8	6%
Viernes	26	18%
Sábado	72	50%
Domingo	80	55%
Total	145	145%



*Nota: La frecuencia total cambio ya que los encuestados tenían la posibilidad de elegir más de 1 día según su preferencia de visita.

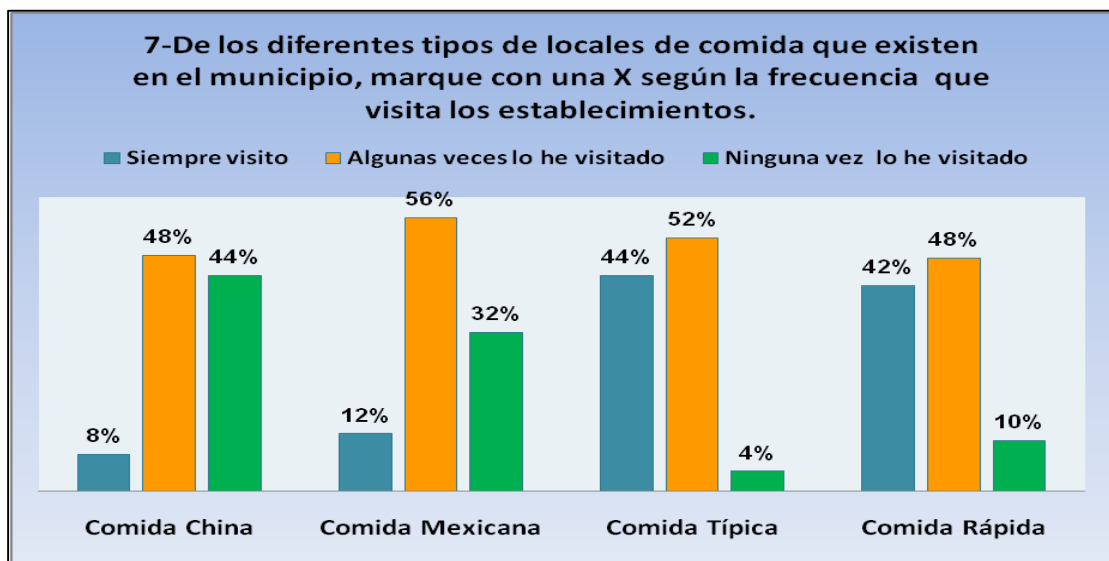
Interpretación

Se observa que el predilecto es el día domingo en fin de semana, por ello los ofertantes deben estar preparados con mayor cantidad de productos que ofrecen, mientras que el viernes también abarca una representativa proporción, eso da la pauta para que se establezcan horarios, días específicos para abrir el restaurante, esto contribuye para crear ofertas, promociones, descuentos, combos en menú por días, con la finalidad de captar su atención.

Pregunta N° 7. De los diferentes tipos de locales de comida que existen en el municipio, marque con una X según la frecuencia que visita los establecimientos detallados a continuación:

Objetivo: Conocer la preferencia de visita por los clientes acerca de los diferentes tipos de locales de comida existentes en el municipio.

Pregunta 7								
De los diferentes tipos de locales de comida que existen en el municipio, marque con una X según la frecuencia que visita los establecimientos detallados a continuación:								
Alternativa	Comida China		Comida Mexicana		Comida Típica		Comida Rápida	
	Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia	
	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Siempre visito	11	8%	17	12%	64	44%	61	42%
Algunas veces lo he visitado	70	48%	81	56%	75	52%	69	48%
Ninguna vez lo he visitado	64	44%	47	32%	6	4%	15	10%
Total	145	100%	145	100%	145	100%	145	100%



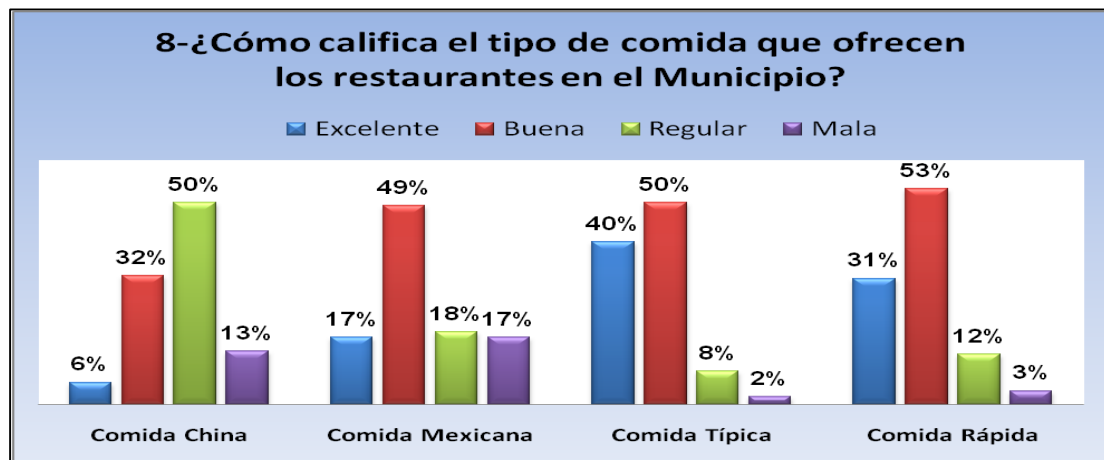
Interpretación

Estos forman parte de la competencia directa o indirecta al momento de la apertura de un negocio nuevo, identificar cuáles de ellos son los que poseen mayor afluencia de clientela ayudará a enfocar la atención en estos para adoptar o mejorar aspectos que los han llevado a tener éxito. Los comercios más visitados son los de comida típica, rápida en las cuales afirman siempre visitar, los de categoría mexicana y china son a los que usualmente acuden.

Pregunta Nº 8. ¿Cómo califica el tipo de comida que ofrecen los restaurantes en el Municipio?

Objetivo: Conocer el grado de aceptación de los consumidores hacia el distinto tipo de comida en el sector.

Pregunta 8								
¿Cómo califica el tipo de comida que ofrecen los restaurantes en el Municipio?								
Alternativas	Comida China		Comida Mexicana		Comida Típica		Comida Rápida	
	Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia	
	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Excelente	8	6%	24	17%	58	40%	45	31%
Buena	46	32%	71	49%	72	50%	77	53%
Regular	72	50%	26	18%	12	8%	18	12%
Mala	19	13%	24	17%	3	2%	5	3%
Total	145	100%	145	100%	145	100%	145	100%



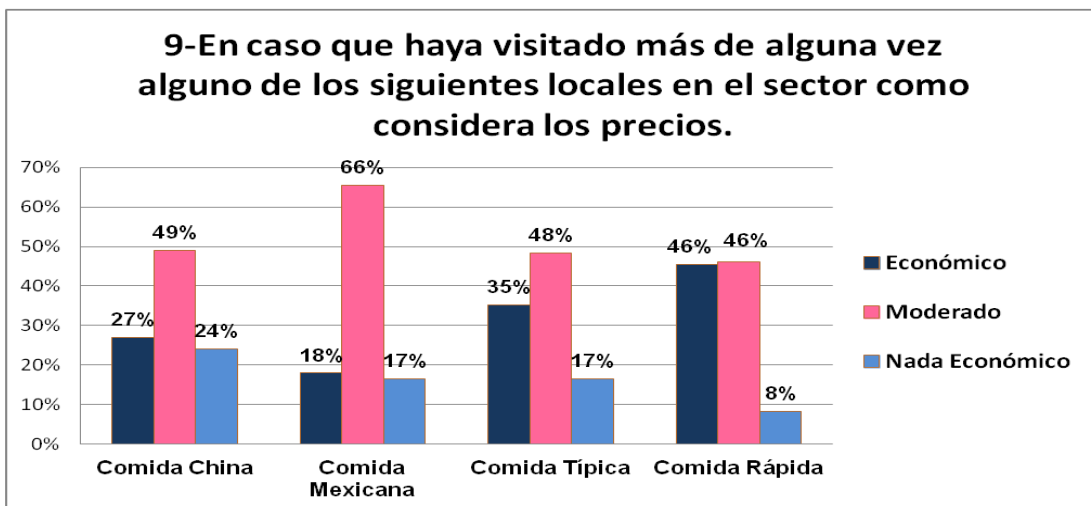
Interpretación

Asegurar la calidad de los alimentos, corresponde ser unos de los principales objetivos de un restaurante para ganar la confianza y fidelidad del consumidor, desde el aroma, sabor, presentación, la textura, el color son algunos atributos de un plato de comida de calidad. Al evaluar los locales de comida en el Municipio, la mejor calificación de excelente es para la comida típica seguida de la rápida, es notorio que los establecimiento de comida de origen no están siendo muy bien evaluados con una valoración de regular a mala para los locales de comida china y mexicana respectivamente.

Pregunta Nº 9. En caso que haya visitado más de alguna vez alguna de los siguientes locales en el sector como considera los precios:

Objetivo: Sondear la opinión de los consumidores referente al precio de los establecimientos en la zona.

Pregunta 9								
En caso que haya visitado más de alguna vez alguno de los siguientes locales en el sector como considera los precios.								
Alternativas	Comida China		Comida Mexicana		Comida Típica		Comida Rápida	
	Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia		Frecuencia	
	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Económico	39	27%	26	18%	51	35%	66	46%
Moderado	71	49%	95	66%	70	48%	67	46%
Nada Económico	35	24%	24	17%	24	17%	12	8%
Total	145	100%	145	100%	145	100%	145	100%



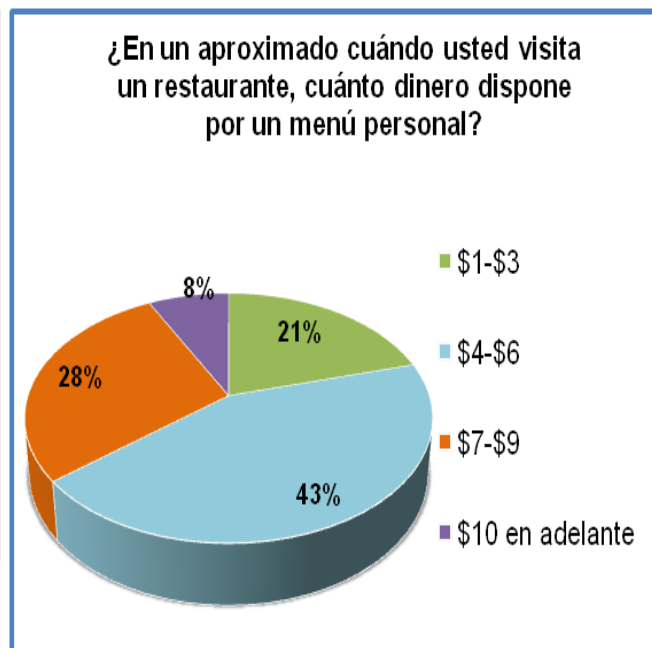
Interpretación

En cuanto a los precios de venta la opinión siempre será variada, todo depende de la capacidad de adquisición de un cliente así como de los gustos y preferencias de las personas, es decir; cuanto está dispuesta a pagar para satisfacer una necesidad, la comida rápida es la más económica, es por ello que se convierte en la competencia más fuerte negocio, de igual forma la mexicana es aquella que ofrece precios promedios, y la china los más elevados.

Pregunta N°10. ¿En un aproximado cuándo usted visita un restaurante, cuánto dinero dispone por un menú personal?

Objetivo: Investigar el promedio de dinero que los clientes están dispuestos a pagar por consumir en un comercio de alimentos.

Pregunta 10		
¿En un aproximado cuándo usted visita un restaurante, cuánto dinero dispone por un menú personal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$1-\$3	30	21%
\$4-\$6	63	43%
\$7-\$9	41	28%
\$10 en adelante	11	8%
Total	145	100%



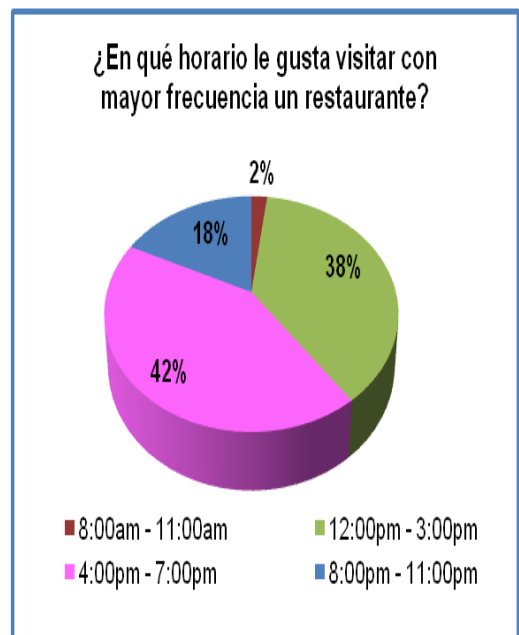
Interpretación

El precio de venta de un bien o servicio es parte fundamental en los negocios, en la investigación el dato más relevante es que los clientes estarían dispuestos a cancelar entre \$4 y \$6 seguido por \$7 a \$9 dólares por un plato de comida, con dicha información en la apertura del negocio ya se cuenta con una cantidad estimada.

Pregunta N° 11 ¿En qué horario le gusta visitar con mayor frecuencia un restaurante?

Objetivo: Identificar la preferencia de horario de los clientes al momento de acudir a un establecimiento de comida.

Pregunta 11		
¿En qué horario le gusta visitar con mayor frecuencia un restaurante?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
8:00am - 11:00am	3	2%
12:00pm - 3:00pm	55	38%
4:00pm - 7:00pm	61	42%
8:00pm - 11:00pm	26	18%
Total	145	100%

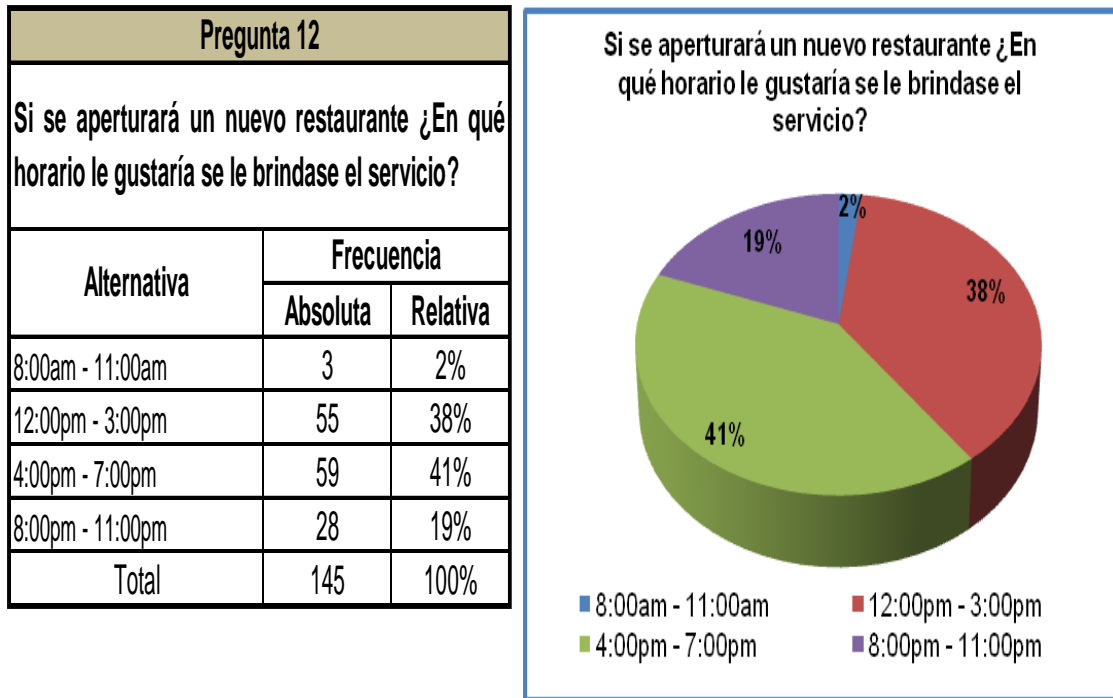


Interpretación

Las personas poseen dos rangos de horas bastante definidas, sobre los cuales frecuentan más un comercio de alimentos, estos son entre las 12:00 del mediodía a las 3:00 de la tarde y de las 4:00 de la tarde a las 7:00 de la noche, como se puede observar son dos lapsos aprovechables ya que en ambos se ubican tiempos de comida principales, además de ser horarios que puedan acostumbrar pasar con familia, amigos o por trabajo. El otro periodo de tiempo representativo es por la noche de 8:00pm a 11:00pm.

Pregunta N° 12. Si se aperturará un nuevo restaurante ¿En qué horario le gustaría se le brindase el servicio?

Objetivo: Conocer el horario de mayor preferencia para los clientes.



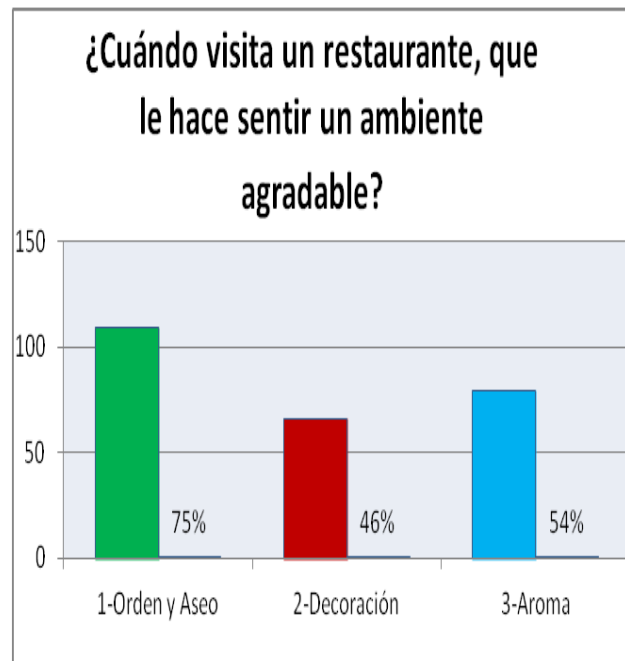
Interpretación

Los horarios que los habitantes locales y visitantes extranjeros del municipio prefieren es a partir de las 12:00 del mediodía a las 11:00 de la noche, oscilan en momentos que se ingieren dos de los principales platos de comida el almuerzo o cena, además representan momentos que usualmente son de esparcimiento posterior a el turno de trabajo, para departir con la familia o amigos. Para incursionar en un nuevo restaurante, estar adaptados a los horarios que los clientes eligen, favorecerá en la obtención resultados esperados como lo son la generación de ventas y satisfacción del consumidor.

Pregunta N° 13. ¿Cuándo visita un restaurante, que le hace sentir un ambiente agradable? Enumere del N° 1 al 3, siendo 1 el aspecto que considera crea un ambiente más agradable.

Objetivo: Conocer los aspectos que al consumidor le agregan un mejor valor a la experiencia de la visita a un restaurante.

Pregunta 13		
¿Cuándo visita un restaurante, que le hace sentir un ambiente agradable?		
Enumere del N° 1 al 3, siendo 1 el aspecto que considera crea un ambiente más agradable y 3 el aspecto que menor peso genera para una experiencia satisfactoria en al momento de la visita.		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
1-Orden y Aseo	109	75%
2-Decoración	66	46%
3-Aroma	79	54%
Total	145	175%

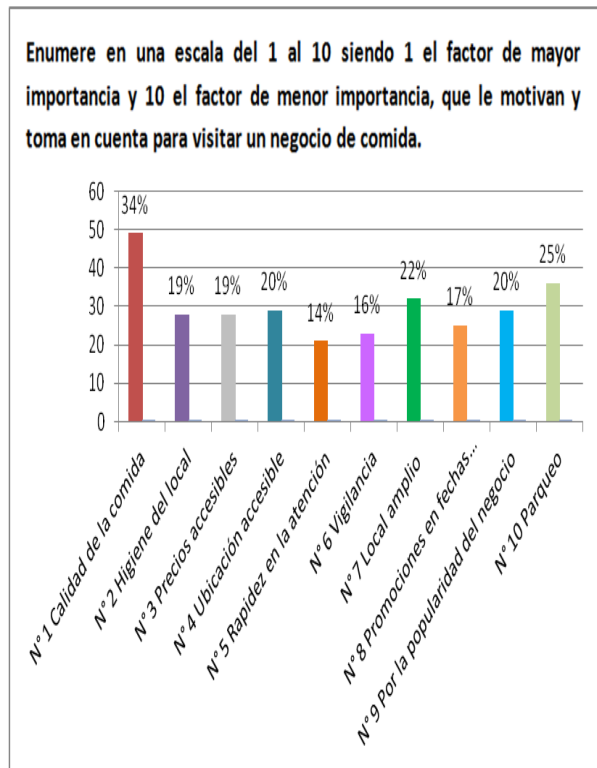


Interpretación

Los aspectos de mayor peso para las personas encuestadas es el orden y aseo del establecimiento, posiblemente por ser la primera impresión al momento de entrar a un lugar y donde permanecen mientras ingieren los alimentos, además el aseo es asociado a la higiene lo cual habla por sí solo de cómo sean tratados los ingredientes en el proceso de transformación. La decoración representa el segundo elemento más importante, el punto de atracción visual, la correcta distribución de accesorios en el espacio, la iluminación; en tercera posición se sitúa el aroma, la intensidad adecuada de éste, ofrece a las personas una combinación de sensaciones para todos los sentidos.

Pregunta N° 14. Enumere en una escala del 1 al 10 siendo 1 el factor de mayor importancia y 10 el factor de menor importancia, que le motivan y toma en cuenta para visitar un negocio de comida.

Pregunta 14		
Enumere en una escala del 1 al 10 siendo 1 el factor de mayor importancia y 10 el factor de menor importancia, que le motivan y toma en cuenta para visitar un negocio de comida.		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
N° 1 Calidad de la comida	49	34%
N° 2 Higiene del local	28	19%
N° 3 Precios accesibles	28	19%
N° 4 Ubicación accesible	29	20%
N° 5 Rapidez en la atención	21	14%
N° 6 Vigilancia	23	16%
N° 7 Local amplio	32	22%
N° 8 Promociones en fechas especiales	25	17%
N° 9 Por la popularidad del negocio	29	20%
N° 10 Parqueo	36	25%
Total	145	207%



*Nota: Para esta interrogante las personas asignaban una respuesta basado en una escala de importancia, lo cual resultó en un aumento de la frecuencia original.

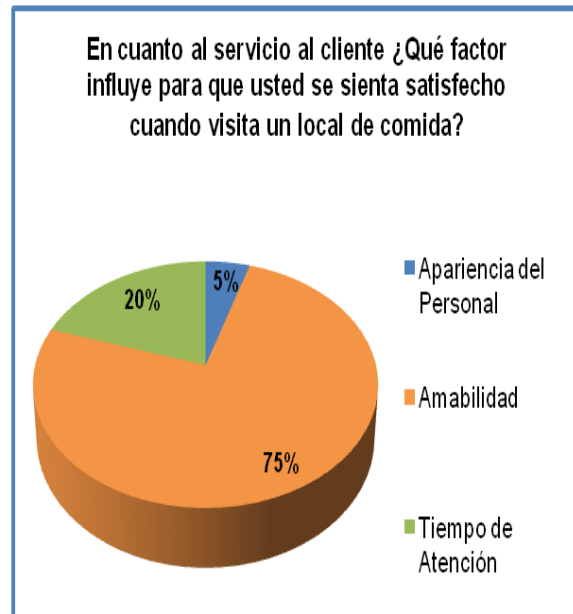
Interpretación

Es la calidad el principal motivo para visitar un negocio de este tipo, en segundo lugar la higiene, seguido a ello los precios y ubicación accesible, es razonable que las personas evalúen el dinero que dispondrán y el gasto que asumirán para trasladarse a un sitio, por lo cual establecerse en un lugar de fácil ubicación es importante. Para que la estancia del consumidor sea satisfactoria implica que mientras ellos se encuentren en el local puedan mantener la tranquilidad y seguridad. Las promociones en fechas especiales también es aceptado a ningún consumidor le deja de ser atractivo aprovechar descuentos.

Pregunta N° 15. En cuanto al servicio al cliente ¿Qué factor influye para que usted se sienta satisfecho cuando visita un local de comida?

Objetivo: Conocer que elementos contribuyen a una mayor satisfacción del cliente.

Pregunta 15		
En cuanto al servicio al cliente ¿Qué factor influye para que usted se sienta satisfecho cuando visita un local de comida?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Apariencia del Personal	7	5%
Amabilidad	109	75%
Tiempo de Atención	29	20%
Total	145	100%



Interpretación

El principal factor que los encuestados consideran que ayudan a pasar una experiencia satisfactoria en un restaurante es la amabilidad, por ello se procura que al momento de ingresar y salir del local el cliente sea tratado de la misma manera para mantener en su mente buenas referencias o expectativas positivas para que la función de venta se vuelva a repetir y se gane la lealtad de los mismos. El siguiente componente lo conforma el tiempo de atención, a buena parte de las personas les gusta ser atendidos y que sus alimentos sean servidos en el mínimo de minutos posible, por lo tanto las empresas establecen rangos mínimos y máximos en el proceso de elaboración y servicio al cliente.

Pregunta Nº 16. ¿Señale dos aspectos que valora al momento de visitar un nuevo restaurante?

Objetivo: Conocer los aspectos que los consumidores valoran a la hora de visitar un nuevo restaurante.

Pregunta 16		
¿Señale dos aspectos que valora al momento de visitar un nuevo restaurante?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Innovación del producto	48	33%
El precio	103	71%
Publicidad	33	23%
Ubicación	49	34%
Promociones	57	39%
Total	145	200%



*Nota: La frecuencia es el doble ya que se solicitó a los encuestados que seleccionaran dos opciones de las listadas en la pregunta.

Interpretación

El precio es el elemento clave en la decisión de qué lugar acudir a comer para los encuestados, vinculado con las buenas promociones que determinados negocios oferten se convierten en las opciones predilectas para economizar el bolsillo de las familias. Recibir algo diferente de cómo el resto lo hace se convierte en algo valorado por el cliente, la ubicación también resulta importante para los consumidores ya sea que se transporten en automóvil o transporte público.

Pregunta Nº 17. ¿De qué manera considera que debe generarse publicidad para un restaurante en la zona?

Objetivo: Identificar la forma en la que a los clientes les parezca mejor recibir publicidad de un restaurante.

Pregunta 17		
¿De qué manera considera que debe generarse publicidad para un restaurante en la zona?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Hojas Volantes	75	52%
Afiches informativos	17	12%
Perifoneo	11	8%
Internet	42	29%
Total	145	100%



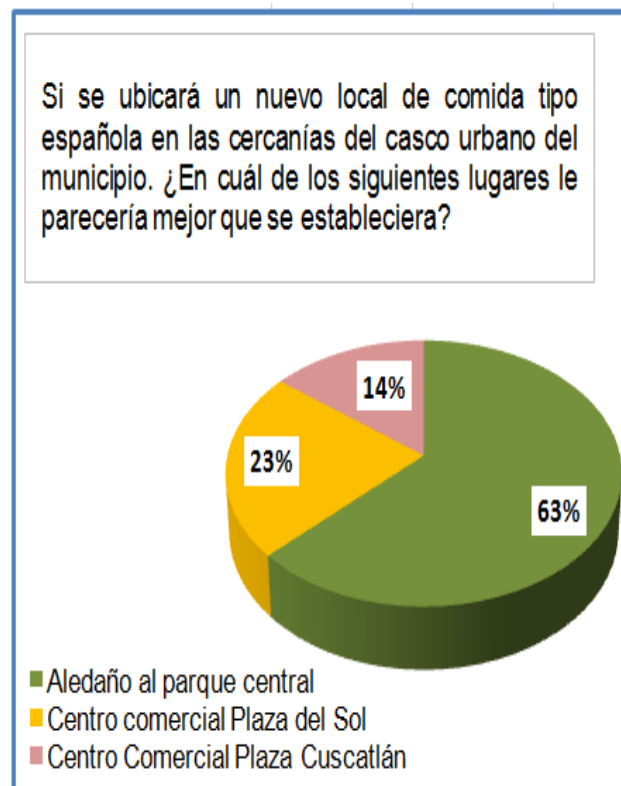
Interpretación

Uno de los medios tradicionales que a las personas más les parece a medida pasa el tiempo son las hojas volantes, un canal efectivo de comunicación ya que garantiza la transmisión y lectura del mensaje, podría afirmarse que es mejor percibido por ser entregado personalmente al público objetivo. En segundo lugar de reconocimiento como vía de publicidad es el internet, considerado una mezcla de tradicionalismo por los sitios web en línea que las empresas y negocios utilizan y un canal moderno por la incursión de las llamadas redes sociales tales como facebook, twitter, blogs especializados, entre otros; la aceptación de éste pueda deberse al fácil acceso que hoy en día tiene la población a dispositivos que se conectan a internet.

Pregunta N° 18. Si se ubicará un nuevo local de comida tipo española en las cercanías del casco urbano del municipio. ¿En cuál de los siguientes lugares le parecería mejor que se estableciera? Favor marque una opción.

Objetivo: Conocer si la ubicación propuesta le parece accesible al consumidor al momento de elegir qué lugar visitar para comer

Pregunta 18		
Si se ubicará un nuevo local de comida tipo española en las cercanías del casco urbano del municipio. ¿En cuál de los siguientes lugares le parecería mejor que se estableciera?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Aledaño al parque central	91	63%
Centro comercial Plaza del Sol	33	23%
Centro Comercial Plaza Cuscatlán	21	14%
Total	145	100%



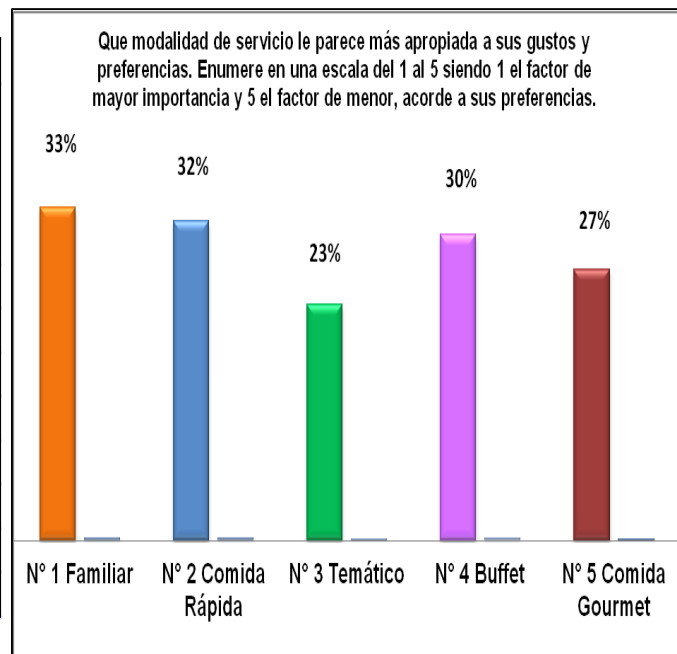
Interpretación

Los centros comerciales Plaza del Sol y Plaza Cuscatlán son observados como menos llamativos para los habitantes locales y visitantes extranjeros. Podría alegarse que por ser tradicionalmente el punto central en donde se llevan a cabo diversas actividades, celebraciones culturales, gastronómicas, la zona aledaña al Parque Central del Municipio, representa ser el sitio de mayor preferencia si en un futuro se estableciera un negocio de comida tipo española.

Pregunta Nº 19. Que modalidad de servicio le parece más apropiada a sus gustos y preferencias: Enumere en una escala del 1 al 5 siendo 1 el factor de mayor importancia y 5 el factor de menor, al tipo de servicio que es más acorde a sus preferencias para visitar un negocio de comida.

Objetivo: Conocer la modalidad de servicio por la cual los consumidores poseen mayor afinidad.

Pregunta 19		
Enumere en una escala del 1 al 5 siendo 1 el factor de mayor importancia y 5 el factor de menor, al tipo de servicio que es más acorde a sus preferencias para visitar un negocio de comida.		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nº 1 Familiar	48	33%
Nº 2 Comida Rápida	46	32%
Nº 3 Temático	34	23%
Nº 4 Buffet	44	30%
Nº 5 Comida Gourmet	39	27%
Total	145	146%



Interpretación

La comida familiar es la más aceptada por ser de un ambiente hogareño. La segunda elección que más gusta es la rápida, en éstos el tiempo de hacerlos es breve, en la mayoría de lugares los insumos son pre-elaborados y se consumen prontamente, además puede atraer la poca diferencia de precios entre ellos. En tercer posición el servicio buffet, básicamente la idea de comer todo lo que se pueda parece ser una opción atractiva a la vez que se dispone de un precio fijo por un tiempo determinado. Seguramente la escasa experiencia con negocios de tipo temáticos y gourmet hacen que sean los menos preferidos.

Pregunta N° 20. Conoce el concepto mini-porciones enfocado en el servicio de comida.

En caso de que su respuesta sea Afirmativa, pasar a la pregunta 22.

En caso que su respuesta sea Negativa, pasar a la pregunta 21.

Objetivo: Indagar el conocimiento de los clientes respecto a la característica de la comida en mini-porciones.

Pregunta 20		
¿Conoce el concepto mini-porciones enfocado en el servicio de comida?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	55	38%
No	90	62%
Total	145	100%



Interpretación

Para introducirse en un mercado resulta importante tener claro el nivel de conocimiento que tengan los posibles clientes respecto al producto o servicio a ofrecer, entre un consumidor habitual el concepto de miniporciones parece ser desconocido, únicamente un tercio afirma saber al respecto, lo cual podría significar una oportunidad para ser pioneros al incursionar en un negocio de esta índole en el municipio, a la vez resulta en un reto mayor debido a la poca comprensión de las personas en referencia al concepto.

Pregunta N° 21. ¿Qué idea le genera a usted el concepto de miniporciones?

Objetivo: Verificar el grado de comprensión por parte de los consumidores respecto a lo que entienden por mini-porciones.

Pregunta 21		
¿Qué idea le genera a usted el concepto de miniporciones?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Un bocadillo	15	17%
Una pieza pequeña	49	54%
Una degustación	26	29%
Total	90	100%



Interpretación

Todas las respuestas obtenidas a esta interrogante, provienen de quienes contestaron “No” conocer el concepto de miniporciones, el hecho de brindar a las personas diferentes alternativas ayuda a profundizar en la percepción que les genera el termino, más de la mitad de la muestra opinan que hace referencia a una pieza pequeña lo cual es favorable a la idea del negocio, el siguiente porcentaje más próximo lo asemeja a que es una degustación y en tercero que simplemente es un bocadillo.

Pregunta N° 22. ¿Qué piensa de un negocio de miniporciones?

Objetivo: Conocer la opinión de los clientes respecto a un negocio que ofrezca comida en miniporciones.

Pregunta 22		
¿Qué piensa de un negocio de miniporciones?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Innovador	27	19%
Interesante	56	39%
Extraño	15	10%
Es indiferente	11	8%
Curioso	36	25%
Total	145	100%



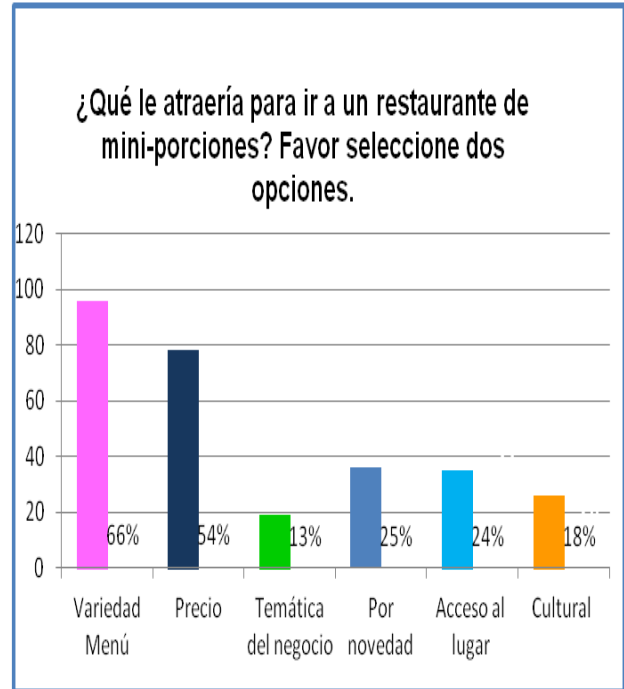
Interpretación:

En la mayoría resulta interesante que se abra un negocio que se dedique a servir en miniporciones, resulta positivo pese a que poca de la muestra está familiarizado con el término, el segundo atributo más admitido es lo curioso, eso podría favorecer a que las personas estén dispuestas a visitarlo por ser algo llamativo o poco conocido, en tercero la innovación, que hace referencia a la creación o modificación de un producto, es bien visto por los consumidores, en últimas posiciones se encuentra la indiferencia a que exista un lugar con esas características u otros piensan que podría ser algo extraño en existir.

Pregunta N° 23. ¿Qué le atraería para ir a un restaurante de mini-porciones? Favor seleccione dos opciones.

Objetivo: Conocer cuál sería el mayor atractivo hacia los clientes para un negocio de ese tipo.

Pregunta 23		
¿Qué le atraería para ir a un restaurante de mini-porciones? Favor seleccione dos opciones.		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Variedad Menú	96	66%
Precio	78	54%
Temática del negocio	19	13%
Por novedad	36	25%
Acceso al lugar	35	24%
Cultural	26	18%
Total	145	200%



*Nota: El cálculo de la frecuencia relativa se realizó con base a la muestra encontrada de 145.

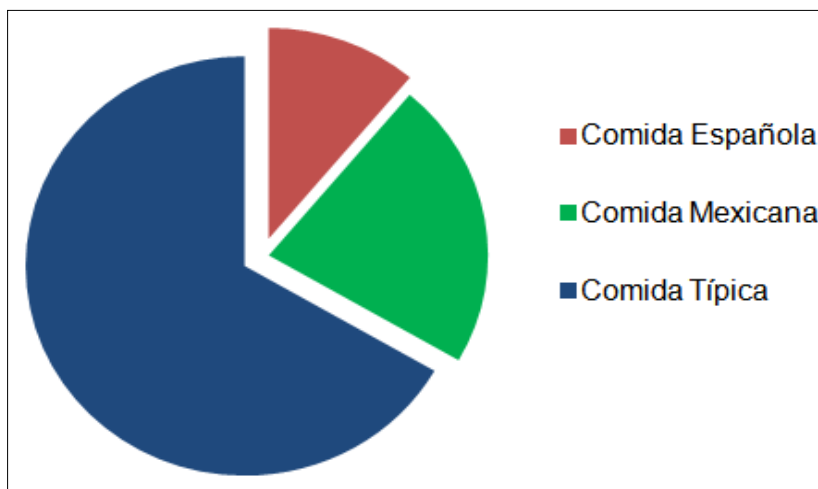
Interpretación

Como en la mayoría de insumos o servicios las personas son sensibles al precio, además de ser clave para competir en un nuevo mercado. La segunda opción es la diversidad de alimentos disponibles lo que lo hace más atractivo y genera mayor consideración. Seguido a ello, lo que despierta interés son las cosas nuevas, el optar por ver una imagen diferente respecto a un tema especial, el aspecto cultural el cual determina diferentes aspectos en la vida, incluyendo los hábitos alimenticios, de igual manera es valorado que la vía para llegar al sitio sea accesible.

Anexo N° 4 Resultados de la Investigación orientado a Propietarios de Restaurantes ubicados en el Casco Urbano del Municipio Antigua Cuscatlán.

Datos Generales

-Rubro del Negocio



De los 9 comercios que accedieron a proporcionar una serie de información respecto a lo que se dedican y su experiencia se categorizan en su mayoría locales de alimentos tradicionales dedicados a la venta de pupusas, comida casera, mexicana y uno de tipo española.

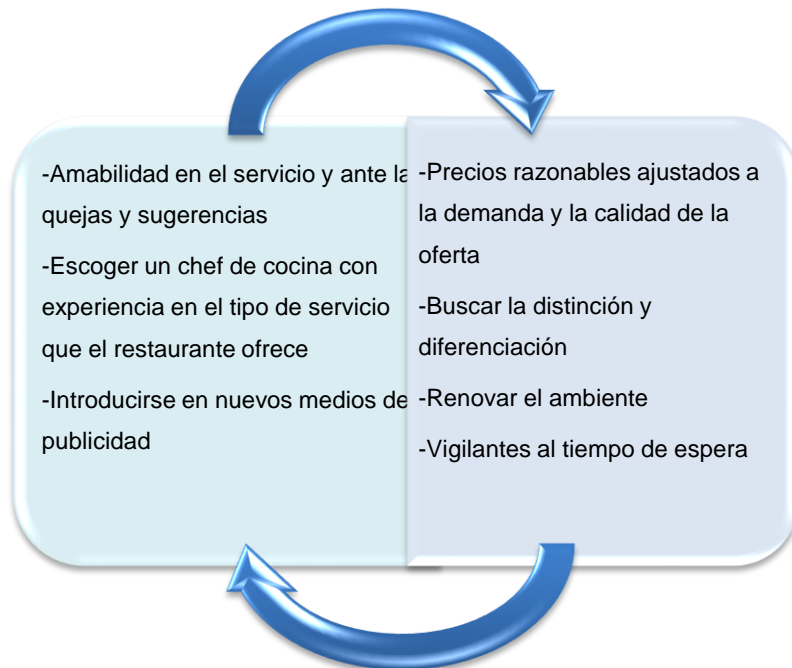
1. ¿Cuántos años lleva involucrado en el negocio?

Se pudo observar que este sector se caracteriza por la estabilidad en el tiempo, en promedio 8 a 10 años de funcionamiento en cambio algunos de los propietarios expresaron que la creación de estas empresas fue en algunas ocasiones por voluntad, por herencia o simplemente por verse en la necesidad de recurrir a un ingreso propio.

2. ¿Qué perfil suele tener el cliente que se acerca hasta su restaurante?

En general son personas que acostumbran llegar en grupos para almorzar y cenar, empleados de la zona, familias, para comprar alimentos los consumidores son motivados principalmente por el precio, para seleccionar el lugar de compra valoran principalmente la proximidad del establecimiento, seguido de la calidad y la variedad

3. ¿Cuáles son las claves para tener éxito en un negocio como éste?



El ingrediente fundamental que expresaron ha logrado mantenerlos en el mercado ha sido la perseverancia, pues en todo negocio existen días en los que se vende más que en otros o simplemente que al inicio ha sido difícil ganarse la atención de los clientes. Habiendo captado clientela y ser reconocidos en el sitio de gran utilidad prestar atención en elementos, desde un plato, a incluso la decoración del local, por aparente que parezca todo ello contribuye a distinguirse de la competencia.

Así también ofrecer una información clara sobre el restaurante tal como horarios de apertura, ofertas, productos, eventos, buscar los medios que más utilizan los consumidores habituales, por ejemplo las redes sociales ayudan a que las personas conozcan de una manera más inmediata todo lo que más les gusta.

Otro aspecto importante es que indiferentemente que se trate de personas de negocios apresuradas, familias o grupos de amigos más relajados, hay que reducir al máximo el tiempo de espera entre los platos y al traer la cuenta. Estos propietarios enfatizaron además en la amabilidad en el servicio y la disposición ante quejas o sugerencias.

4. ¿Cómo logró usted la fidelidad de su clientela?

De acuerdo a las respuestas de los distintos propietarios, la clave es proporcionar un producto que mantenga las condiciones higiénicas, de calidad y sobretodo de precio accesible, ya que si están altamente satisfechos estarán mucho menos dispuestos a cambiar.

Un cliente leal, repite su visita al restaurante, recomienda el negocio a otras personas, y puede tolerar una falla ocasional en la atención sin desertar, todo esto gracias a la relación generada. Por lo tanto, una variable indispensable a trabajar por parte de los encargados o dueños, consiste en analizar como brindarle mayor valor al cliente para que éste, frente a la fuerte oferta del mercado, siga eligiendo volver al negocio.

5. ¿Qué otros beneficios considera que se deben ofrecer al visitante de un restaurante?

Para una industria de alimentos reflejar beneficios tangibles al cliente es directamente proporcionando en el producto, la excelente calidad eso es

principal. En otra parte según los encargados de dichos locales la revolución móvil está creando muchísimas oportunidades para una infinita variedad de sectores, los restaurantes no se quedan fuera y es que con la facilidad que tienen las personas de acceder a internet y el fuerte uso de Facebook, algunos de ellos se valen de eso para crear los perfiles de sus negocios y a través de ello incentivar la compra mediante promociones especiales para sus seguidores además de dar a conocer nuevos platillos, aprovechar de ofrecer por temporadas algo distinto a los consumidores.

Agregado a todo lo antes mencionado, existen pocos comercios que tienen la opción de reservar antes de llegar vía teléfono o prestar servicio a domicilio, lo cual resulta en la comodidad de los clientes de disfrutar sin salir de casa.

6. ¿Cree que para que un restaurante tenga éxito se requiere, no sólo un buen menú o servicio, sino también en la renovación constante de la ambientación y decoración de su local?

Es importante tener presente el cuidado de esos aspectos, referente al espacio físico, la ambientación musical, la cuidadosa selección de ésta que no cause molestia, la calidad y la correcta elección de los equipos, especialmente de los altavoces, permitirá ajustar el sonido y conseguir que el cliente se sienta más cómodo y pueda platicar con sus acompañantes. Para algunos el silencio absoluto y la poca atención en estos elementos crea en algunas personas una sensación de aburrimiento o que el establecimiento carece de identidad.

7. ¿Cómo se da a conocer el restaurante?

Gran cantidad de comercios únicamente colocan un rotulo en la fachada presentado en tamaño y colores que permite atraer a los nuevos y clientes existentes, así lo afirmaron durante la entrevista, otros aprovechando las

diversas actividades que realiza la comuna del municipio reparten volantes en los que incluyen o informan sobre algún descuento especial, hay quienes también cuando se presenta la oportunidad recurren a medios como la radio o el perifoneo, aunque la principal forma en que se da a conocer un negocio especialmente de comida es a través de los propios clientes quienes pueden dar las mejores referencias así como pueden llegar a no recomendar el sitio.

8. ¿Cuentan con alguna promoción(es) especial(es) ?

Pocos son los comercios que no poseen promociones especiales, la gran mayoría dirigen sus promociones por consumo, eventualmente realizan dinámicas en Facebook, y los usuarios que se mantengan pendientes reciben un 10% sobre el total de la cuenta. En días específicos ofrecen una soda gratis por compras mayor a \$5 dólares, algunos locales de comida típica han creado la hora al 2x1 en pupusas de cierta especialidad. De esa manera cada negocio dependiendo de su rubro enfocan en promociones especiales a sus clientes.

9. ¿Por favor indique que tipo de publicidad utilizan?

Radio TV Afiches Volantes Internet Ninguno Prensa

La publicidad impresa como hojas volantes todavía tiene mucho impacto, según los comentarios de los propietarios, además está la ventaja de que no es caro en relación con su efectividad. Otro medio gratuito es el uso del correo convencional, el cual es solicitado al cliente en la primer visita. En menor proporción algunos comercios han tenido la ventaja de asistir a un programa de televisión nacional y aprovechar algunos minutos para preparar en vivo, de igual forma unos dos comercios ha tenido la posibilidad de publicar una receta en alguna sección especial de prensa.

10. ¿Qué criterios utiliza para la selección del personal para que el restaurante funcione en óptimas condiciones?

.

El primero es que posean experiencia en el rubro, algunos propietarios afirman que solicitan nivel académico en general que sea hasta bachillerato, para el cocinero principal, especialización en artes culinarias, como en toda empresa en el proceso se necesitan referencias personales, laborales, solvencia de antecedentes, además características personales como la creatividad y el conocimiento del producto ya que es importante que el cliente aprecie seguridad en lo que el personal de contacto dice y en la forma en que le orienta, el autocontrol es útil en momentos o situaciones imprevistas para poder encontrar soluciones apropiadas ante el consumidor.

11. ¿Cuáles son los riesgos que se corren al abrir un restaurante, o cuales fueron las principales dificultades que enfrente en el inicio del negocio?

El mayor riesgo se encuentra en subestimar económicamente lo que cuesta no sólo abrir un restaurante, sino mantenerlo funcionando durante los primeros meses y años que son cruciales, muchos tienen dificultades para encontrar su base el primer año, mientras que el dueño busca los ajustes necesarios en el menú o en el personal e informan a los clientes sobre el lugar. Para disminuir esos riesgos, fue importante prever fondos para cubrir los costos de salarios, alimentos y facturas ya que puede tomar un tiempo que un nuevo negocio llegue al punto de obtener utilidades.

Para otros propietarios existieron otros retos como el hecho que las personas conozcan y se familiarizaran con un nuevo servicio, el sostener precios ajustados al bolsillo de los consumidores que se mantuviera en equilibrio con obtener proveedores de insumos de alta calidad e higiene.

Otro desafío es el alza en el precio de insumos básicos para muchos locales de comida típica, otros factores externos ligados al riesgo son los numerosos comercios que venden productos similares, el tema de la delincuencia a nivel nacional, lo cual atemoriza a muchas personas para salir de sus casas, aunque la ventaja del municipio es que posee amplia vigilancia proporcionada por la municipalidad lo que genera tranquilidad a los visitantes. Por último consideraron que la ubicación del restaurante juega un papel importante ya que sino se analiza correctamente el entorno puede tornarse en desventaja.

12. ¿Puede describir brevemente las operaciones que están involucradas en el restaurante?

Se descubrió que si bien de los propietarios entrevistados detallaron operaciones en común, algunos de estos pueden variar en dependencia de las características de cada restaurante, en las que intervienen desde políticas de servicio y aspectos culturales.

A continuación se describen operaciones de los comercios:

- En cocina: limpieza del área de trabajo, preparación de recetas, controlar preparar órdenes o pedidos, limpieza de equipo de trabajo, control de basura y/o desperdicios, mantener la correcta cocción y presentación de los platillos terminados.
- En área de suministros: requisiciones de material, control de existencias y salidas de insumos.
- En el área de servicio o clientes: limpieza del lugar, montaje de mesas y sillas, recibir y atender a los clientes, elaborar y controlar órdenes, pedir órdenes de trabajo, surtir órdenes, entregar cuentas.
- En Caja: controlar órdenes, controlar el flujo de dinero, realizar corte de caja, consolidar cuentas.

13. ¿Qué modalidad de servicio proporcionan?

- **Únicamente Atención en Sala**
- **Servicio a Domicilio**

Existen pocos negocios que cuentan con servicio a domicilio, de los escasos lugares que proporcionan esta prestación lo hacen sin ningún costo adicional al servicio siempre y cuando la residencia del cliente se encuentre en colonias aledañas al restaurante, del resto de comercios su fuerte es la atención en sala, además se realizan pedidos por teléfono de esta manera los clientes pueden ordenar desde la comodidad de sus casas y si lo prefieren comer en el lugar sin esperar mayor tiempo.

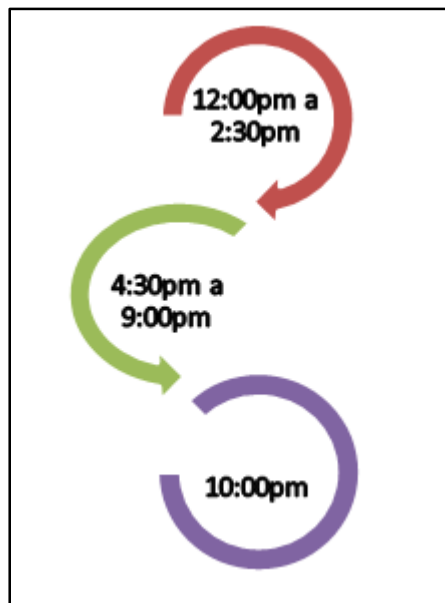
14. ¿En qué horario posee mayor afluencia de clientes en su comercio?

8:00am a-11:00am

12:00pm -3:00pm

4:00pm –7:00pm

8:00pm -11:00pm



En general las horas de mayor afluencia de consumidores son en horas del mediodía entre 12:00pm a 2:30pm el otro segmento es de 4:30pm a 9:00pm en fechas que realizan actividades por parte de la municipalidad extienden horario hasta las 10:00pm.

Anexo N°5 Resultados Guía de Entrevista dirigida a socios que pretenden invertir en la apertura de un Restaurante en el de Municipio Antiguo Cuscatlán.

1. ¿Qué les motivó invertir en un negocio propio?

La principal razón para iniciar un negocio es independizarse financieramente, como trabajador dependiente se tiene un límite de ingresos o sueldo, como emprendedor no lo hay. Una de las mejores razones para ser empresario, es porque hay algo que entusiasma, puede fácilmente convertirse en la mayor fortaleza para crear una empresa competitiva e innovadora. Aunque es importante resaltar que requiere más dedicación que ser empleado, pero se aplica dedicación con gusto. Otro motivo es que es una forma excelente de explorar habilidades creativas buscando nuevas formas de satisfacer necesidades en un mercado, por otra parte ser un negocio familiar abre oportunidades para que las nuevas generaciones adquieran experiencia.

2. ¿Por qué invertir en el rubro de restaurante?

La idea de invertir se da por varias razones, si bien un comercio de esta categoría va a tener competencia en cualquier ciudad, son fuertes captadores de consumo por parte de habitantes locales y de visitantes de otros lugares tanto fuera como del interior del país, es una excelente idea porque a la gente le gusta salir a comer afuera, tanto sea por el sabor, por el ambiente, por el hecho de no tener que cocinar ni lavar platos, por salir de su casa, etc. Así es que la necesidad existe, aunque como en cualquier negocio, antes de concretar la idea se ha determinado investigar el mercado, procurando conocer cuáles son las preferencias y gustos de los consumidores, además de indagar sobre los permisos, requerimientos y asegurándonos de que contaremos con una demanda suficiente en el tiempo y recuperar la inversión.

3. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de la inversión a realizar?

Se aportara de capital propio, pero acompañado a eso se estima acudir a una institución financiera para tramitar un crédito bancario el cual se destinará a la adquisición los activos fijos necesarios para iniciar el funcionamiento del negocio.

4. ¿Cuál es su visión a corto y largo plazo con el restaurante?

A corto plazo es lograr la plena satisfacción de todos los clientes cada vez que visiten el negocio, así como brindar una propuesta diferente e innovadora en los alimentos y la presentación de estos. A largo plazo se pretende ser una nueva referencia en la categoría, reconocidos como un restaurante original y pioneros en el servicio de la comida en miniporciones de origen española.

5. ¿Por qué eligió el Municipio de Antiguo Cuscatlán como mercado potencial?

En primera instancia es un sitio con un alto atractivo turístico debido a sus actividades gastronómicas, festividades culturales y celebraciones religiosas. Por otro lado se ha centralizado la idea de emprender en ese sector ya que se observan aspectos como el buen trabajo en los servicios municipales que proporcionan las alcaldías a las empresas desde el tren de aseo, el estado de carreteras, el impacto de delincuencia sobre los comercios, las regulaciones para crear un negocio, está prácticamente libre del desorden y mal aspecto que ocasiona en otros lugares el comercio informal.

Anexo N°6 Ficha de Observación.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Observador/a:			Fecha:	
Nombre Negocio:				
Aspectos a Observar	SI	NO	Comentarios	
Publicidad en Fachada Principal				
Reparten Volantes				
Realizan Perifoneo				
Se encuentran clientes en el local				
Poseen Menú				
Ofertas o Promociones Vigentes				
Entre 2 a 4 Empleados				
Entre 5 a 8 Empleados				
Precios a la vista del cliente				
Ofrecen servicio a domicilio				
Ubicado aledaño al Parque Central				
Ubicado en el Centro Comercial Plaza del Sol				
Ubicado en el Centro Comercial Plaza Cuscatlán				
Otros:				

Anexo N°7 Modelo de Cuestionario dirigido a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Cuestionario dirigido a Turistas y habitantes del Casco Urbano del Municipio Antiguo Cuscatlán.

Encuesta sobre un estudio de factibilidad para la apertura de un restaurante de comida tipo española con características de miniporciones en el Municipio de Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad.

I. **Saludo:** Por este medio reciba un cordial saludo, somos estudiantes egresados de la Universidad de El Salvador de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas, en esta ocasión le solicitamos su valiosa colaboración para completar la siguiente encuesta la cual será utilizada para fines académicos y de manera confidencial.

II. Objetivo:

- Recopilar información acerca de los gustos y preferencias de la gastronomía que prefieren consumir los habitantes del casco urbano del Municipio de Antiguo Cuscatlán para la apertura de un restaurante de comida tipo española.

III. Indicaciones:

Marque con una "X" la respuesta que considere adecuada según su opinión y complementé donde sea necesario.

IV. DATOS GENERALES

-Género: Masculino Femenino

Objetivo: Determinar los diferentes gustos y preferencias en cuanto a la distinción de género entre los pobladores y visitantes de Antiguo Cuscatlán.

- Edad:

18-30	
31-40	
41-50	
51-59	

Objetivo: Conocer el promedio de edad de los encuestados.

-Visitante: Habitante local Visitante Nacional Visitante Extranjero

Objetivo: Realizar un sondeo sobre la cantidad de visitantes nacionales, locales y extranjeros.

-¿Actualmente usted posee un empleo? Si No

Objetivo: Identificar el porcentaje de los potenciales consumidores que son económicamente activos.

V. GENERALIDADES ESPECÍFICAS DE LA INVESTIGACIÓN

1. ¿Conoce usted la comida tipo española?

Objetivo: Identificar la cantidad de personas que conocen referente al tipo de comida en la cual incursionará el nuevo establecimiento.

Si No

2. ¿Ha consumido alguna vez comida tipo española?

Objetivo: Conocer la cantidad de personas que han consumido alguna vez comida tipo española.

Si No

3. Si se estableciera un restaurante de comida tipo española en este municipio, ¿Estaría dispuesto a visitarlo?

Objetivo: Conocer la disposición de los consumidores a visitar un nuevo establecimiento de ese tipo.

Si No

4. De las siguientes imágenes de comercios de comida tipo española, favor marcar una x en una de las siguientes opciones:

Objetivo: Descubrir el conocimiento de los consumidores respecto a los negocios que ofrecen comida tipo española.



Lo conozco

No lo conozco



Lo conozco

No lo conozco



Lo conozco

No lo conozco



Lo conozco

No lo conozco

5. ¿Con que frecuencia visita un restaurante o local de comida?

Objetivo: Investigar la continuidad con que los consumidores visitan un establecimiento de comida.

1 vez por semana 2 veces por semana fin de semana

6. De acuerdo a su respuesta anterior, marque él o los días que más frecuenta para salir a comer fuera de su hogar.

Objetivo: Conocer que días específicos los clientes prefieren para comer fuera de sus casas.

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes

Sábado

Domingo

7. De los diferentes tipos de locales de comida que existen en el municipio, marque con una X según la frecuencia que visita los establecimientos detallados a continuación:

Objetivo: Conocer la preferencia de visita por los clientes acerca de los diferentes tipos de locales de comida existentes en el municipio.

Local	Siempre visito	Algunas veces lo he visitado	Ninguna vez lo he visitado
Comida China			
Comida Mexicana			
Comida Típica			
Comida Rápida			

8. ¿Cómo califica el tipo de comida que ofrecen los restaurantes en el Municipio?

Objetivo: Conocer el grado de aceptación de los consumidores hacia los distintos tipo de comida en el sector.

Local	Excelente	Buena	Regular	Mala
Comida China				
Comida Mexicana				
Comida Típica				
Comida Rápida				

9. En caso que haya visitado más de alguna vez alguno de los siguientes locales en el sector como considera los precios:

Objetivo: Sondear la opinión de los consumidores referente al precio de los establecimientos en la zona.

	Económico	Moderado	Nada Económico
Comida Mexicana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comida China	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comida Típica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comida Rápida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿En un aproximado cuándo usted visita un restaurante, cuánto dinero dispone por un menú personal?

Objetivo: Investigar el promedio de dinero que los clientes están dispuestos a pagar por consumir en un comercio de alimentos.

\$1 - \$3 \$4 - \$6 \$7 - \$9 \$10 en adelante

11 ¿En qué horario le gusta visitar con mayor frecuencia un restaurante?

Objetivo: Identificar la preferencia de horario de los clientes al momento de acudir a un establecimiento de comida.

8:00am a-11:00am 12:00pm -3:00pm 4:00pm -7:00pm

8:00pm -11:00pm

12 Si se aperturará un nuevo restaurante ¿En qué horario le gustaría se le brindase el servicio?

Objetivo: Conocer el horario de mayor preferencia para los clientes.

8:00am a-11:00am 12:00pm -3:00pm

4:00pm -7:00pm 8:00pm -11:00pm

13. ¿Cuándo visita un restaurante, que le hace sentir un ambiente agradable?

Enumere del N° 1 al 3, siendo 1 el aspecto que considera crea un ambiente más agradable y 3 el aspecto que menor peso genera para una experiencia satisfactoria en el momento de la visita.

Objetivo: Conocer los aspectos que al consumidor le agregan un mejor valor a la experiencia de la visita a un restaurante.

La decoración Orden y Aseo Aroma

14. Enumere en una escala del 1 al 10 siendo 1 el factor de mayor importancia y 10 el factor de menor importancia, que le motivan y toma en cuenta para visitar un negocio de comida.

Objetivo: Identificar los factores que más valoran los clientes al momento de decidir a qué restaurante ir a comer.

Atributo	Asigne una escala del 1-10.
Parqueo	
Higiene del local	
Calidad de la comida	
Ubicación accesible	
Rapidez en la atención	
Precios accesibles	
Vigilancia	
Local amplio	
Promociones en fechas especiales	
Por la popularidad del negocio	

15. En cuanto al servicio al cliente ¿Qué factor influye para que usted se sienta satisfecho cuando visita un local de comida?

Objetivo: Conocer que elementos contribuyen a una mayor satisfacción del cliente.

Apariencia del Personal Amabilidad Tiempo de atención

16. ¿Señale dos aspectos que valora al momento de visitar un nuevo restaurante?

Objetivo: Conocer los aspectos que los consumidores valoran a la hora de visitar un nuevo restaurante.

Innovación del producto
El precio
Publicidad
Ubicación
Promociones

17. ¿De qué manera considera que debe generarse publicidad para un restaurante en la zona?

Objetivo: Identificar la forma en la que a los clientes les parezca mejor recibir publicidad de un restaurante.

Hojas Volantes Afiches informativo Perifoneo Interno

18. Si se ubicará un nuevo local de comida tipo española en las cercanías del casco urbano del municipio. ¿En cuál de los siguientes lugares le parecería mejor que se estableciera? Favor marque una opción.

Objetivo: Conocer si la ubicación propuesta le parece accesible al consumidor al momento de elegir qué lugar visitar para comer.

Aledaño al parque central

Centro comercial Plaza del Sol

Centro Comercial Plaza Cuscatlán

19. Que modalidad de servicio le parece más apropiada a sus gustos y preferencias: Enumere en una escala del 1 al 5 siendo 1 el factor de mayor importancia y 5 el factor de menor, al tipo de servicio que es más acorde a sus preferencias para visitar un negocio de comida.

Objetivo: Conocer la modalidad de servicio por la cual los consumidores poseen mayor afinidad.

Tipo de Servicio	Asigne una escala del 1 al 5.
Comida Gourmet	
Comida rápida	
Buffet	
Temático (Por la especialidad en el país de origen)	
Familiar	

20. Conoce el concepto mini-porciones enfocado en el servicio de comida.

Objetivo: Indagar el conocimiento de los clientes respecto a la característica de la comida en mini-porciones.

Si No

Si su respuesta es Afirmativa, pase a la pregunta 22

Si su respuesta es Negativa, pase a la pregunta 21

21. ¿Qué idea le genera a usted el concepto de mini – porciones?

Objetivo: Verificar el grado de comprensión por parte de los consumidores respecto a lo que entienden por mini-porciones.

Un bocadillo. Una pieza pequeña. Una degustación

22. ¿Qué piensa de un negocio de mini-porciones?

Objetivo: Conocer la opinión de los clientes respecto a un negocio que ofrezca comida en mini-porciones.

Innovado Interesante Extraño Es indiferent Curios

23. ¿Qué le atraería para ir a un restaurante de mini-porciones? Favor seleccione dos opciones.

Objetivo: Conocer cuál sería el mayor atractivo hacia los clientes para un negocio de ese tipo.

Variedad Menú Precio Temática del negocio Por novedad

Acceso al lugar Cultural

Anexo N°8 Modelo Guía de Entrevista dirigida a Propietarios de Restaurantes ubicados en el Casco Urbano del Municipio Antigua Cuscatlán.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Guía de Entrevista dirigida a Propietarios de Restaurantes ubicados en el Casco Urbano del Municipio Antigua Cuscatlán.

El presente instrumento responde a la investigación de un trabajo universitario, bajo el siguiente tema: "Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la apertura de un restaurante de comida tipo española con características de miniatura en el Municipio de Antigua Cuscatlán, Departamento de La Libertad".

Objetivo: Entrevistar a empresarios de la zona para conocer sobre la experiencia de incursionar en un negocio de comida y los principales aspectos que consideran más importantes para el funcionamiento y éxito de los mismos.

Primera Parte: Datos Generales

Nombre Comercial del negocio: _____

Tipo de Empresa: Persona Natural: _____ Persona Jurídica: _____ Otro: _____

Segunda Parte: Sección de Preguntas

1. ¿Cuántos años lleva involucrado en el negocio?
2. ¿Qué perfil suele tener el cliente que se acerca hasta su restaurante?
3. ¿Cuáles son las claves para tener éxito en un negocio como éste?
4. ¿Cómo logró usted la fidelidad de su clientela?
5. ¿Qué otros beneficios considera que se deben ofrecer al visitante de un restaurante?
6. ¿Cree que para que un restaurante tenga éxito se requiere, no sólo un buen menú o servicio, sino también en la renovación constante de la ambientación y decoración de su local?
7. ¿Cómo se da a conocer el restaurante?
8. ¿Cuentan con alguna promoción(es) especial(es)?
9. ¿Por favor indique que tipo de publicidad utilizan?

Radio TV Afiches Volantes Internet Ninguno

10. ¿Qué criterios utiliza para la selección del personal para que el restaurante funcione en optimas condiciones?

11. ¿Cuáles son los riesgos que se corren al abrir un restaurante, o cuales fueron las principales dificultades que enfrente en el inicio del negocio?

12. ¿Puede describir brevemente las operaciones que están involucradas en el restaurante?

13. ¿Qué modalidad de servicio proporcionan?

- Únicamente Atención en Sala
- Servicio a Domicilio

14. ¿En qué horario posee mayor afluencia de clientes en su comercio?

8:00am a-11:00am 12:00pm -3:00pm 4:00pm -7:00pm

8:00pm -11:00pm

Anexo N° 9 Modelo Guía de Entrevista dirigida a socio que pretende invertir en la apertura de un Restaurante en el de Municipio Antiguo Cuscatlán.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Guía de Entrevista dirigida a socio que pretende invertir en la apertura de un Restaurante en el de Municipio Antiguo Cuscatlán.

El presente instrumento responde a la investigación de un trabajo universitario, bajo el siguiente tema: "Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la apertura de un restaurante de comida tipo española con características de miniporciones en el Municipio de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad".

Objetivo: Entrevistar a socio para conocer sus expectativas en incursionar en el ámbito de los negocios y apertura de un Restaurante.

Primera Parte

Datos Generales

Socio ó Propietario

Edad : _____

Genero : Masculino Femenino

Segunda Parte: Sección de Preguntas

1. ¿Qué le motivó invertir en un negocio propio?

2. ¿Por qué invertir en el rubro de restaurante?

3. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de la inversión a realizar?

4. ¿Cuál es su visión a corto y largo plazo con el restaurante?

5. ¿Por qué eligió el Municipio de Antiguo Cuscatlán como mercado potencial?

Anexo N° 10 Detalle de Amortizaciones mensuales de préstamo bancario.

N° MES	PRINCIPAL	INTERES	SEGURO	CUOTA TOTAL	SALDO
1	\$ -	\$ 163.22	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,700.00
2	\$ 99.70	\$ 63.53	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,600.31
3	\$ 100.52	\$ 62.70	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,499.79
4	\$ 101.35	\$ 61.87	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,398.44
5	\$ 102.18	\$ 61.04	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,296.26
6	\$ 103.03	\$ 60.19	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,193.23
7	\$ 103.88	\$ 59.34	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 7,089.36
8	\$ 104.73	\$ 58.49	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,984.62
9	\$ 105.60	\$ 57.62	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,879.03
10	\$ 106.47	\$ 56.75	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,772.56
11	\$ 107.35	\$ 55.87	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,665.21
12	\$ 108.23	\$ 54.99	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,556.98
AÑO 1	\$ 1,143.02	\$ 815.62	\$ 73.92	\$ 2,032.56	\$ 6,556.98
13	\$ 109.12	\$ 54.10	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,447.86
14	\$ 110.03	\$ 53.19	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,337.83
15	\$ 110.93	\$ 52.29	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,226.90
16	\$ 111.85	\$ 51.37	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,115.05
17	\$ 112.77	\$ 50.45	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 6,002.28
18	\$ 113.70	\$ 49.52	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,888.58
19	\$ 114.64	\$ 48.58	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,773.94
20	\$ 115.59	\$ 47.63	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,658.35
21	\$ 116.54	\$ 46.68	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,541.81
22	\$ 117.50	\$ 45.72	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,424.31
23	\$ 118.47	\$ 44.75	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,305.84
24	\$ 119.45	\$ 43.77	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,186.40
AÑO 2	\$ 1,370.58	\$ 588.06	\$ 73.92	\$ 2,032.56	\$ 5,186.40

Nº MES	PRINCIPAL	INTERES	SEGURO	CUOTA TOTAL	SALDO
25	\$ 120.43	\$ 42.79	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 5,065.97
26	\$ 121.43	\$ 41.79	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,944.54
27	\$ 122.43	\$ 40.79	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,822.11
28	\$ 123.44	\$ 39.78	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,698.67
29	\$ 124.46	\$ 38.76	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,574.22
30	\$ 125.48	\$ 37.74	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,448.74
31	\$ 126.52	\$ 36.70	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,322.22
32	\$ 127.56	\$ 35.66	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,194.66
33	\$ 128.61	\$ 34.61	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 4,066.04
34	\$ 129.68	\$ 33.54	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,936.37
35	\$ 130.74	\$ 32.48	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,805.62
36	\$ 131.82	\$ 31.40	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,673.80
AÑO 3	\$ 1,512.60	\$ 446.04	\$ 73.92	\$ 2,032.56	\$ 3,673.80
37	\$ 132.91	\$ 30.31	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,540.89
38	\$ 134.01	\$ 29.21	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,406.88
39	\$ 135.11	\$ 28.11	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,271.77
40	\$ 136.23	\$ 26.99	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 3,135.54
41	\$ 137.35	\$ 25.87	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,998.19
42	\$ 138.48	\$ 24.74	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,859.70
43	\$ 139.63	\$ 23.59	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,720.07
44	\$ 140.78	\$ 22.44	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,579.30
45	\$ 141.94	\$ 21.28	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,437.35
46	\$ 143.11	\$ 20.11	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,294.24
47	\$ 144.29	\$ 18.93	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,149.95
48	\$ 145.48	\$ 17.74	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 2,004.47
AÑO 4	\$ 1,669.33	\$ 289.31	\$ 73.92	\$ 2,032.56	\$ 2,004.47

N° MES	PRINCIPAL	INTERES	SEGURO	CUOTA TOTAL	SALDO
49	\$ 146.68	\$ 16.54	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 1,857.78
50	\$ 147.89	\$ 15.33	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 1,709.89
51	\$ 149.11	\$ 14.11	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 1,560.78
52	\$ 150.34	\$ 12.88	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 1,410.43
53	\$ 151.58	\$ 11.64	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 1,258.85
54	\$ 152.83	\$ 10.39	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 1,106.02
55	\$ 154.10	\$ 9.12	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 951.92
56	\$ 155.37	\$ 7.85	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 796.55
57	\$ 156.65	\$ 6.57	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 639.90
58	\$ 157.94	\$ 5.28	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 481.96
59	\$ 159.24	\$ 3.98	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 322.72
60	\$ 160.56	\$ 2.66	\$ 6.16	\$ 169.38	\$ 162.16
complemento cuota	\$ 162.16	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AÑO 5	\$ 2,004.46	\$ 116.34	\$ 73.92	\$ 2,032.56	\$ -

Anexo N° 11 Detalle de precios cotizados de embutidos para el año 1-2

EMBUTIDOS			
Descripción	proveedor	Precio	Unidad medida
Jamon Serrano	Kreef	\$2.50	Libra
Pollo	Multicongelados	\$1.75	Libra
Jamon de Pierna de Cerdo	Kreef	\$2.75	Libra
Chorizo la Rioja-español	Si-Ham	\$2.35	Libra
Salchichas la Rioja-Viena	Si-Ham	\$1.50	Libra
Camarones pequeños	Multicongelados	\$6.00	Libra

Anexo N° 12 Detalle de precios cotizados de vegetales para el año 1-2

VEGETALES			
Descripción	Proveedor	Precio	Unidad medida
Ajo	Mercado	Unidad	\$0.15
Cebolla	Mercado	Unidad	\$0.10
Perejil	Mercado	Unidad	\$0.20
Pimiento Verde	Mercado	Unidad	\$0.10
Tomate	Mercado	Unidad	\$0.09
Papas	Mercado	Libra	\$0.55
Romero	Mercado	Unidad	\$0.25
Azafran	Mercado	Gramos	\$0.80
Guisantes Verdes	Mercado	Gramos	\$1.19

Anexo N° 13 Detalle de precios cotizados de abarrotes para el año 1-2

ABARROTES			
Descripción	Proveedor	Precio	Unidad medida
Harina	Súper Selectos	\$0.75	Libra
Mantequilla	Súper Selectos	\$2.04	Gramos
Huevos	Súper Selectos	\$2.50	carton
Aceite de Oliva Extra Virgen	Súper Selectos	\$8.50	Litro
Sal	Súper Selectos	\$0.11	Libra
Arroz	Súper Selectos	\$0.50	Libra
Pan mini baguette blanco / 32 unidades 2,88 multi	Multicongelados	\$2.88	paquete
Agua	Agua Cristal	\$0.48	Litro
pan de miga	Súper Selectos	\$1.52	paquete
Ajo en polvo	Súper Selectos	\$1.15	bote

Anexo N° 14 Detalle de precios cotizados de embutidos para el año 3-5

EMBUTIDOS			
Descripción	proveedor	Unidad medida	Precio
Jamon Serrano	Kreef	Libra	\$2.55
Pollo	Multicongelados	Libra	\$1.79
Jamon de Pierna de Cerdo	Kreef	Libra	\$2.81
Chorizo la Rioja-español	Si-Ham	Libra	\$2.40
Salchichas la Rioja-Viena	Si-Ham	Libra	\$1.53
Camarones pequeños	Multicongelados	Libra	\$6.12

Anexo N° 15 Detalle de precios cotizados de vegetales para el año 3-5

VEGETALES			
Descripción	Proveedor	Precio	Unidad medida
Ajo	Mercado	Unidad	\$0.15
Cebolla	Mercado	Unidad	\$0.10
Perejil	Mercado	Unidad	\$0.20
Pimiento Verde	Mercado	Unidad	\$0.10
Tomate	Mercado	Unidad	\$0.09
Papas	Mercado	Libra	\$0.56
Romero	Mercado	Unidad	\$0.26
Azafran	Mercado	Gramos	\$0.81
Guisantes Verdes	Mercado	Gramos	\$1.21

Anexo N° 16 Detalle de precios cotizados de abarrotos para el año 3-5

ABARROTOS			
Descripción	Proveedor	Precio	Unidad medida
Harina	Súper Selectos	\$0.77	Libra
Mantequilla	Súper Selectos	\$2.08	Gramos
Huevos	Súper Selectos	\$2.55	carton
Aceite de Oliva Extra Virgen	Súper Selectos	\$8.67	Litro
Sal	Súper Selectos	\$0.11	Libra
Arroz	Súper Selectos	\$0.51	Libra
Pan mini baguette blanco / 32 unidades 2,88 multi	Multicongelados	\$2.94	paquete
Agua	Agua Cristal	\$0.49	Litro
pan de miga	Súper Selectos	\$1.55	paquete
Ajo en polvo	Súper Selectos	\$1.17	bote

Anexo N° 17 Proyecciones de Venta en Unidades Años 1

PROYECCIONES DE VENTA PARA AÑO 1					PROYECCIONES DE VENTA PARA AÑO 2 SE ESPERA INCREMENTO DE 2%				PROYECCIONES DE VENTA PARA AÑO 3 SE ESPERA INCREMENTO DE 2%				PROYECCIONES DE VENTA PARA AÑO 4 SE ESPERA INCREMENTO DE 2%				PROYECCIONES DE VENTA PARA AÑO 5 SE ESPERA INCREMENTO DE 2%			
Mes	Menú 1	Menú 2	Menú 3	TOTAL	Menú 1	Menú 2	Menú 3	TOTAL	Menú 1	Menú 2	Menú 3	TOTAL	Menú 1	Menú 2	Menú 3	TOTAL	Menú 1	Menú 2	Menú 3	TOTAL
Enero	133	142	155	430	136	145	158	439	139	148	161	448	141	150	165	456	144	153	168	465
Febrero	222	237	258	717	227	241	263	731	231	246	269	746	236	251	274	761	241	256	279	776
Marzo	133	142	155	430	136	145	158	439	139	148	161	448	141	150	165	456	144	153	168	465
Abril	267	284	309	860	272	289	316	877	277	295	322	894	283	301	329	913	289	307	335	931
Mayo	133	142	155	430	136	145	158	439	139	148	161	448	141	150	165	456	144	153	168	465
Junio	133	142	155	430	136	145	158	439	139	148	161	448	141	150	165	456	144	153	168	465
Julio	133	142	155	430	136	145	158	439	139	148	161	448	141	150	165	456	144	153	168	465
Agosto	222	237	258	717	227	241	263	731	231	246	269	746	236	251	274	761	241	256	279	776
Septiembre	178	189	206	573	181	193	211	585	184	197	214	595	189	201	219	609	192	206	222	620
Octubre	178	189	206	573	181	193	211	585	184	197	214	595	189	201	219	609	192	206	222	620
Noviembre	156	166	181	503	159	169	184	512	162	172	189	523	166	177	189	532	168	179	196	543
Diciembre	333	355	387	1075	340	361	394	1095	347	368	403	1118	354	377	410	1141	362	385	420	1167
TOTAL	2221	2367	2580	7168	2267	2412	2632	7311	2311	2461	2685	7457	2358	2509	2739	7606	2405	2560	2793	7758
UNIDADES TOTALES DURANTE 5 AÑOS				37300																

*Nota: Previo al Cálculo de la Demanda Potencial detallado en el Cuadro N°4, se procedió a distribuir la cantidad de menús a vender para cada año, se estiman porcentajes del 31%, 33% y 36%, para los Menús 1,2 y 3 en el orden respectivo, los cuales contendrán ingredientes que son perecederos en menor tiempo por lo cual se promoverán las ventas de dichos platillos en mayor porcentaje. Utilizando el método de proyecciones de ventas incremental por criterio y conocimiento adquiridos en el estudio de mercado se pretende un incremento en las ventas en unidades de un 2% por cada año.

Anexo N° 18 Detalle de requerimiento de materia prima para la elaboración de los Platos para el Restaurante Año 1-5

Requerimiento Anual de Producción de Paella 2367 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 12 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,367÷12)	=	Cantidad para 2367 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2367 porciones x Valor Unitario(\$)
Arroz	Gramos	800	x	197	=	157600	\$0.0010	\$157.60
Pollo	Onzas	16	x	197	=	3152	\$0.1094	\$344.83
Guisantes Verdes	Gramos	250	x	197	=	49250	\$0.0024	\$117.22
Chorizo	Onzas	10	x	197	=	1970	\$0.1469	\$289.34
Salchicha	Onzas	8	x	197	=	1576	\$0.0938	\$147.83
Camaron	Unidad	16	x	197	=	3152	\$0.2000	\$630.40
Tomates	Unidad	3	x	197	=	591	\$0.0900	\$53.19
Cebolla	Unidad	2	x	197	=	394	\$0.1000	\$39.40
Pimiento Verde	Unidad	2	x	197	=	394	\$0.1000	\$39.40
Agua	Mililitros	1200	x	197	=	236400	\$0.0005	\$113.47
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	197	=	1182	\$0.0085	\$10.05
Sal	Onzas	2	x	197	=	394	\$0.0069	\$2.71
Rama de Romero	Unidad	1	x	197	=	197	\$0.0625	\$12.31
Azafrán	Gramos	30	x	197	=	5910	\$0.0016	\$9.46
Perejil	Unidad	1	x	197	=	197	\$0.0500	\$9.85
Total								\$1,977.05

Requerimiento Anual de Producción de Salmorejo para 7168 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (7,168÷10)	=	Cantidad para 7168 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 7,168 porciones x Valor Unitario(\$)
Tomates	Unidad	9	x	717	=	6453	\$0.0900	\$580.77
Pan de Miga	Gramos	200	x	717	=	143400	\$0.0030	\$435.94
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	717	=	4302	\$0.0085	\$36.57
Ajo	Gramos	70	x	717	=	50190	\$0.0023	\$115.44
Sal	Onzas	2	x	717	=	1434	\$0.0069	\$9.86
Total								\$1,178.57

Requerimiento Anual de Producción de Tortilla Española 4588 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 8 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,588÷8)	=	Cantidad para 4,588 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4,588 porciones x Valor Unitario(\$)
Papas	Onzas	32	x	573	=	18336	\$0.0234	\$429.06
Cebolla	Unidad	1	x	573	=	573	\$0.1000	\$57.30
Pimiento Verde	Unidad	2	x	573	=	1146	\$0.1000	\$114.60
Huevos	Unidad	2	x	573	=	1146	\$0.0833	\$95.46
Aceite de oliva virgen	Onzas	8	x	573	=	4584	\$0.0085	\$38.96
Sal	onzas	2	x	573	=	1146	\$0.0069	\$7.88
Tomate	Unidad	2	x	573	=	1146	\$0.0900	\$103.14
Chorizo	Onzas	14	x	573	=	8022	\$0.1468	\$1,177.63
Total								\$2,024.04

Requerimiento Anual de Croquetas 4801 Porciones.								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 20 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,801÷20)	=	Cantidad para 4801 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2367 porciones x Valor Unitario(\$)
Jamón serrano	Onzas	16	x	240	=	3840	\$0.1563	\$600.19
Cebolla	Unidad	2	x	240	=	480	\$0.1000	\$48.00
Ajo	Gramos	60	x	240	=	14400	\$0.0023	\$33.12
Harina	Gramos	375	x	240	=	90000	\$0.0015	\$135.00
Mantequilla	Gramos	160	x	240	=	38400	\$0.0041	\$157.44
Salchicha	Onzas	12	x	240	=	2880	\$0.0938	\$270.14
Total								\$1,243.90

Requerimiento Producción Anual de Montadito Serrano 2580 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,580÷10)	=	Cantidad para 2580 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2580 porciones x Valor Unitario(\$)
Pan Mini Baguette	Unidad	10	x	258	=	2580	\$0.0900	\$232.20
Jamon de Cerdo	Onza	12	x	258	=	3096	\$0.1719	\$532.20
Pimiento Verde	Unidad	3	x	258	=	774	\$0.1000	\$77.40
Jamon Serrano	Onza	12	x	258	=	3096	\$0.1563	\$483.90
Tomate	Unidad	2	x	258	=	516	\$0.0900	\$46.44
Sal	Onza	1	x	258	=	258	\$0.0069	\$1.77
Aceite de Oliva	Onza	4	x	258	=	1032	\$0.0085	\$8.77
Total								\$1,382.69

**Detalle de requerimiento de materia prima para la elaboración de los
Platillos para el Restaurante Año 2.**

Requerimiento Anual de Producción de Paella para 2412 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 12 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,412÷12)	=	Cantidad para 2412 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2412 porciones x Valor Unitario(\$)
Arroz	Gramos	800	x	201	=	160800	\$0.0010	\$160.80
Pollo	Onzas	16	x	201	=	3216	\$0.1094	\$351.83
Guisantes Verdes	Gramos	250	x	201	=	50250	\$0.0024	\$119.60
Chorizo	Onzas	10	x	201	=	2010	\$0.1469	\$295.22
Salchicha	Onzas	8	x	201	=	1608	\$0.0938	\$150.83
Camaron	Unidad	16	x	201	=	3216	\$0.2000	\$643.20
Tomates	Unidad	3	x	201	=	603	\$0.0900	\$54.27
Cebolla	Unidad	2	x	201	=	402	\$0.1000	\$40.20
Pimiento Verde	Unidad	2	x	201	=	402	\$0.1000	\$40.20
Agua	Mililitros	1200	x	201	=	241200	\$0.0005	\$115.78
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	201	=	1206	\$0.0085	\$10.25
Sal	Onzas	2	x	201	=	402	\$0.0069	\$2.76
Rama de Romero	Unidad	1	x	201	=	201	\$0.0625	\$12.56
Azafrán	Gramos	30	x	201	=	6030	\$0.0016	\$9.65
Perejil	Unidad	1	x	201	=	201	\$0.0500	\$10.05
Total								\$2,017.20

Requerimiento Anual de Producción de Salmorejo para 7311 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (7,311÷10)	=	Cantidad para 7311 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 7311 porciones x Valor Unitario(\$)
Tomates	Unidad	9	x	731	=	6579	\$0.0900	\$592.11
Pan de Miga	Gramos	200	x	731	=	146200	\$0.0030	\$444.45
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	731	=	4386	\$0.0085	\$37.28
Ajo	Gramos	70	x	731	=	51170	\$0.0023	\$117.69
Sal	Onzas	2	x	731	=	1462	\$0.0069	\$10.05
Total								\$1,201.58

Requerimiento Anual de Producción de Tortilla Española 4679 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 8 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,679÷8)	=	Cantidad para 4679 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4679 porciones x Valor Unitario(\$)
Papas	Onzas	32	x	585	=	18720	\$0.0234	\$438.05
Cebolla	Unidad	1	x	585	=	585	\$0.1000	\$58.50
Pimiento Verde	Unidad	2	x	585	=	1170	\$0.1000	\$117.00
Huevos	Unidad	2	x	585	=	1170	\$0.0833	\$97.46
Aceite de oliva virgen	Onzas	8	x	585	=	4680	\$0.0085	\$39.78
Sal	Gramos	2	x	585	=	1170	\$0.0069	\$8.04
Tomate	Unidad	2	x	585	=	1170	\$0.0900	\$105.30
Chorizo	Onzas	14	x	585	=	8190	\$0.1468	\$1,202.29
Total								\$2,066.42

Requerimiento Anual de Croquetas 4899 Porciones.								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 20 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,899÷20)	=	Cantidad para 4899 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4899 porciones x Valor Unitario(\$)
Jamón serrano	Onzas	16	x	245	=	3920	\$0.1563	\$612.70
Cebolla	Unidad	2	x	245	=	490	\$0.1000	\$49.00
Ajo	Gramos	60	x	245	=	14700	\$0.0023	\$33.81
Harina	Gramos	375	x	245	=	91875	\$0.0015	\$137.81
Mantequilla	Gramos	160	x	245	=	39200	\$0.0041	\$160.72
Salchicha	Onzas	12	x	245	=	2940	\$0.0938	\$275.77
Total								\$1,269.81

Requerimiento Producción Anual de Montadito Serrano 2632 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,632÷10)	=	Cantidad para 2632 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2632 porciones x Valor Unitario(\$)
Pan Mini Baguette	Unidad	10	x	263	=	2630	\$0.0900	\$236.70
Jamon de Cerdo	Onza	12	x	263	=	3156	\$0.1719	\$542.52
Pimiento Verde	Unidad	3	x	263	=	789	\$0.1000	\$78.90
Jamon Serrano	Onza	12	x	263	=	3156	\$0.1563	\$493.28
Tomate	Unidad	2	x	263	=	526	\$0.0900	\$47.34
Sal	Onza	1	x	263	=	263	\$0.0069	\$1.81
Aceite de Oliva	Onza	4	x	263	=	1052	\$0.0085	\$8.94
Total								\$1,409.49

**Detalle de requerimiento de materia prima para la elaboración de los
Platillos para el Restaurante Año 3.**

Requerimiento Anual de Producción de Paella para 2461 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 12 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,461÷12)	=	Cantidad para 2,461 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2,461 porciones x Valor Unitario(\$)
Arroz	Gramos	800	x	205	=	164000	\$0.0010	\$164.00
Pollo	Onzas	16	x	205	=	3280	\$0.1094	\$358.83
Guisantes Verdes	Gramos	250	x	205	=	51250	\$0.0024	\$121.98
Chorizo	Onzas	10	x	205	=	2050	\$0.1469	\$301.09
Salchicha	Onzas	8	x	205	=	1640	\$0.0938	\$153.83
Camaron	Unidad	16	x	205	=	3280	\$0.2000	\$656.00
Tomates	Unidad	3	x	205	=	615	\$0.0900	\$55.35
Cebolla	Unidad	2	x	205	=	410	\$0.1000	\$41.00
Pimiento Verde	Unidad	2	x	205	=	410	\$0.1000	\$41.00
Agua	Mililitros	1200	x	205	=	246000	\$0.0005	\$118.08
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	205	=	1230	\$0.0085	\$10.46
Sal	Onzas	2	x	205	=	410	\$0.0069	\$2.82
Rama de Romero	Unidad	1	x	205	=	205	\$0.0625	\$12.81
Azafrán	Gramos	30	x	205	=	6150	\$0.0016	\$9.84
Perejil	Unidad	1	x	205	=	205	\$0.0500	\$10.25
Total								\$2,057.34

Requerimiento de Producción de Salmorejo para 7457 porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (7,457÷10)	=	Cantidad para 7457 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 7457 porciones x Valor Unitario(\$)
Tomates	Unidad	9	x	746	=	6714	\$0.0918	\$616.35
Pan de Miga	Gramos	200	x	746	=	149200	\$0.0031	\$462.64
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	746	=	4476	\$0.0087	\$38.81
Ajo	Gramos	70	x	746	=	52220	\$0.0023	\$122.51
Sal	Onzas	2	x	746	=	1492	\$0.0070	\$10.46
Total								\$1,250.76

Requerimiento Anual de Producción de Tortilla Española 4772 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 8 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4772÷8)	=	Cantidad para 4772 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4772 porciones x Valor Unitario(\$)
Papas	Onzas	32	x	597	=	19104	\$0.0242	\$462.32
Cebolla	Unidad	1	x	597	=	597	\$0.1000	\$59.70
Pimiento Verde	Unidad	2	x	597	=	1194	\$0.1000	\$119.40
Huevos	Unidad	2	x	597	=	1194	\$0.0833	\$99.46
Aceite de oliva virgen	Onzas	8	x	597	=	4776	\$0.0085	\$40.60
Sal	Gramos	2	x	597	=	1194	\$0.0069	\$8.21
Tomate	Unidad	2	x	597	=	1194	\$0.0900	\$107.46
Chorizo	Onzas	14	x	597	=	8358	\$0.1468	\$1,226.95
Total								\$2,124.10

Requerimiento Anual de Croquetas 4996 Porciones.								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 20 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,996÷20)	=	Cantidad para 4996 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4996 porciones x Valor Unitario(\$)
Jamón serrano	Onzas	16	x	250	=	4000	\$0.1594	\$637.60
Cebolla	Unidad	2	x	250	=	500	\$0.1020	\$51.00
Ajo	Gramos	60	x	250	=	15000	\$0.0023	\$35.19
Harina	Gramos	375	x	250	=	93750	\$0.0020	\$187.50
Mantequilla	Gramos	160	x	250	=	40000	\$0.0042	\$166.46
Salchicha	Onzas	12	x	250	=	3000	\$0.0956	\$286.88
Total								\$1,364.63

Requerimiento Producción Anual de Montadito Serrano 2685 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,685÷10)	=	Cantidad para 2685 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2685 porciones x Valor Unitario(\$)
Pan Mini Baguette	Unidad	10	x	269	=	2690	\$0.0918	\$246.94
Jamon de Cerdo	Onza	12	x	269	=	3228	\$0.1753	\$565.91
Pimiento Verde	Unidad	3	x	269	=	807	\$0.1020	\$82.31
Jamon Serrano	Onza	12	x	269	=	3228	\$0.1594	\$514.46
Tomate	Unidad	2	x	269	=	538	\$0.0918	\$49.39
Sal	Onza	1	x	269	=	269	\$0.0070	\$1.89
Aceite de Oliva	Onza	4	x	269	=	1076	\$0.0087	\$9.33
Total								\$1,470.23

**Detalle de requerimiento de materia prima para la elaboración de los
Platillos para el Restaurante Año 4.**

Requerimiento Anual de Producción de Paella para 2509 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 12 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,509÷12)	=	Cantidad para 2509 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2509 porciones x Valor Unitario(\$)
Arroz	Gramos	800	x	209	=	167200	\$0.0010	\$170.54
Pollo	Onzas	16	x	209	=	3344	\$0.1116	\$373.07
Guisantes Verdes	Gramos	250	x	209	=	52250	\$0.0024	\$126.84
Chorizo	Onzas	10	x	209	=	2090	\$0.1498	\$313.11
Salchicha	Onzas	8	x	209	=	1672	\$0.0956	\$159.89
Camaron	Unidad	16	x	209	=	3344	\$0.2040	\$682.18
Tomates	Unidad	3	x	209	=	627	\$0.0918	\$57.56
Cebolla	Unidad	2	x	209	=	418	\$0.1020	\$42.64
Pimiento Verde	Unidad	2	x	209	=	418	\$0.1020	\$42.64
Agua	Mililitros	1200	x	209	=	250800	\$0.0005	\$122.79
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	209	=	1254	\$0.0087	\$10.87
Sal	Onzas	2	x	209	=	418	\$0.0070	\$2.93
Rama de Romero	Unidad	1	x	209	=	209	\$0.0638	\$13.32
Azafrán	Gramos	30	x	209	=	6270	\$0.0016	\$10.18
Perejil	Unidad	1	x	209	=	209	\$0.0510	\$10.66
Total								\$2,139.21

Requerimiento Anual de Producción de Salmorejo para 7606 porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (7606÷10)	=	Cantidad para 7606 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 7606 porciones x Valor Unitario(\$)
Tomates	Unidad	9	x	761	=	6849	\$0.0918	\$628.74
Pan de Miga	Gramos	200	x	761	=	152200	\$0.0031	\$471.94
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	761	=	4566	\$0.0087	\$39.59
Ajo	Gramos	70	x	761	=	53270	\$0.0023	\$124.97
Sal	Onzas	2	x	761	=	1522	\$0.0070	\$10.67
Total								\$1,275.91

Requerimiento Anual de Producción de Tortilla Española 4867 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 8 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,867÷8)	=	Cantidad para 4867 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4867 porciones x Valor Unitario(\$)
Papas	Onzas	32	x	608	=	19456	\$0.0242	\$470.84
Cebolla	Unidad	1	x	608	=	608	\$0.1020	\$62.02
Pimiento Verde	Unidad	2	x	608	=	1216	\$0.1020	\$124.03
Huevos	Unidad	2	x	608	=	1216	\$0.0850	\$103.36
Aceite de oliva virgen	Onzas	8	x	608	=	4864	\$0.0087	\$42.17
Sal	Gramos	2	x	608	=	1216	\$0.0070	\$8.53
Tomate	Unidad	2	x	608	=	1216	\$0.0918	\$111.63
Chorizo	Onzas	14	x	608	=	8512	\$0.1498	\$1,275.20
Total								\$2,197.77

Requerimiento Anual de Croquetas 5097 Porciones.								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 20 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (5,097÷20)	=	Cantidad para 5097 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 5097 porciones x Valor Unitario(\$)
Jamón serrano	Onzas	16	x	255	=	4080	\$0.1594	\$650.25
Cebolla	Unidad	2	x	255	=	510	\$0.1020	\$52.02
Ajo	Gramos	60	x	255	=	15300	\$0.0023	\$35.89
Harina	Gramos	375	x	255	=	95625	\$0.0020	\$191.25
Mantequilla	Gramos	160	x	255	=	40800	\$0.0042	\$169.79
Salchicha	Onzas	12	x	255	=	3060	\$0.0956	\$292.61
Total								\$1,391.82

Requerimiento Producción Anual de Montadito Serrano 2739 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,739÷10)	=	Cantidad para 2739 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2739 porciones x Valor Unitario(\$)
Pan Mini Baguette	Unidad	10	x	274	=	2740	\$0.0918	\$251.53
Jamon de Cerdo	Onza	12	x	274	=	3288	\$0.1753	\$576.43
Pimiento Verde	Unidad	3	x	274	=	822	\$0.1020	\$83.84
Jamon Serrano	Onza	12	x	274	=	3288	\$0.1594	\$524.03
Tomate	Unidad	2	x	274	=	548	\$0.0918	\$50.31
Sal	Onza	1	x	274	=	274	\$0.0070	\$1.92
Aceite de Oliva	Onza	4	x	274	=	1096	\$0.0087	\$9.50
Total								\$1,497.56

**Detalle de requerimiento de materia prima para la elaboración de los
Platillos para el Restaurante Año 5.**

Requerimiento Anual de Producción de Paella para 2560 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 12 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,560÷12)	=	Cantidad para 2560 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2560 porciones x Valor Unitario(\$)
Arroz	Gramos	800	x	213	=	170400	\$0.0010	\$173.81
Pollo	Onzas	16	x	213	=	3408	\$0.1116	\$380.21
Guisantes Verdes	Gramos	250	x	213	=	53250	\$0.0024	\$129.27
Chorizo	Onzas	10	x	213	=	2130	\$0.1498	\$319.10
Salchicha	Onzas	8	x	213	=	1704	\$0.0956	\$162.95
Camaron	Unidad	16	x	213	=	3408	\$0.2040	\$695.23
Tomates	Unidad	3	x	213	=	639	\$0.0918	\$58.66
Cebolla	Unidad	2	x	213	=	426	\$0.1020	\$43.45
Pimiento Verde	Unidad	2	x	213	=	426	\$0.1020	\$43.45
Agua	Mililitros	1200	x	213	=	255600	\$0.0005	\$125.14
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	213	=	1278	\$0.0087	\$11.08
Sal	Onzas	2	x	213	=	426	\$0.0070	\$2.99
Rama de Romero	Unidad	1	x	213	=	213	\$0.0638	\$13.58
Azafrán	Gramos	30	x	213	=	6390	\$0.0016	\$10.38
Perejil	Unidad	1	x	213	=	213	\$0.0510	\$10.86
Total								\$2,180.15

Requerimiento Anual de Producción de Salmorejo para 7758 porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (7,758÷10)	=	Cantidad para 7758 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 7758 porciones x Valor Unitario(\$)
Tomates	Unidad	9	x	776	=	6984	\$0.0918	\$641.13
Pan de Miga	Gramos	200	x	776	=	155200	\$0.0031	\$481.24
Aceite de Oliva	Onzas	6	x	776	=	4656	\$0.0087	\$40.37
Ajo	Gramos	70	x	776	=	54320	\$0.0023	\$127.43
Sal	Onzas	2	x	776	=	1552	\$0.0070	\$10.88
Total								\$1,301.06

Requerimiento Anual de Producción de Tortilla Española 4965 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 8 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (4,965÷8)	=	Cantidad para 4965 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 4965 porciones x Valor Unitario(\$)
Papas	Onzas	32	x	620	=	19872	\$0.0242	\$480.90
Cebolla	Unidad	1	x	620	=	621	\$0.1020	\$63.34
Pimiento Verde	Unidad	2	x	620	=	1242	\$0.1020	\$126.68
Huevos	Unidad	2	x	620	=	1242	\$0.0850	\$105.57
Aceite de oliva virgen	Onzas	8	x	620	=	4968	\$0.0087	\$43.07
Sal	Gramos	2	x	620	=	1242	\$0.0070	\$8.71
Tomate	Unidad	2	x	620	=	1242	\$0.0918	\$114.02
Chorizo	Onzas	14	x	620	=	8694	\$0.1498	\$1,302.47
Total								\$2,244.77

Requerimiento Anual de Croquetas 5198 Porciones.								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 20 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (5,198÷20)	=	Cantidad para 5198 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 5198 porciones x Valor Unitario(\$)
Jamón serrano	Onzas	16	x	260	=	4160	\$0.1594	\$663.00
Cebolla	Unidad	2	x	260	=	520	\$0.1020	\$53.04
Ajo	Gramos	60	x	260	=	15600	\$0.0023	\$36.60
Harina	Gramos	375	x	260	=	97500	\$0.0020	\$195.00
Mantequilla	Gramos	160	x	260	=	41600	\$0.0042	\$173.12
Salchicha	Onzas	12	x	260	=	3120	\$0.0956	\$298.35
Total								\$1,419.11

Requerimiento Producción Anual de Montadito Serrano 2793 Porciones								
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones	*	Número de veces para preparar menú (2,793÷10)	=	Cantidad para 2793 Porciones	Valor Unitario (\$)	Valor Total es igual a la Cantidad para 2793 porciones x Valor Unitario(\$)
Pan Mini Baguette	Unidad	10	x	279	=	2790	\$0.0918	\$256.12
Jamon de Cerdo	Onza	12	x	279	=	3348	\$0.1753	\$586.95
Pimiento Verde	Unidad	3	x	279	=	837	\$0.1020	\$85.37
Jamon Serrano	Onza	12	x	279	=	3348	\$0.1594	\$533.59
Tomate	Unidad	2	x	279	=	558	\$0.0918	\$51.22
Sal	Onza	1	x	279	=	279	\$0.0070	\$1.96
Aceite de Oliva	Onza	4	x	279	=	1116	\$0.0087	\$9.68
Total								\$1,524.89

Anexo N°20 Formato de Requisición de Materia prima y Materiales

 RESTAURANTE SIN FRONTERA Requisición de Materiales				
N° req.	Tipo de Requerimiento	Solicitud de M.P. <input type="checkbox"/>		
Fecha.		Devolución de M.p. <input type="checkbox"/>		
Código del producto	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Total
Entregado por.		Recibido por.		

Anexo N°21 Detalle de Costos Indirectos de Fabricación para el funcionamiento del Restaurante.

Costos Indirectos de Fabricación					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Monto \$	Monto \$	Monto \$	Monto \$	Monto \$
Mano de Obra Indirecta	\$10,918.96	\$10,918.96	\$12,387.42	\$12,387.42	\$12,387.42
Agua	\$480.00	\$480.00	\$504.00	\$504.00	\$504.00
Energía Eléctrica	\$720.00	\$720.00	\$756.00	\$756.00	\$756.00
Alquiler	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,300.00	\$3,300.00	\$3,300.00
Papelería	\$100.00	\$100.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00
Depreciación	\$913.37	\$913.36	\$667.87	\$667.87	\$667.82
Utensilios de cocina	\$820.37	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Impuestos	\$120.00	\$120.00	\$122.40	\$122.40	\$122.40
Telefonía e internet	\$132.00	\$132.00	\$138.60	\$138.60	\$138.60
Total	\$17,204.70	\$16,484.32	\$18,051.29	\$18,051.29	\$18,051.24

Anexo N° 22 Proyección de Venta en Dólares para el Restaurante año 1-5.

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 1											
MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VENTA TOTAL UNIDADES	VENTA TOTAL \$
	MENU 1			MENU 2			MENU 3				
ENERO	133	\$ 7.04	\$936.32	142	\$ 7.13	\$ 1,012.46	155	\$ 7.19	\$ 1,114.45	430	\$3,063.23
FEBRERO	222	\$ 7.04	\$1,562.88	237	\$ 7.13	\$ 1,689.81	258	\$ 7.19	\$ 1,855.02	717	\$5,107.71
MARZO	133	\$ 7.04	\$936.32	142	\$ 7.13	\$ 1,012.46	155	\$ 7.19	\$ 1,114.45	430	\$3,063.23
ABRIL	267	\$ 7.04	\$1,879.68	284	\$ 7.13	\$ 2,024.92	309	\$ 7.19	\$ 2,221.71	860	\$6,126.31
MAYO	133	\$ 7.04	\$936.32	142	\$ 7.13	\$ 1,012.46	155	\$ 7.19	\$ 1,114.45	430	\$3,063.23
JUNIO	133	\$ 7.04	\$936.32	142	\$ 7.13	\$ 1,012.46	155	\$ 7.19	\$ 1,114.45	430	\$3,063.23
JULIO	133	\$ 7.04	\$936.32	142	\$ 7.13	\$ 1,012.46	155	\$ 7.19	\$ 1,114.45	430	\$3,063.23
AGOSTO	222	\$ 7.04	\$1,562.88	237	\$ 7.13	\$ 1,689.81	258	\$ 7.19	\$ 1,855.02	717	\$5,107.71
SEPTIEMBRE	178	\$ 7.04	\$1,253.12	189	\$ 7.13	\$ 1,347.57	206	\$ 7.19	\$ 1,481.14	573	\$4,081.83
OCTUBRE	178	\$ 7.04	\$1,253.12	189	\$ 7.13	\$ 1,347.57	206	\$ 7.19	\$ 1,481.14	573	\$4,081.83
NOVIEMBRE	156	\$ 7.04	\$1,098.24	166	\$ 7.13	\$ 1,183.58	181	\$ 7.19	\$ 1,301.39	503	\$3,583.21
DICIEMBRE	333	\$ 7.04	\$2,344.32	355	\$ 7.13	\$ 2,531.15	387	\$ 7.19	\$ 2,782.53	1075	\$7,658.00
TOTAL	2221		\$ 15,635.84	2367		\$ 16,876.71	2580		\$18,550.20	7168	\$ 51,062.75

Proyección de Venta en Dólares para el Restaurante año 2.

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2											
MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VENTA TOTAL UNIDADES	VENTA TOTAL \$
	MENU 1			MENU 2			MENU 3				
ENERO	136	\$ 7.04	\$957.44	145	\$ 7.13	\$ 1,033.85	158	\$ 7.19	\$ 1,136.02	439	\$3,127.31
FEBRERO	227	\$ 7.04	\$1,598.08	241	\$ 7.13	\$ 1,718.33	263	\$ 7.19	\$ 1,890.97	731	\$5,207.38
MARZO	136	\$ 7.04	\$957.44	145	\$ 7.13	\$ 1,033.85	158	\$ 7.19	\$ 1,136.02	439	\$3,127.31
ABRIL	272	\$ 7.04	\$1,914.88	289	\$ 7.13	\$ 2,060.57	316	\$ 7.19	\$ 2,272.04	877	\$6,247.49
MAYO	136	\$ 7.04	\$957.44	145	\$ 7.13	\$ 1,033.85	158	\$ 7.19	\$ 1,136.02	439	\$3,127.31
JUNIO	136	\$ 7.04	\$957.44	145	\$ 7.13	\$ 1,033.85	158	\$ 7.19	\$ 1,136.02	439	\$3,127.31
JULIO	136	\$ 7.04	\$957.44	145	\$ 7.13	\$ 1,033.85	158	\$ 7.19	\$ 1,136.02	439	\$3,127.31
AGOSTO	227	\$ 7.04	\$1,598.08	241	\$ 7.13	\$ 1,718.33	263	\$ 7.19	\$ 1,890.97	731	\$5,207.38
SEPTIEMBRE	181	\$ 7.04	\$1,274.24	193	\$ 7.13	\$ 1,376.09	211	\$ 7.19	\$ 1,517.09	585	\$4,167.42
OCTUBRE	181	\$ 7.04	\$1,274.24	193	\$ 7.13	\$ 1,376.09	211	\$ 7.19	\$ 1,517.09	585	\$4,167.42
NOVIEMBRE	159	\$ 7.04	\$1,119.36	169	\$ 7.13	\$ 1,204.97	184	\$ 7.19	\$ 1,322.96	512	\$3,647.29
DICIEMBRE	340	\$ 7.04	\$2,393.60	361	\$ 7.13	\$ 2,573.93	394	\$ 7.19	\$ 2,832.86	1095	\$7,800.39
TOTAL	2267		\$ 15,959.68	2412		\$ 17,197.56	2632		\$18,924.08	7311	\$52,081.32

Proyección de Venta en Dólares para el Restaurante año 3.

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 3											
MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VENTA TOTAL UNIDADES	VENTA TOTAL \$
	MENU 1			MENU 2			MENU 3				
ENERO	139	\$ 7.40	\$1,028.60	148	\$ 7.45	\$ 1,102.60	161	\$ 7.55	\$ 1,215.55	448	\$3,346.75
FEBRERO	231	\$ 7.40	\$1,709.40	246	\$ 7.45	\$ 1,832.70	269	\$ 7.55	\$ 2,030.95	746	\$5,573.05
MARZO	139	\$ 7.40	\$1,028.60	148	\$ 7.45	\$ 1,102.60	161	\$ 7.55	\$ 1,215.55	448	\$3,346.75
ABRIL	277	\$ 7.40	\$2,049.80	295	\$ 7.45	\$ 2,197.75	322	\$ 7.55	\$ 2,431.10	894	\$6,678.65
MAYO	139	\$ 7.40	\$1,028.60	148	\$ 7.45	\$ 1,102.60	161	\$ 7.55	\$ 1,215.55	448	\$3,346.75
JUNIO	139	\$ 7.40	\$1,028.60	148	\$ 7.45	\$ 1,102.60	161	\$ 7.55	\$ 1,215.55	448	\$3,346.75
JULIO	139	\$ 7.40	\$1,028.60	148	\$ 7.45	\$ 1,102.60	161	\$ 7.55	\$ 1,215.55	448	\$3,346.75
AGOSTO	231	\$ 7.40	\$1,709.40	246	\$ 7.45	\$ 1,832.70	269	\$ 7.55	\$ 2,030.95	746	\$5,573.05
SEPTIEMBRE	184	\$ 7.40	\$1,361.60	197	\$ 7.45	\$ 1,467.65	214	\$ 7.55	\$ 1,615.70	595	\$4,444.95
OCTUBRE	184	\$ 7.40	\$1,361.60	197	\$ 7.45	\$ 1,467.65	214	\$ 7.55	\$ 1,615.70	595	\$4,444.95
NOVIEMBRE	162	\$ 7.40	\$1,198.80	172	\$ 7.45	\$ 1,281.40	189	\$ 7.55	\$ 1,426.95	523	\$3,907.15
DICIEMBRE	347	\$ 7.40	\$2,567.80	368	\$ 7.45	\$ 2,741.60	403	\$ 7.55	\$ 3,042.65	1118	\$8,352.05
TOTAL	2311		\$ 17,101.40	2461		\$ 18,334.45	2685		\$20,271.75	7457	\$55,707.60

Proyección de Venta en Dólares para el Restaurante año 4.

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 4											
MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VENTA TOTAL UNIDADES	VENTA TOTAL \$
	MENU 1			MENU 2			MENU 3				
ENERO	141	\$ 7.40	\$1,043.40	150	\$ 7.45	\$ 1,117.50	165	\$ 7.55	\$ 1,245.75	456	\$3,406.65
FEBRERO	236	\$ 7.40	\$1,746.40	251	\$ 7.45	\$ 1,869.95	274	\$ 7.55	\$ 2,068.70	761	\$5,685.05
MARZO	141	\$ 7.40	\$1,043.40	150	\$ 7.45	\$ 1,117.50	165	\$ 7.55	\$ 1,245.75	456	\$3,406.65
ABRIL	283	\$ 7.40	\$2,094.20	301	\$ 7.45	\$ 2,242.45	329	\$ 7.55	\$ 2,483.95	913	\$6,820.60
MAYO	141	\$ 7.40	\$1,043.40	150	\$ 7.45	\$ 1,117.50	165	\$ 7.55	\$ 1,245.75	456	\$3,406.65
JUNIO	141	\$ 7.40	\$1,043.40	150	\$ 7.45	\$ 1,117.50	165	\$ 7.55	\$ 1,245.75	456	\$3,406.65
JULIO	141	\$ 7.40	\$1,043.40	150	\$ 7.45	\$ 1,117.50	165	\$ 7.55	\$ 1,245.75	456	\$3,406.65
AGOSTO	236	\$ 7.40	\$1,746.40	251	\$ 7.45	\$ 1,869.95	274	\$ 7.55	\$ 2,068.70	761	\$5,685.05
SEPTIEMBRE	189	\$ 7.40	\$1,398.60	201	\$ 7.45	\$ 1,497.45	219	\$ 7.55	\$ 1,653.45	609	\$4,549.50
OCTUBRE	189	\$ 7.40	\$1,398.60	201	\$ 7.45	\$ 1,497.45	219	\$ 7.55	\$ 1,653.45	609	\$4,549.50
NOVIEMBRE	166	\$ 7.40	\$1,228.40	177	\$ 7.45	\$ 1,318.65	189	\$ 7.55	\$ 1,426.95	532	\$3,974.00
DICIEMBRE	354	\$ 7.40	\$2,619.60	377	\$ 7.45	\$ 2,808.65	410	\$ 7.55	\$ 3,095.50	1141	\$8,523.75
TOTAL	2358		\$17,449.20	2509		\$ 18,692.05	2739		\$20,679.45	7606	\$56,820.70

Proyección de Venta en Dólares para el Restaurante año 5.

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 5											
MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VENTA TOTAL UNIDADES	VENTA TOTAL \$
	MENU 1			MENU 2			MENU 3				
ENERO	144	\$ 7.40	\$1,065.60	153	\$ 7.45	\$ 1,139.85	168	\$ 7.55	\$ 1,268.40	465	\$3,473.85
FEBRERO	241	\$ 7.40	\$1,783.40	256	\$ 7.45	\$ 1,907.20	279	\$ 7.55	\$ 2,106.45	776	\$5,797.05
MARZO	144	\$ 7.40	\$1,065.60	153	\$ 7.45	\$ 1,139.85	168	\$ 7.55	\$ 1,268.40	465	\$3,473.85
ABRIL	289	\$ 7.40	\$2,138.60	307	\$ 7.45	\$ 2,287.15	335	\$ 7.55	\$ 2,529.25	931	\$6,955.00
MAYO	144	\$ 7.40	\$1,065.60	153	\$ 7.45	\$ 1,139.85	168	\$ 7.55	\$ 1,268.40	465	\$3,473.85
JUNIO	144	\$ 7.40	\$1,065.60	153	\$ 7.45	\$ 1,139.85	168	\$ 7.55	\$ 1,268.40	465	\$3,473.85
JULIO	144	\$ 7.40	\$1,065.60	153	\$ 7.45	\$ 1,139.85	168	\$ 7.55	\$ 1,268.40	465	\$3,473.85
AGOSTO	241	\$ 7.40	\$1,783.40	256	\$ 7.45	\$ 1,907.20	279	\$ 7.55	\$ 2,106.45	776	\$5,797.05
SEPTIEMBRE	192	\$ 7.40	\$1,420.80	206	\$ 7.45	\$ 1,534.70	222	\$ 7.55	\$ 1,676.10	620	\$4,631.60
OCTUBRE	192	\$ 7.40	\$1,420.80	206	\$ 7.45	\$ 1,534.70	222	\$ 7.55	\$ 1,676.10	620	\$4,631.60
NOVIEMBRE	168	\$ 7.40	\$1,243.20	179	\$ 7.45	\$ 1,333.55	196	\$ 7.55	\$ 1,479.80	543	\$4,056.55
DICIEMBRE	362	\$ 7.40	\$2,678.80	385	\$ 7.45	\$ 2,868.25	420	\$ 7.55	\$ 3,171.00	1167	\$8,718.05
TOTAL	2405		\$17,797.00	2560		\$ 19,072.00	2793		\$21,087.15	7758	\$57,956.15

Anexo N° 23 Requerimiento de Materia Prima Año 1-5.

REQUERIMIENTO AÑO 1 DE COMPRA DE MATERIA PRIMA				
INGREDIENTES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD
Arroz	Gramos	157600	\$0,0010	\$157,60
Pollo	Onzas	3152	\$0,1094	\$344,83
Guisantes Verdes	Gramos	49250	\$0,0024	\$117,22
Chorizo	Onzas	9992	\$0,1469	\$1.467,58
Salchicha	Onzas	4456	\$0,0938	\$417,97
Camaron	Unidad	3152	\$0,2000	\$630,40
Tomates	Unidad	8706	\$0,0900	\$783,54
Cebolla	Unidad	1447	\$0,1000	\$144,70
Pimiento Verde	Unidad	2314	\$0,1000	\$231,40
Agua	Mililitros	236400	\$0,0005	\$113,47
Aceite de Oliva	Onzas	11100	\$0,0085	\$94,35
Sal	Onzas	3232	\$0,0069	\$22,22
Rama de Romero	Unidad	197	\$0,0625	\$12,31
Azafrán	Gramos	5910	\$0,0016	\$9,46
Perejil	Unidad	197	\$0,0500	\$9,85
Pan de Miga	Gramos	143400	\$0,0030	\$435,94
Ajo	Gramos	64590	\$0,0023	\$148,56
Papas	Onzas	18336	\$0,0234	\$429,06
Huevos	Unidad	1146	\$0,0833	\$95,46
Jamón serrano	Onzas	6936	\$0,1563	\$1.084,10
Harina	Gramos	90000	\$0,0015	\$135,00
Mantequilla	Gramos	38400	\$0,0041	\$157,44
Pan Mini Baguette	Unidad	2580	\$0,0900	\$232,20
Jamon de Cerdo	Onzas	3096	\$0,1719	\$532,20
Jarabe para Bebida	Unidad	7168	\$0,1000	\$716,80
TOTAL				\$8.523,05

Requerimiento de Materia Prima Año 2.

REQUERIMIENTO AÑO 2 DE COMPRA DE MATERIA PRIMA				
INGREDIENTES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD
Arroz	Gramos	160800	\$0,0010	\$160,80
Pollo	Onzas	3216	\$0,1094	\$351,83
Guisantes Verdes	Gramos	50250	\$0,0024	\$119,60
Chorizo	Onzas	10200	\$0,1469	\$1.498,13
Salchicha	Onzas	4548	\$0,0938	\$426,60
Camaron	Unidad	3216	\$0,2000	\$643,20
Tomates	Unidad	8878	\$0,0900	\$799,02
Cebolla	Unidad	1477	\$0,1000	\$147,70
Pimiento Verde	Unidad	2361	\$0,1000	\$236,10
Agua	Mililitros	241200	\$0,0005	\$115,78
Aceite de Oliva	Onzas	11324	\$0,0085	\$96,25
Sal	Onzas	3297	\$0,0069	\$22,67
Rama de Romero	Unidad	201	\$0,0625	\$12,56
Azafrán	Gramos	6030	\$0,0016	\$9,65
Perejil	Unidad	201	\$0,0500	\$10,05
Pan de Miga	Gramos	146200	\$0,0030	\$444,45
Ajo	Gramos	65870	\$0,0023	\$151,50
Papas	Onzas	18720	\$0,0234	\$438,05
Huevos	Unidad	1170	\$0,0833	\$97,46
Jamón serrano	Onzas	7076	\$0,1563	\$1.105,98
Harina	Gramos	91875	\$0,0015	\$137,81
Mantequilla	Gramos	39050	\$0,0041	\$160,11
Pan Mini Baguette	Unidad	2630	\$0,0900	\$236,70
Jamon de Cerdo	Onzas	3156	\$0,1719	\$542,52
Jarabe para Bebida	Unidad	7311	\$0,1000	\$731,10
TOTAL				\$8.695,60

Requerimiento de Materia Prima Año 3.

REQUERIMIENTO AÑO 3 DE COMPRA DE MATERIA PRIMA				
INGREDIENTES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD
Arroz	Gramos	164000	\$0,0010	\$164,00
Pollo	Onzas	3280	\$0,1094	\$358,83
Guisantes Verdes	Gramos	51250	\$0,0024	\$121,98
Chorizo	Onzas	10408	\$0,1469	\$1.528,68
Salchicha	Onzas	4640	\$0,0938	\$435,23
Camaron	Unidad	3280	\$0,2000	\$656,00
Tomates	Unidad	9061	\$0,0900	\$815,49
Cebolla	Unidad	1507	\$0,1000	\$150,70
Pimiento Verde	Unidad	2414	\$0,1000	\$241,40
Agua	Mililitros	246000	\$0,0005	\$118,08
Aceite de Oliva	Onzas	6783	\$0,0085	\$57,66
Sal	Onzas	3369	\$0,0069	\$23,16
Rama de Romero	Unidad	210	\$0,0625	\$13,13
Azafrán	Gramos	6155	\$0,0016	\$9,85
Perejil	Unidad	210	\$0,0500	\$10,50
Pan de Miga	Gramos	149200	\$0,0031	\$462,64
Ajo	Gramos	67220	\$0,0023	\$157,70
Papas	Onzas	19110	\$0,0242	\$462,46
Huevos	Unidad	1197	\$0,0833	\$99,71
Jamón serrano	Onzas	7401	\$0,1594	\$1.179,72
Harina	Gramos	93750	\$0,0020	\$187,50
Mantequilla	Gramos	40000	\$0,0042	\$166,46
Pan Mini Baguette	Unidad	2698	\$0,0918	\$247,68
Jamon de Cerdo	Onzas	3414	\$0,1753	\$598,52
Jarabe para Bebida	Unidad	7457	\$0,1000	\$745,70
TOTAL				\$9.012,76

Requerimiento de Materia Prima Año 4.

REQUERIMIENTO AÑO 4 DE COMPRA DE MATERIA PRIMA				
INGREDIENTES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD
Arroz	Gramos	167500	\$0,0010	\$167,50
Pollo	Onzas	3398	\$0,1094	\$371,74
Guisantes Verdes	Gramos	52250	\$0,0024	\$124,36
Chorizo	Onzas	10802	\$0,1469	\$1.586,54
Salchicha	Onzas	4742	\$0,0938	\$444,80
Camaron	Unidad	3394	\$0,2000	\$678,80
Tomates	Unidad	9340	\$0,0900	\$840,60
Cebolla	Unidad	1576	\$0,1000	\$157,60
Pimiento Verde	Unidad	2466	\$0,1000	\$246,60
Agua	Mililitros	250800	\$0,0005	\$120,38
Aceite de Oliva	Onzas	11800	\$0,0085	\$100,30
Sal	Onzas	3340	\$0,0069	\$22,96
Rama de Romero	Unidad	240	\$0,0625	\$15,00
Azafrán	Gramos	6270	\$0,0016	\$10,03
Perejil	Unidad	209	\$0,0500	\$10,45
Pan de Miga	Gramos	152200	\$0,0031	\$471,94
Ajo	Gramos	68570	\$0,0023	\$160,87
Papas	Onzas	19600	\$0,0242	\$474,32
Huevos	Unidad	1280	\$0,0833	\$106,62
Jamón serrano	Onzas	7445	\$0,1594	\$1.186,73
Harina	Gramos	95625	\$0,0020	\$191,25
Mantequilla	Gramos	40900	\$0,0042	\$170,21
Pan Mini Baguette	Unidad	2820	\$0,0918	\$258,88
Jamon de Cerdo	Onzas	3330	\$0,1753	\$583,79
Jarabe para Bebida	Unidad	7606	\$0,1000	\$760,60
TOTAL				\$9.262,88

Requerimiento de Materia Prima Año 5.


REQUERIMIENTO AÑO 5 DE COMPRA DE MATERIA PRIMA				
INGREDIENTES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD
Arroz	Gramos	170400	\$0,0010	\$170,40
Pollo	Onzas	3420	\$0,1094	\$374,15
Guisantes Verdes	Gramos	53250	\$0,0024	\$126,74
Chorizo	Onzas	10844	\$0,1469	\$1.592,71
Salchicha	Onzas	4924	\$0,0938	\$461,87
Camaron	Unidad	3428	\$0,2000	\$685,60
Tomates	Unidad	9473	\$0,0900	\$852,57
Cebolla	Unidad	1597	\$0,1000	\$159,70
Pimiento Verde	Unidad	2505	\$0,1000	\$250,50
Agua	Mililitros	255600	\$0,0005	\$122,69
Aceite de Oliva	Onzas	14025	\$0,0085	\$119,21
Sal	Onzas	3499	\$0,0069	\$24,06
Rama de Romero	Unidad	213	\$0,0625	\$13,31
Azafrán	Gramos	6390	\$0,0016	\$10,22
Perejil	Unidad	213	\$0,0500	\$10,65
Pan de Miga	Gramos	165100	\$0,0031	\$511,94
Ajo	Gramos	69920	\$0,0023	\$164,03
Papas	Onzas	19872	\$0,0242	\$480,90
Huevos	Unidad	1327	\$0,0833	\$110,54
Jamón serrano	Onzas	7600	\$0,1594	\$1.211,44
Harina	Gramos	97600	\$0,0020	\$195,20
Mantequilla	Gramos	41800	\$0,0042	\$173,95
Pan Mini Baguette	Unidad	2780	\$0,0918	\$255,20
Jamon de Cerdo	Onzas	3379	\$0,1753	\$592,38
Jarabe para Bebida	Unidad	7758	\$0,1000	\$775,80
TOTAL				\$9.445,78

Anexo N° 24 Formulario Registro Único de Contribuyentes

 REPUBLICA DE EL SALVADOR MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS		F-210 VS NUMERO DE FOLIO																							
		10 5																							
01	NIT	02	NRC	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				
TRAMITE												SECCION A MODIFICAR													
REGISTRO	INSCRIPCION	REPOSICION	MODIFICACION	TERMINO	RESTITUCION																				
NIT	03	6	05	1	07	4	09	8																	
NRC	04	0	06	7	08	2	11	3	12																
A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE PERSONA NATURAL												PERSONA JURIDICA (COMPLETAR UNICAMENTE SI ES PERSONA JURIDICA)													
22	PRIMER APELLIDO							7	22	DENOMINACION O RAZON SOCIAL										7					
23	SEGUNDO APELLIDO O DE CASADA							6	84	ABREVIATURA DE LA SOCIEDAD										5					
24	NOMBRES							5	27	NOMBRE COMERCIAL										2					
27	NOMBRE COMERCIAL DEL NEGOCIO							2	33	CAPITAL O PATRIMONIO (SOLO PERSONA JURIDICA)\$					2	DOMICILIADA		34	6						
29	PROFESION U OFICIO							4	25	IMPORTADOR		6	SI		NO										
B. DATOS SEGUN DOCUMENTO DE IDENTIDAD PERSONA NATURAL												PERSONA JURIDICA													
31	FECHA DE NACIMIENTO	DIA	MES	ANO	6	32	No. DUI/PASAPORTE (SOLO EXTRANJEROS)			4	31	FECHA DE CONSTITUCION	DIA	MES	ANO	6	32	No. ESCRITURA O DOCUMENTO DE CONSTITUCION				4			
35	TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION		1	38	MUNICIPIO DE NACIMIENTO			5	38	MUNICIPIO DE CONSTITUCION								5							
37	DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO		2	38	PAIS DE NACIMIENTO			5	37	DEPARTAMENTO DE CONSTITUCION		2	38	PAIS DE CONSTITUCION						3					
C. DIRECCION PARA RECIBIR NOTIFICACION																									
41	CALLE / AVENIDA			4	42	NUMERO		0	43	APTO. /LOCAL		9	44	COMPLEMENTO								3			
45	COLONIA / BARRIO							8	46	CORREO ELECTRONICO (E-MAIL)												1			
47	DEPARTAMENTO		2	48	MUNICIPIO			9	49	TELÉFONO		7	50	FAX								9			
D. DIRECCION DE CASA MATRIZ																									
52	CALLE/AVENIDA			4	53	NUMERO		0	54	APTO./LOCAL		9	55	COMPLEMENTO								5			
56	COLONIA / BARRIO							2	57	CORREO ELECTRONICO (E-MAIL)												1			
58	DEPARTAMENTO		5	59	MUNICIPIO			7	60	TELÉFONO		3	61	FAX								7			
E. ACTIVIDAD ECONOMICA DEL CONTRIBUYENTE (CONSULTAR LISTADO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS)																									
63	PRIMARIA																4	64	CODIGO DGII						3
65	SECUNDARIA																0	66							5
67	TERCIARIA																3	68							9
F. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO																									
69	CALIDAD EN QUE ACTUA		REPRESENTANTE LEGAL		<input type="checkbox"/>		APODERADO		<input type="checkbox"/>		2	70	NIT		-		-		-		1				
71	APELLIDO(S) Y NOMBRE(S)																					7			
72	No. ESCRITURA DE CONSTITUCION					No. CREDENCIAL					No. PODER					No. ACUERDO					3				
73	No. DUI/ PASAPORTE (SOLO EXTRANJEROS)																					5			
74	TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION																					8			
G. IDENTIFICACION DEL APODERADO																									
76	NIT																					1			
77	APELLIDO(S) Y NOMBRE(S)																					5			
78	No. DOCUMENTO QUE LO ACREDITA (No. DE PODER)																					3			
79	No. DUI / PASAPORTE (SOLO EXTRANJEROS)																					9			
80	TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION																					8			
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL PRESENTE INFORME SON EXPRESION FIEL DE LA VERDAD, POR LO QUE ASUMO LAS RESPONSABILIDADES CORRESPONDIENTES.												OFICINA RECEPTORA CODIGO DGII FECHA DE RECEPCION DIA MES AÑO				FIRMA Y SELLO DEL RECEPTOR AUTORIZADO									
NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO																									

La dirección para recibir notificaciones para efectos tributarios será el indicado en este formulario conforme el Art. 90 del Código Tributario.

Anexo N° 25 Formulario para Trámites Empresariales

		ALCALDIA MUNICIPAL DE ANTIGUO CUSCATLÁN DEPARTAMENTO DE TASACIÓN TRIBUTARIA FORMULARIO ÚNICO PARA TRÁMITES EMPRESARIALES			F-1	
				45	No. de Expediente	
				46	No. de Tarjeta	
IDENTIFICACION	1		Nombre de la Empresa o Razón Social		2	Giro de la Empresa
	Dirección donde funciona la Empresa					
	4		Departamento/Municipio		5	N.I.T.
			6		Teléfono	
			7		Fax	
	Datos del Representante Legal					
	8		Primer Apellido		Segundo Apellido	
			9		Nombres	
	Dirección Particular					
	10		D.U.I.		11	N.I.T.
		12		Teléfono		
		13		Fax		
CALIFICACION RECALIFICACION	Trámites a Realizar:		Calificación de Empresas		Recalificación de Empresas	
	14	Ejercicio	Del	Día Mes Año	A	Día Mes Año
	15		Inicio de operaciones en el municipio		Día Mes Año	
			16		Inventario	
			17		Deducciones (Agregar anexo)	
		18		Activo Gravable		
MODIFICACION	CAMBIO DE RAZON SOCIAL					
	19		Razón Social Actual			
	20		Razón Social Anterior			
	CAMBIO DE DIRECCION					
21		Dirección Actual				
22		Dirección Anterior				
TRASPASO DE NEGOCIOS						
23		Nombre del Propietario Actual				
24		Nombre del Propietario Anterior				
OTROS TRAMITES	EMISION DE CONSTANCIAS					
	25		Motivo de solicitud			
	26		Dirigida a			
	SOLVENCIA MUNICIPAL					
27		Motivo de solicitud				
28		Cantidad				
LICENCIAS	LICENCIA DE COMERCIALIZACION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS					
	29		Primera Vez		30	
	31		% en volumen de alcohol			
	32		Forma de comercialización		Envasada Fraccionada Ambos	
	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO					
33		Primera Vez		34		
35		Cantidad máxima de personas que ocupará el lugar				
CIERRE DE CUENTA						
36		Motivo de Cierre de la Empresa				
37		Fecha de Cierre de Operaciones				
USO EXCLUSIVO PARA LA MUNICIPALIDAD						
Fecha de Recepción		Día Mes Año				
38						
Trámite realizado						
Calificación de empresas		Recalificación de empresas		Renovación de licencias		
Cambio de razón social		Licencia de comercialización de BBA		Permiso de rótulos y vallas		
Cambio de dirección		Licencia de funcionamiento		Cierre de cuenta		
Traspaso de negocios						
Nombre y Firma de funcionario que recibe						
Este formulario constituye el comprobante del proceso del trámite solicitado por el contribuyente. Para los trámites de CALIFICACION DE EMPRESAS, LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO Y COMERCIALIZACION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS, PERMISO DE ROTULOS Y VALLAS, CIERRE DE EMPRESAS LA MUNICIPALIDAD REALIZARA UNA INSPECCION AL ESTABLECIMIENTO. La resolución del trámite será entregada en un plazo máximo de 2 días hábiles con base en el resultado de la inspección y autorizada por las autoridades respectivas.						
DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD, EL SALVADOR, C. A. TELS: 2243-1075, 2243-0783 FAX: 2243-0782 Pag. Web: www.antiguocuscatlan.gob.sv						

PERMISOS DE RÓTULOS Y VALLAS					
39	Ubicación				
40	Responsable de instalar				
41	Leyenda legible				
42	Dimensiones	Largo (mts)	Alto (mts)	Allura de colocación (mts)	
Ancho de acera (mts)		Ancho del arriete (mts)			
43	Tipo de iluminación	Propia (interna)	Indirecta	Sin iluminación	
44	A instalarse en propiedad	Privada	Pública	Municipal	(anexa autorización)
<p>Y BAJO JURAMENTO, DECLARO QUE LA INFORMACION ANTERIOR ES FIEL Y CONFORME CON LOS DOCUMENTOS Y REGISTROS CONTABLES CORRESPONDIENTES Y QUE CUALQUIER FALSDAD COMPROBADA SERA DE MI ABSOLUTA RESPONSABILIDAD</p>					
<p>F. _____ Firma y Sello del Contribuyente o Representante Legal</p>					

REQUISITOS PARA DIFERENTES TRAMITES			
TRAMITES	PERSONA NATURAL	PERSONA JURIDICA	
1	Calificación de empresas	1. Formulario 2. Fotocopias de DUI del propietario 3. Fotocopia de NIT del propietario 4. Contratos de arrendamiento 5. Inventario 6. Solvencia Municipal Local	1. Formulario 2. Estados financieros: balance y estado de resultados ambos con anexos 3. Fotocopias de DUI del representante legal 4. Fotocopia de NIT de la empresa 5. Contrato de arrendamiento 6. Escritura de constitución de la sociedad 7. Solvencia 8. NIT del Representante Legal 9. Constancia Inscripción
2	Cambio de razón social		1. Formulario 2. Escritura de cambio de razón social registrada en CNR
3	Cambio de dirección	1. Formulario	1. Formulario
4	Solvencia Municipal	1. Formulario	1. Formulario
5	Recalificación de empresas	1. Formulario 2. Estados financieros	1. Formulario 2. Estados financieros
6	Licencia de comercialización de bebidas alcohólicas	1. Cancelación de derecho de trámite 2. Formulario 3. Fotocopia de DUI del propietario 4. Fotocopia de NIT del propietario 5. Contratos de arrendamiento 6. Solvencia PNC Propietario 7. Solicitud Lugar OPAMSS 8. Certificación de Inspección de Sanidad	1. Cancelación de derecho de trámite 2. Formulario 3. NIT Representante Legal 4. Fotocopias de DUI del representante legal (Si es primera vez) 5. Fotocopia de NIT de la empresa 6. Contrato de arrendamiento 7. Escritura de constitución de la sociedad 8. Calificación de lugar otorgada por O.P.A.M.S.S. 9. Certificación de la Inspección de sanidad otorgada por la Dirección de Saneamiento 10. Solvencia actualizada a la fecha de la Policía Nacional Civil
7	Licencia de funcionamiento	1. Cancelación de derecho de trámite 2. Formulario 3. Fotocopia de DUI del propietario 4. Fotocopia de NIT del propietario 5. Contratos de arrendamiento 6. Inventario	1. Cancelación de derecho de trámite 2. Formulario 3. Estados financieros: balance y estado de resultado ambos con anexos 4. Fotocopias de DUI del representante legal 5. Fotocopia de NIT de la empresa 6. Contrato de arrendamiento 7. Escritura de constitución de la sociedad 8. Calificación de lugar otorgada por O.P.A.M.S.S. (Si es primera vez) 9. Certificación de la Inspección de sanidad otorgada por la Dirección de Saneamiento 10. Solvencia actualizada a la fecha de la Policía Nacional Civil
8	Renovación de licencias	1. Cancelación del Trámite 2. Formulario 3. Licencia en original del año anterior	1. Cancelación de trámite 2. Formulario 3. Licencia en original del año anterior (si es renovación) 4. Certificación de la Inspección de sanidad otorgada por la Dirección de Saneamiento 5. Solvencia actualizada a la fecha de la Policía Nacional Civil
9	Permisos de rótulos y vallas	1. Formulario 2. Planos de ubicación y de la estructura a instalar 3. Fotomontajes	1. Formulario 2. Planos de ubicación y de la estructura a instalar 3. Fotomontajes
10	Traspaso de negocios	1. Copia de DUI de nuevo propietario 2. Copia de NIT de nuevo propietario 3. Escritura de cambio 4. Formulario	
11	Cierre de cuenta	1. Formulario 2. Balances al cierre de operaciones	1. Formulario 2. Balances al cierre de operaciones
12	Emisión de constancias	1. Formulario	1. Formulario

Anexo Nº 26 Modelo de Solicitud de Matrícula de Empresa en Centro Nacional de Registro.

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS, REGISTRO DE COMERCIO
SOLICITUD DE MATRICULA DE EMPRESA Y REGISTRO DE LOCAL(ES), SUCURSAL(ES) O AGENCIA(S) DE PERSONA NATURAL. POR PRIMERA VEZ.

Señor Registrador del Departamento de Matrículas de Empresa y Registro de locales, agencias y sucursales del Registro de Comercio, _____
 (Primer Nombre) (Segundo Nombre) (Tercer Nombre) (Primer Apellido)

_____, conocido por _____
 (Segundo Apellido) (Apellido de Casada)

con Documento Único de Identidad número _____, con Número de Identificación Tributaria _____; actuando en mi calidad personal (si fuera en representación de un tercero, relacionar su personería jurídica y las respectivas generales, DUI y NIT del titular), de _____ años de edad, de nacionalidad _____, (profesión), con domicilio en el municipio de _____, departamento de _____.

(Si el Titular o el Apoderado es extranjero, manifestar clase de documento con el cual se identifica).

I) De conformidad con lo establecido en los artículos 411, romano I y 415, ambos del Código de Comercio; artículos 11, literal "c" y 63, ambos de la Ley de Registro de Comercio; y de los artículos 3, numeral 1, 8 y 10, todos del Reglamento de la Ley de Registro de Comercio, por este medio vengo a solicitar formalmente en la calidad antes indicada, MATRICULA DE EMPRESA Y REGISTRO DE LOCAL(ES), SUCURSAL(ES) O AGENCIA(S) POR PRIMERA VEZ correspondiente al año _____, para lo cual DECLARO BAJO JURAMENTO para los efectos legales que establece el artículo 86 reformado de la Ley de Registro de Comercio, la siguiente información:

1.- Nombre de la Empresa: _____

2.- Naturaleza económica de la empresa (se refiere al sector productivo principal en el que se desarrolla):
 AGROPECUARIA () COMERCIAL () DE SERVICIO () INDUSTRIAL ()

3.- Actividad(es) Económica(s) que realiza la empresa (se refiere a la descripción de la actividad que desarrolla la empresa de acuerdo a la Naturaleza económica seleccionada en el numeral anterior):

4- Dirección de la Empresa: _____

II) EMPRESA que posee Local(es), Sucursal(es) o Agencia(s), con Nombre, Naturaleza, Dirección y actividad económica siguientes: _____

(Si declara la existencia de más de una sucursal, agencia o local, y realiza actividades económicas distintas en cada uno de ellos, especifique la actividad y dirección de cada uno, agregando si lo desea hoja adicional)

III) Para los efectos legales de la presente solicitud, adjunto comprobante(s) de pago de los Derechos Registrales de Empresa y Registro de Local(es), agencia(s) o sucursal(s) correspondiente el año _____, número _____ y balance inicial de fecha _____; mi activo es de _____.

IV) Señalo para recibir Notificaciones los medios siguientes: Teléfono _____ Fax _____ correo electrónico _____, de los cuales autorizo indistintamente se utilice cualquiera de ellos; por lo que adicionalmente, comisiono a _____, con NIT _____ para recibir y retirar documentación y/o notificaciones del presente trámite. (relacionar nombre según documento de identidad)

 (Lugar y fecha de la solicitud)

F. _____
 Propietario/Apoderado
 (La firma de la solicitud debe ser legalizada por Notario si no la presenta personalmente el firmante)

Anexo N° 27 Modelo de Solicitud de Legalización de Libros Contables

**MODELO DE SOLICITUD DE LEGALIZACION DE LIBROS
REGISTRO DE COMERCIO**

SEÑOR REGISTRADOR DE COMERCIO
PRESENTE.

Yo, _____ mayor de edad, del domicilio de _____

Con DUI N° _____, actuando en calidad de Representante Legal de la
Sociedad _____

Inscrita al N° _____ Del Libro _____ del Registro de Sociedades, con Credencial inscrita
al N° _____ Del Libro _____

Por este medio solicito la Legalización de los libros que se detallan a continuación:

DETALLE DE LIBROS

1.- _____	Total de hojas _____
2.- _____	Total de hojas _____
3.- _____	Total de hojas _____
4.- _____	Total de hojas _____
5.- _____	Total de hojas _____

Estos Libros servirán para desarrollar el Sistema de Control Interno de la
Sociedad _____

Para tal efecto declaro la siguiente información: Matrícula de Empresa N° _____

NIT _____, Dirección _____

Teléfono: _____.

Autorizo a: _____

Para que retire los libros y la documentación que se devuelva.

San Salvador, a los _____ del mes de _____ del año _____


|

Firma: _____

Representante Legal

NOTA: De no presentarse personalmente, debe legalizarse la firma por un Notario

Anexo N° 28 Formulario para Inscripción de Patrono.

 INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL AVISO DE INSCRIPCIÓN DE PATRONO						1. No. Patronal	
2. Nombre del Patrono (Razón Social si se trata de persona jurídica):							
Apellido Paterno		Apellido Materno		Nombres		Apellido del Esposo	
3. Dirección del Patrono (Particular u Oficina):						Teléfono: _____	
						Fax: _____	
						Celular: _____	
Departamento		Municipio		Colonia		Calle	
						Número de Casa	
4. Documento de Identidad Personal							
DUI No. _____		NIT _____		Correo Electrónico: _____			
Carné de Residente No. _____		Pasaporte No. _____					
5. Nombre Comercial del Centro de Trabajo							
6. Dirección del Centro de Trabajo						Teléfono: _____	
						Fax: _____	
						Celular: _____	
Departamento		Municipio		Colonia		Calle	
						Número de Casa	
7. Actividad Principal de la Empresa				8. Cantidad de Trabajadores		9. Monto Estimado de Salario	
						10. Fecha Sujeción al Régimen	
						Día _____ Mes _____ Año _____	
11. Lugar y Fecha de Solicitud				12. Firma y Sello del Patrono			
Departamento		Municipio		Día _____ Mes _____ Año _____			
PARA USO EXCLUSIVO DEL ISSS							
Fecha de inscripción		Cód. Sector Empresa	Cód. Dirección Patrono	Cód. Direc. Ctro. de Trab.	Cód. Actividad Económica	Cód. Centro de Atención	
Día _____ Mes _____ Año _____							

C. SAFISS 130101015

13. Sociedad de Derecho			
Inscrita con Fecha _____ Bajo el No. _____ del Libro: _____ de Fs. _____ a Fs. _____			
14. Persona Jurídica			
Nombre de los Socios	Firma	Tipo de Documento de Identidad	Número de Documento de Identidad
15. Representante Legal			
Nombre		Firma	No. de Documento de Identidad Personal
16. Dirección del Representante Legal			
Departamento		Municipio	
		Colonia	
		Calle	
		Número de Casa	
PARA USO EXCLUSIVO DEL ISSS			
Observaciones: _____			
Documentos anexas: _____			
PARA USO DEPARTAMENTO DE INSPECCION			
Empleado Responsable		Vo. Bo. del Supervisor	
Revisión	Localización	Codificación	Digitación
			Control de Calidad

Anexo N°29 Modelo de Solicitud para inscripción de Empresa en AFP

San Salvador, ____ de ____ de ____.



Sres.
AFP Crecer, S.A.
Departamento De Atención
Al Cliente.
Presente:

Yo, _____, mayor de edad y
Licenciado _____ del domicilio de _____, portador de mi
Documento Único de Identidad N° _____ y NIT N° _____ actuando
en calidad de Representante Legal o Apoderado General Administrativo de la
Empresa _____, con NIT N°
_____, dirección
_____. Y TEL. _____ FAX.
_____. Solicito me activen la empresa para así poder pagar las cotizaciones de los
empleados que me prestan sus servicios. También menciono a la persona que elaborara las planillas el
Sr. _____ con su Documento Único de Identidad N°
_____ y NIT N° _____. Además Anexo Fotocopia de la
Tarjeta de Numero de Identificación Tributaria.



Atentamente:

Nombre del
Representante legal o Apoderado general Administrativo
Nombre de la empresa y sello.



Anexo N°30 Modelo de Solicitud para Inscripción de Centro de Trabajo al Ministerio de Trabajo.

	
<u>DIRECCIÓN GENERAL DE INSPECCIÓN DE TRABAJO</u> <u>INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS</u> <u>ACTUALIZACIÓN DE DATOS PERSONA NATURAL</u>	
RG-VL-DI-DIC-19	
Señor Director General de Inspección de Trabajo Presente	
(DATOS DEL PROPIETARIO)	
Yo, _____ (Nombres y Apellidos conforme al Documento de Identidad) de _____ años de edad, _____: (Ocupación u Oficio) _____; con fecha de nacimiento _____ originario de (lugar de nacimiento) _____ de nacionalidad _____; con Documento Identidad número: _____ (DUI, Carnet de Residente o Pasaporte), extendido el día _____ en la ciudad de _____; con Número de Identificación Tributaria _____ y giro o actividad económica _____	
Por este medio vengo a solicitarle se inscriba la ACTUALIZACIÓN DE DATOS del centro de trabajo en el Registro de Establecimientos, de la Dirección General de Inspección de Trabajo para dar cumplimiento a lo que establece el Art. 55 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social y para ello proporciono la siguiente información:	
(DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO)	
NOMBRE DE LA EMPRESA: _____ TELÉFONO: _____ CORREO ELECTRONICO: _____ DIRECCION DE LA EMPRESA: _____ (Si posee establecimientos o sucursales anexar en documento aparte direcciones, teléfonos y responsables de cada establecimiento, en este caso anotar en este espacio la dirección de la oficina central o casa matriz) Según Balance al: _____ con un activo de (letras y números) _____	
(INFORMACIÓN INDISPENSABLE)	
La designación de la persona que representará al Titular de la Empresa y establecimiento _____ (Esta persona deberá ser diferente al propietario, ser persona nacional y adjuntar fotocopia del Documento Único de Identidad)	
San Salvador, ____ de _____ de dos mil _____.	
F. _____	SELLO:

Anexo N°31 Formulario de Solicitud para Registro Sanitario

	MINISTERIO DE SALUD	
FORMULARIO DE SOLICITUD PARA REGISTRO SANITARIO Y/O RENOVACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS NACIONALES FABRICADOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA PERSONA NATURAL O JURÍDICA DISTINTA A LA EMPRESA FABRICANTE.		
A. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA FABRICANTE		
1. Empresa Fabricante: _____ 2. Dirección Exacta de la Empresa: _____ 3. Teléfono: _____ Fax: _____ NIT de la Empresa: _____ 4. Nombres y apellidos del Representante Legal: _____ 5. Número de NIT del Representante Legal: _____ 6. Teléfono: _____ Fax: _____ E mail: _____		
B. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESA DISTRIBUIDORA		
1. Empresa distribuidora: _____ 2. Dirección exacta: _____ 3. Teléfono: _____ Fax: _____ NIT: _____ 4. Nombre y apellidos del representante legal: _____ 5. Teléfono: _____ Fax: _____ NIT: _____		
C. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO:		
1. Nombre del producto: _____ 2. Marca Comercial del producto: _____ 3. Presentación (es) del producto (contenido neto) en litros, mililitros, kilogramos o gramos: _____ 4. Material del que está fabricado el envase (es): _____ 5. No. de Registro Sanitario (en caso de renovación): _____ 6. Empresa que solicita el Registro Sanitario: _____ San Salvador, a los _____ días, del mes de _____ del dos mil _____		
Firma y Sello		

Anexo N°32 Formulario para Solicitar Permiso de Instalación y Funcionamiento de Establecimientos de Alimentos.

	MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL	
FORMULARIO PARA SOLICITAR PERMISO DE INSTALACION Y FUNCIONAMIENTO DE OTROS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS Y BODEGAS		
FORMA: 02S-03A		
A. Permiso de Instalación y Funcionamiento		
Primera Licencia: <input type="text"/>	Fecha: _____	
Renovación: <input type="text"/>	Fecha: _____	
(Escribir Número)		
B. Identificación del Establecimiento		
1. Nombre del establecimiento: _____		
2. Nombre del propietario y teléfono: _____		
3. Nombre del representante legal o administrador y teléfono: _____		
4. Dirección exacta del establecimiento: _____		
5. Teléfono, fax y correo electrónico del establecimiento: _____		
6. Numero de empleados y administrativos		
Sexo: M _____	F _____	Total _____
Nombre Solicitante: _____		
Solicitante		
Firma: _____		
Solicitante		

Anexo N°33 Tablas de Especificación para la Evaluación Sanitaria del Establecimiento de Alimentos.



Anexo 1 Tablas de especificación

Tabla 1

Distancia de ubicación del establecimiento alimentario, respecto a fuentes de contaminación

Establecimientos	Distancias
Procesadoras de lácteos.	Quinientos metros (500 m) de distancia de fábricas y bodegas de químicos, establos, beneficios de café y rellenos sanitarios.
Panaderías	No es necesario establecer distancia, pero deben proteger las instalaciones de contaminantes físicos, químicos, vectores y roedores.
Supermercados y tiendas de conveniencia.	No es necesario establecer distancia, pero deben proteger las instalaciones de contaminantes físicos, químicos, vectores y roedores.
Envasadoras de aceite, procesadoras de conservas dulces, fruta en conserva, jaleas y mermeladas, sorbetes y helados, encurtidos, salsas, envasadoras de mieles, semillas y otros establecimientos alimentarios similares.	Quinientos metros (500 m) de distancia de fábricas y bodegas de químicos, establos, beneficios de café y rellenos sanitarios.
Restaurantes, servicios de banquete, salas de té, comedores, taquerías, pupuserías y otros, donde se preparen alimentos de consumo inmediato.	No es necesario establecer distancia, pero deben proteger las instalaciones de contaminantes físicos, químicos, vectores y roedores.
Molinos de nixtamal.	No es necesario establecer distancia, pero deben proteger las instalaciones de contaminantes físicos, químicos, vectores y roedores.
Bodegas secas y cuartos fríos.	No es necesario establecer distancia, pero deben proteger las instalaciones de contaminantes físicos, químicos, vectores y roedores.

Tabla 2

Sistema o instalación requerida para ventilación, según establecimiento alimentario

Establecimiento alimentario	Sistema o instalación requerido
Procesadoras de lácteos.	Sistemas mecánicos de ventilación con extracción de aire o en su defecto ventilación natural que permita la ventilación cruzada.
Panaderías.	Chimenea para extracción de humo.
Supermercados y tiendas de conveniencia.	Sistemas mecánicos de ventilación con extracción de aire o en su defecto ventilación natural que permita la ventilación cruzada.
Envasadoras de aceite, procesadoras de conservas dulces, fruta en conserva, jaleas y mermeladas, sorbetes y helados, encurtidos, salsas, envasadoras de mieles, semillas y otros establecimientos alimentarios similares.	Sistemas mecánicos de ventilación con extracción de aire o en su defecto ventilación natural que permita la ventilación cruzada.
Restaurantes, servicios de banquete, salas de té, comedores, taquerías, pupuserías y otros, donde se preparen alimentos de consumo inmediato.	Ventilación natural cruzada o en su defecto, extractor de aire o aire acondicionado.
Molinos de nixtamal.	Ventilación natural cruzada.
Bodegas secas.	Ventilación natural cruzada o en su defecto, extractor de aire o aire acondicionado.



Calificación para Bodega Seca

Nº	Aspectos a verificar	Puntaje Máximo	Calificación			Observaciones de primera inspección
			Inspección		Reinspección	
			1a	1a		
	UBICACION Y ALREDEDORES	10				
1	La bodega está ubicada en un lugar que no permita la inundación y que los productos almacenados no se expongan a la luz solar.	2				
2	Existe cordón sanitario alrededor del edificio de la bodega, que impida el paso de los roedores a su interior.	5				
3	En los alrededores del edificio de la bodega no hay malezas, muebles inservibles o que sirvan de albergue de insectos y roedores, o de focos de infestación.	3				
	ASPECTOS FISICOS DE LA BODEGA	20				
4	Las dimensiones de la bodega son adecuadas con relación al volumen de los productos que se almacenan.	2				
5	Los pisos están contruidos de ladrillos de cemento, o en su defecto de concreto, de espesor adecuado al tipo de alimento que se almacenará, de superficie uniforme y sin grietas y bordes redondeados que permita su fácil limpieza.	2				
6	Las paredes deben ser repelladas, afinadas y pintadas de color claro; contruidas de sistema mixto u otro material que permita la limpieza y protección del producto.	2				
7	El techo debe estar contruido de tal manera que faciliten su limpieza, que eviten la infiltración de agua e impidan la acumulación de polvo, contaminantes, y anidamiento de plagas según lo regulado en el Art. 11 de la presente norma.	2				
8	Las puertas deben ser de material no absorbente, lisas y de fácil limpieza; las ventanas deben estar provistas de malla número 10 o 12 u otros equivalentes están provistas de malla número diez o doce que impidan el ingreso de insectos, roedores y otras plagas.	2				
9	La bodega dispone de luz natural o artificial adecuada de tal manera, que permita realizar las actividades de preparación, envasado, limpieza, desinfección e inspecciones.	4				
10	La bodega tiene un sistema efectivo de ventilación natural o artificial. Los aparatos o equipos utilizados tales como: ventiladores, extractores de calor, aires acondicionados y otros, reciben mantenimiento preventivo y aseo, para su buen funcionamiento.	4				
	EQUIPO Y MATERIAL DE BODEGA	20				
11	Equipo completo y de suficiente capacidad para realizar la limpieza, el control de roedores y demás actividades de prevención.	4				
12	Dispone del equipo y material siguientes: carretillas, escobas, trapeadores, palas, tarimas, estantes, mangueras, depósitos para desechos	5				

Anexo N°34 Ficha de Evaluación Sanitaria

	
Anexo 2 Ficha de evaluación sanitaria de los establecimientos alimentarios	
Ministerio de Salud	
Ficha de evaluación sanitaria de los establecimientos alimentarios	
Código 001-2012 A	
Inspección para: Autorización nueva: _____, Renovación: _____ Control: _____.	
Lugar y fecha: _____	
Tipo y nombre del establecimiento: _____	
Información complementaria al tipo de establecimiento: _____	
Dirección: _____	
Teléfono: _____ fax: _____	
Propietario: _____ Razón social, _____	
Persona natural (nombre): _____	
Nombre de representante legal (cuando aplique): _____	
Municipio: _____ departamento: _____	
Número de empleados: hombres: _____ mujeres: _____ total: _____	
Apartados específicos evaluados: A- procesadoras artesanales de lácteos, _____	
B- Panaderías artesanales: _____, C-Envasadoras de aceite, procesadoras artesanales de: conservas dulces, fruta en conserva, jaleas y mermeladas, sorbetes y helados, encurtidos, salsas con pH menor o igual a 4.6, envasadoras de mieles, semillas y otros establecimientos alimentarios similares: _____, D- Restaurantes, servicios de banquete, salas de té, tiendas de conveniencia, comedores, pupuserías y otros, donde se preparen alimentos de consumo inmediato: _____.	
Otras fichas de evaluación utilizadas en inspección sanitaria (código): _____	
Objeto de la visita: trámite de permiso: _____ Inspección de control: _____ denuncia: _____ Otro detallar: _____	
Funcionarios que practicaron la visita (nombre, cargo e institución/establecimiento de salud): _____	
Atención en la visita por parte de la empresa (nombre, cargo, documento de identidad): _____	
Calificación sanitaria de primera inspección: _____	

Anexo N°35 MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS RESTAURANTE SIN FRONTERAS

Con el propósito de que los responsables de recursos humanos del restaurante, y en su caso, unidades operativas cuenten con la herramienta que les permita conocer el perfil de puestos de las categorías que tiene autorizadas Restaurante Sin Fronteras y de esta manera hacer una asignación correcta tanto de las características de formación y habilidades personales como de sueldos y funciones, la Gerencia de personal actualizó el Manual de Descripción de Puestos.

LINEAMIENTOS DE APLICACIÓN

El presente Manual es de carácter normativo y por lo tanto su aplicación es general y obligatoria en todas las unidades de la entidad.

- Los procesos de reclutamiento y selección de personal deberán aplicar los criterios señalados en los perfiles para identificar a los candidatos idóneos para cubrir cada puesto vacante o de nueva creación.
- Los programas de capacitación y desarrollo deberán considerar, entre otros factores, el fortalecimiento de las habilidades indicadas en los perfiles para cubrir plenamente los requerimientos indicados en cada caso.

PUESTOS

- Gerente
- Ayudante de Cocina
- Chef-Cocinero
- Mesero
- Cajero

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Fig.1
---------------------------	--------------------------------------	-------

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL PUESTO : GERENTE	CÓDIGO 0104
FECHA	AGOSTO 2015

MISIÓN Indicar el cometido principal del puesto (¿Para qué está este puesto en la compañía?)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Proporcionar las facilidades para lograr los estándares de calidad y eficiencia establecidos y mantener un liderazgo en los diferentes departamentos.
--	---

OBJETIVOS ¿Cómo se van a medir los resultados de este puesto?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisar, dirigir y controlar las actividades de los empleados del restaurante así como el planteamiento de cursos de acción o solución de problemas internos y externos derivados de las operaciones. ▪ Adaptar la oferta gastronómica a las expectativas y oportunidades del mercado.
---	--

CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA REQUERIDOS POR EL PUESTO	
FORMACIÓN ACADÉMICA: Especificar el nivel de estudios mínimo que facilita los conocimientos básicos exigidos por el puesto. <ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Administración de Empresas Competencias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Toma de decisiones. ✓ Planificar y controlar el área de producción de alimentos y bebidas. ✓ Designar y supervisar las actividades para alcanzar los objetivos planeados. ✓ Controlar las funciones administrativas y financieras. ✓ Asegurar un servicio de calidad al cliente. 	CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS: Formación adicional mínima imprescindible para el desempeño en el puesto de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Normas estándar internacionales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) y SSO (Seguridad y Salud Ocupacional). ▪ Trato con Proveedores ▪ Industria Restaurantes EXPERIENCIA PREVIA: -Se considera un promedio de 2 años de experiencia en <u>gerencia</u> de Restaurantes o administración de empresas.
SUPERVISIÓN DE PERSONAS	
Indicar el nº de personas que dependen del ocupante del puesto y los puestos que ocupan	
3	Chef de Cocina, Mesero, Cajero
RELACIONES DEL PUESTO	
Relaciones que, por razones de trabajo, se ve obligado a mantener el ocupante del puesto. Indicar si son internas o externas a la empresa, el motivo y la frecuencia.	

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Fig. 2
------------------------------	--------------------------------------	--------

- **RELACIONES EXTERNAS:** Proveedores, Clientes **RELACIONES INTERNAS:** Junta de Socios, Almacén, Compras, Meseros, Ayudante de Cocina, Cocinero, Unidad Contable.

FUNCIONES/RESPONSABILIDADES ACTIVIDADES DEL PUESTO

Indicar las actividades que realiza en su puesto de trabajo, explicando con el máximo detalle el modo de realizar cada una de las actividades, de tal manera que una persona que no conozca el puesto de trabajo pueda entenderlo perfectamente.

RESPONSABILIDAD

Supervisar, dirigir y controlar las actividades de los empleados del restaurante así como el planteamiento de cursos de acción o solución de problemas internos y externos derivados de las operaciones.

ACTIVIDADES

- ◆ Desarrolla actividades específicas de presupuesto para los departamentos del establecimiento.
- ◆ Supervisa los presupuestos para controlar los gastos.
- ◆ Supervisa horarios y funciones.
- ◆ Provee de información que solicita el especialista contable, tales como pagos, impuestos y estados financieros.
- ◆ Organiza y opera eventos dentro y fuera del restaurante.
- ◆ Delega y asigna diversas tareas.
- ◆ Sirve de contacto para diversas autoridades (privados como públicos).
- ◆ Da el visto bueno a todos los detalles de comida y montaje junto con el chef antes de iniciar algún evento.
- ◆ Revisa reportes de los departamentos.
- ◆ Gestiona pedidos de compras de materia prima.

Nombre y Firma de Colaborador

Nombre y Firma de Jefe Inmediato

Agosto, 2015

Fecha de última revisión de documento

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Pág. 1
---------------------------	--------------------------------------	--------

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL PUESTO : CHEF DE COCINA	CÓDIGO 0101
FECHA	AGOSTO 2015

MISIÓN Indicar el cometido principal del puesto (¿Para qué está este puesto en la compañía?)	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Ejecutar y controlar las actividades relacionadas con la preparación, presentación de los alimentos del departamento de cocina, de acuerdo con los procedimientos, criterios de calidad e higiene y seguridad establecidos en el restaurante.
--	---

OBJETIVOS ¿Cómo se van a medir los resultados de este puesto?	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Cocinar los platillos de los menús del restaurante cumpliendo con las normas de higiene para garantizar un servicio alimenticio de óptima calidad y sabor.
---	--

CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA REQUERIDOS POR EL PUESTO	
FORMACIÓN ACADÉMICA: Especificar el nivel de estudios mínimo que facilita los conocimientos básicos exigidos por el puesto. Chef Profesional Diplomado Cocinero Profesional Competencias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicar ideas e información ✓ Analizar y resolver problemas del servicio. ✓ Trabajar con otros y en equipo. ✓ Supervisar el trabajo del ayudante de cocina ✓ Planear y organizar actividades de trabajo. ✓ Mantener un actitud positiva y centrada en el cliente ✓ Creativo para nuevas propuestas en recetas. 	CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS: Formación adicional mínima imprescindible para el desempeño en el puesto de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Normas estándar internacionales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) y SSO (Seguridad y Salud Ocupacional). ▪ Dominio sobre la cocina internacional, práctica de platos iconos de la cocina española comprobable. ▪ Almacenamiento y stocks ▪ Técnicas de cocina, cocimiento, cortes. ▪ Creación de fondos, salsas, sopas, cremas, consomés. EXPERIENCIA PREVIA: -Se considera un promedio de 2 años de experiencia en restaurantes. -Dominio sobre la cocina internacional, elaboración de platos iconos de la cocina española comprobable.
SUPERVISIÓN DE PERSONAS	
Indicar el nº de personas que dependen del ocupante del puesto y los puestos que ocupan	
1	Ayudante de Cocina

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Pág. 2
---------------------------	--------------------------------------	--------

RELACIONES DEL PUESTO
Relaciones que, por razones de trabajo, se ve obligado a mantener el ocupante del puesto. Indicar si son internas o externas a la empresa, el motivo y la frecuencia
<ul style="list-style-type: none"> • RELACIONES EXTERNAS: Proveedores RELACIONES INTERNAS: Gerencia, Almacén, Compras, Meseros, Ayudante de Cocina.

FUNCIONES/RESPONSABILIDADES ACTIVIDADES DEL PUESTO
Indicar las actividades que realiza en su puesto de trabajo, explicando con el máximo detalle el modo de realizar cada una de las actividades, de tal manera que una persona que no conozca el puesto de trabajo pueda entenderlo perfectamente.
<p>RESPONSABILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es responsable con carácter constante por la preparación directa de los platillos del restaurante, el uso de materiales, equipos y herramientas tales como: paletas, cubiertos, bandejas, licuadora, horno, cocina, entre otros. <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Verificar que los sabores y presentaciones de los platillos cumplan con los estándares establecidos. ♦ Elaborar nuevas propuestas de menús para el restaurante. ♦ Elegir los insumos para la preparación de los alimentos y supervisar la adquisición. ♦ Mantener en las actividades las respectivas normas de higiene sanitarias. ♦ Ejecutar las actividades concernientes a la operación y preparación en general del área de cocina.

Nombre y Firma de Colaborador

Nombre y Firma de Jefe Inmediato

Agosto, 2015

Fecha de última revisión de documento

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Pág. 1
------------------------------	--------------------------------------	--------

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL PUESTO : AYUDANTE DE COCINA	CÓDIGO 0102
FECHA	AGOSTO 2015

MISIÓN	
Indicar el cometido principal del puesto (¿Para qué está este puesto en la compañía?)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ El Ayudante de Cocina debe realizar los adelantos para la elaboración de los platos contemplados, además de colaborar para mantener la zona de trabajo limpia y ordenada.

OBJETIVOS	
¿Cómo se van a medir los resultados de este puesto?	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Garantizar la calidad culinaria del servicio de alimentación de acuerdo a normativas de la empresa. ◆ Realizar adelantos para la elaboración de los platos de acuerdo a las instrucciones directas de su superior.

CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA REQUERIDOS POR EL PUESTO	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA: Especificar el nivel de estudios mínimo que facilita los conocimientos básicos exigidos por el puesto.</p> <p>Bachiller más curso de Cocina mayor de tres (3) meses o igual a seis (6) meses de duración y una experiencia de un (1) año a nivel operativo. B. Educación Básica (noveno grado aprobado) y una experiencia de seis (6) años a nivel operativo.</p> <p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adaptación a las políticas, normas y procedimientos de higiene, calidad y seguridad establecidos por la empresa. ✓ Flexibilidad y sentido de urgencia: el trabajador debe ser capaz de adaptar su conducta en forma satisfactoria frente a alguna variación en su trabajo, ya sea frente a cambios en los procedimientos de trabajo, a nuevas instrucciones de su superior o a imprevistos y/o problemas. ✓ Experticia técnica: el trabajador debe dominar técnicas básicas de corte, cocción, preparación. ✓ Esfuerzo físico moderado; se acentúa en las horas previas al servicio. 	<p>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS: Formación adicional mínima imprescindible para el desempeño en el puesto de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Preparaciones básicas de alimentos. ▪ El uso, manejo y mantenimiento de equipos y utensilios de cocina. ▪ Técnicas de cocina, cocimiento, cortes. <p>EXPERIENCIA PREVIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se considera un promedio de 2 años de experiencia en restaurantes. -En el dominio de técnicas básicas de, cocción, preparación básicas; uso de equipos de cocina; normas de higiene y manipulación de alimentos.

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Pág. 2
------------------------------	--------------------------------------	--------

SUPERVISIÓN DE PERSONAS	
Indicar el nº de personas que dependen del ocupante del puesto y los puestos que ocupan	
	Ninguno
RELACIONES DEL PUESTO	
Relaciones que, por razones de trabajo, se ve obligado a mantener el ocupante del puesto. Indicar si son internas o externas a la empresa, el motivo y la frecuencia	
<ul style="list-style-type: none"> RELACIONES EXTERNAS:- RELACIONES INTERNAS: Almacén, Meseros , Chef. 	

FUNCIONES/RESPONSABILIDADES ACTIVIDADES DEL PUESTO
Indicar las actividades que realiza en su puesto de trabajo, explicando con el máximo detalle el modo de realizar cada una de las actividades, de tal manera que una persona que no conozca el puesto de trabajo pueda entenderlo perfectamente.
<p>RESPONSABILIDAD</p> <p>Realizar actividades y asumir responsabilidades adicionales a las que aquí se describen, de acuerdo al criterio de su superior, a las características del contrato en que se desempeña y/o a las necesidades específicas del momento.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> Lavar, sanitizar y desinfectar los insumos que serán utilizados en la elaboración de los platos. Realizar los adelantos de las preparaciones: freír, cocer, porcionar, hornear, entre otros. Realizar tareas de apoyo al trabajo del chef; siguiendo sus instrucciones y de acuerdo a las necesidades del momento. Utilizar en forma correcta y segura sus utensilios de trabajo: cuchillos, picadora, sobradora, entre otros. Mantener el orden y la limpieza de su área de trabajo. Cumplir con las normas de higiene, calidad y seguridad de la empresa para la manipulación de los alimentos y de los utensilios de cocina.

Nombre y Firma de Colaborador

Nombre y Firma de Jefe Inmediato

Agosto, 2015

Fecha de última revisión de documento

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Fág. 1
---------------------------	--------------------------------------	--------

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL PUESTO : MESERO	CÓDIGO 0103
FECHA	AGOSTO 2015

MISIÓN Indicar el cometido principal del puesto (¿Para qué está este puesto en la compañía?)	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Atender a los clientes proporcionándoles el servicio de alimentos, bebidas y asistencia durante su estancia en el restaurante.
--	--

OBJETIVOS ¿Cómo se van a medir los resultados de este puesto?	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Contribuir en la atención y servicio al cliente.
---	--

CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA REQUERIDOS POR EL PUESTO	
FORMACIÓN ACADÉMICA: Especificar el nivel de estudios mínimo que facilita los conocimientos básicos exigidos por el puesto. Chef Profesional Diplomado Cocinero Profesional Competencias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar las tareas asignados con atención, cortesía y cooperación. ✓ Trabajar con otros y en equipo. ✓ Comunicarse de manera clara y precisa. ✓ Establecer una relación efectiva con el cliente y mantenerla durante todo el servicio. ✓ Tratar al cliente y equipo de trabajo con cortesía y respeto. ✓ Puntualidad ✓ Ética y responsabilidad. 	CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS: Formación adicional mínima imprescindible para el desempeño en el puesto de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Técnicas para servir alimentos y bebidas de acuerdo al tipo de servicio proporcionado. ▪ Normas básicas de etiqueta en la mesa y en el salón. ▪ Requisitos de higiene y seguridad para la prestación del servicio de alimentos y bebidas. EXPERIENCIA PREVIA: -Se considera un promedio de 1 año de experiencia en restaurantes. - Experiencia comprobable en servicio de alimentos y bebidas
SUPERVISIÓN DE PERSONAS	
Indicar el nº de personas que dependen del ocupante del puesto y los puestos que ocupan	
RELACIONES DEL PUESTO	

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Fig. 2
---------------------------	--------------------------------------	--------

Relaciones que, por razones de trabajo, se ve obligado a mantener el ocupante del puesto. Indicar si son internas o externas a la empresa, el motivo y la frecuencia

- **RELACIONES EXTERNAS:** Clientes **RELACIONES INTERNAS:** Gerencia, Ayudante de Cocina, Cajero.

FUNCIONES/RESPONSABILIDADES ACTIVIDADES DEL PUESTO

Indicar las actividades que realiza en su puesto de trabajo, explicando con el máximo detalle el modo de realizar cada una de las actividades, de tal manera que una persona que no conozca el puesto de trabajo pueda entenderlo perfectamente.

RESPONSABILIDAD

- Es responsable directo de la atención de los clientes para el pedido de los alimentos y el servicio de los mismos.
- Utilizar el uniforme requerido por el puesto de acuerdo a lo establecido por la gerencia.

ACTIVIDADES

- ♦ Tomar la orden en el formato establecido.
- ♦ Promover la carta entre los clientes.
- ♦ Servir alimentos y bebidas de acuerdo con lo ordenado por el cliente.
- ♦ Dar respuesta a preguntas sobre los platillos y bebidas que se ofrecen, incluidos sus ingredientes, tiempo de cocción, y hacer sugerencias para apoyar la elección.
- ♦ Realizar el montaje de las mesas, sillas, manteles y cubiertos.
- ♦ Mantener el orden y limpieza del área de salón comedor.

Nombre y Firma de Colaborador

Nombre y Firma de Jefe Inmediato

Agosto, 2015

Fecha de última revisión de documento

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	Fág. 1
---------------------------	--------------------------------------	--------

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL PUESTO : CAJERO	CÓDIGO 0105
FECHA	AGOSTO 2015

MISIÓN Indicar el cometido principal del puesto (¿Para qué está este puesto en la compañía?)	<ul style="list-style-type: none"> Persona responsable de asegurar el correcto cobro de cuentas, reportes diarios de caja y el registro ordenado de todas las transacciones.
--	---

OBJETIVOS ¿Cómo se van a medir los resultados de este puesto?	<ul style="list-style-type: none"> Recibir los pagos de los clientes, Mantener un registro de estos pagos Preparar el reporte de caja diariamente.
---	---

CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA REQUERIDOS POR EL PUESTO	
FORMACIÓN ACADÉMICA: Especificar el nivel de estudios mínimo que facilita los conocimientos básicos exigidos por el puesto. Bachiller en Contaduría Publica Competencias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad para operar computador o POS ✓ Excelente organización y habilidad con el manejo del tiempo. ✓ Habilidad excepcional en matemáticas ✓ Capacidad para estar de pie por largos periodos de tiempo. 	CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS: Formación adicional mínima imprescindible para el desempeño en el puesto de trabajo. Conocimientos en paquetería Office. Habilidades numéricas Caja Registradora EXPERIENCIA PREVIA: -Se considera un promedio de 2 años de experiencia en el área de caja. Responsabilidad y honestidad a toda prueba Atención al cliente
SUPERVISIÓN DE PERSONAS	
Indicar el nº de personas que dependen del ocupante del puesto y los puestos que ocupan	
0	
RELACIONES DEL PUESTO	
Relaciones que, por razones de trabajo, se ve obligado a mantener el ocupante del puesto. Indicar si son internas o externas a la empresa, el motivo y la frecuencia	

Restaurante Sin Fronteras	DESCRIPCIÓN PUESTO DE TRABAJO	
---------------------------	--------------------------------------	--

Pág. 2

- **RELACIONES EXTERNAS:** Clientes **RELACIONES INTERNAS:** Gerencia, Compras, Mesero.

FUNCIONES/RESPONSABILIDADES ACTIVIDADES DEL PUESTO Indicar las actividades que realiza en su puesto de trabajo, explicando con el máximo detalle el modo de realizar cada una de las actividades, de tal manera que una persona que no conozca el puesto de trabajo pueda entenderlo perfectamente.
RESPONSABILIDAD Persona responsable de asegurar el correcto cobro de cuentas, reportes diarios de caja y el registro ordenado de todas las transacciones. ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Recibir los pagos de los clientes • Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente • Entregar el cambio correcto cuando sea necesario • Hacer la conciliación del total de los pagos con el total de las ventas • Contestar el teléfono para atender a clientes.

Nombre y Firma de Colaborador

Nombre y Firma de Jefe Inmediato

Agosto, 2015

Fecha de última revisión de documento

Anexo Nº 36 Normas de Higiene y Manual de Procedimientos para la elaboración de Platos en Restaurante Sin Fronteras.

**NORMAS DE HIGIENE Y MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PLATILLOS PARA EL
RESTAURANTE SIN FRONTERAS.**

LINEAMIENTOS DE APLICACIÓN

En la siguiente guía de procedimientos para la preparación de los platos, se agregan algunas características más importantes en materia de sanidad que deben poseer todos los equipos, las personas, los utensilios, las zonas de trabajo para el restaurante.

NORMAS DE HIGIENE.

Condiciones Generales del Personal.

1- Higiene personal

a) Mantener la higiene en su aseo personal y utilizar en estado de limpieza adecuado la indumentaria y los utensilios propios de la actividad que desempeña y de usos exclusivo para su trabajo.

b) Lavarse las manos con agua y jabón sin olor tantas veces como requieran las condiciones de trabajo y siempre antes de incorporarse a su puesto, después de una ausencia o de haber realizado actividades ajenas a su cometido específico.

c) El manipulador aquejado de enfermedad de transmisión por vía digestiva o que sea portador de gérmenes deberá ser excluido de toda actividad directamente relacionada con los alimentos hasta su total curación clínica y bacteriológica y la desaparición de su condición de portador.

Todos los colaboradores deben:

a) Emplear el uniforme asignado a su respectiva función en correctas condiciones de uso y limpio.

b) Evitar el uso de anillos, cadenas, reloj, pues pueden caer en la preparación siendo un vehículo de contaminación y causar en algunos casos, un accidente de trabajo.

c) Usar gorro para el cabello mientras permanezcan en la cocina y uso de guantes.

Lavado adecuado de manos en los siguientes casos:

- ✓ Luego de manipular alimentos crudos y antes de tocar alimentos cocidos.
- ✓ Al tocar depósitos de basura y realizar actividades de limpieza.
- ✓ Al tocar ingredientes o elementos ajenos a la elaboración, preparación o distribución.
- ✓ Al tocar el equipamiento
- ✓ Antes y después de ir al baño

- **Aseo Personal**

-Personal masculino mantendrán sus cabellos cortos y diariamente deben rasurarse la barba antes de tomar servicio.

-Baño diario, uso de perfumes suaves.

-El personal femenino sin excepción debe recoger su cabello con una redcilla o gorro.

-Las uñas deben estar cortas, limpias.

Higiene de los Alimentos

- **Recepción de Mercadería**

Todas las materias primas destinadas a la preparación deben ser inspeccionadas por el responsable de insumos y el jefe de cocina, con la presencia del encargado o gerente de local, cuando sea necesario, a fin de evaluar la calidad y estado de conservación de los alimentos. Se deberá verificar la fecha de vencimiento de todos los productos.

- **Almacenamiento de Productos Perecibles**

Posterior a la recepción de mercadería se clasificarán los insumos para su almacenamiento y limpieza según sea el caso.

- **Carnes, Mariscos**

Congeladas: deben ser mantenidas a temperatura máxima de *18° C.

Refrigeradas: deben ser mantenidas a temperatura de 0 a 5° C.

Las carnes deben estar identificadas por su tipo, cantidad y fecha de recepción.

Serán retiradas de su embalaje original acondicionándolas en recipientes adecuados e higienizados.

- **Productos Lácteos**

Deben estar rotulados con su fecha de recepción y almacenados a temperatura entre 0° C y 5° C

El yogurt, leche y derivados lácteos serán almacenados en su embalaje original, cuidando de no llevar suciedad a la cámara. En caso de requerirse serán lavados antes del ingreso a las mismas.

- **Huevos, abarrotos**

-Deben ser mantenidos en depósitos descartables, los cuales luego de su uso deben ser descartados.

-Retirar los huevos quebrados o dañados

- **Hortalizas y Frutas**

- Se retirarán de su embalaje original (cajas, cartones, bolsas) inmediatamente después de la recepción

- Se acondicionarán en recipientes plásticos debidamente higienizados y separadas por clase
- Se almacenarán con una temperatura de 6° C a 8° C
- Las verduras congeladas se mantendrán a temperatura de *18° C

Consideraciones Generales

- Mantener las puertas de refrigeradora, pantries cerradas.
- Conservar el orden interno teniendo en cuenta las siguientes distribuciones: a) estantes superiores b) estantes inferiores.
- Mantener los alimentos cubiertos con film
- Todos los productos perecederos necesitan refrigeración
- Se realizará un control de las fechas de vencimiento de los productos.

Almacenamiento de Materiales

- **Artículos de limpieza**

Los artículos de limpieza y productos utilizados para la desinfección serán almacenados en un lugar alejado de los alimentos y permanecerán debidamente identificados.

Consideraciones Generales

- La mercadería debe ser apilada en sentido de favorecer la ventilación.
- Las etiquetas deben estar mirando hacia el frente
- No permitir la presencia de objetos extraños al ámbito de trabajo

Selección de los Alimentos

- **Selección**

Los alimentos que se utilicen para la elaboración de los menús deben ser revalidados en cuanto a su estado de conservación (verificar las características sensoriales: sabor, olor, color y la fecha de vencimiento de los mismos)

- **Limpieza y desinfección**

Los alimentos deben ser adecuadamente higienizados con agua para eliminar las suciedades al ser recepcionados.

Todas las verduras deben ser sumergidas en una solución desinfectante de agua corriente con dos (2) gotas de cloro por litro, u otro desinfectante en concentración adecuada para tal fin. Los alimentos deben permanecer en esta solución por lo menos 15 minutos y posterior enjuagar con abundante agua.

Higiene del Ambiente

- Área de recepción

Debe estar constantemente limpia, sin restos de alimentos, incluyendo la balanza.

Mantener el piso siempre limpio y seco

- Área de Elaboración y Producción
 - ✓ mantener todas las áreas de trabajo limpias y organizadas antes, durante y después del servicio.
 - ✓ No permitir la presencia de objetos ajenos al sector y efectos personales
 - ✓ Mantener el piso limpio y seco.
 - ✓ contar con recipiente de residuos con tapa y bolsa

- Área de sanitarios
 - ✓ Mantener el área organizada, limpia, seca y ventilada
 - ✓ Realizar una limpieza 2 veces por día desinfectando pisos, paredes y sanitarios. Utilizar agua clorada en la siguiente proporción: 2 gotas por litro de agua.
 - ✓ Remover los residuos generados en cada rutina de limpieza.
 - ✓ El local debe estar provisto de:
 - ✓ Jabón líquido para manos y uñas
 - ✓ Toallas de papel desechable
 - ✓ Cesto para residuos
 - ✓ Papel higiénico

- **Control de Insectos y roedores**

Para realizar la prevención contra los insectos y los roedores se utilizan 2 métodos:

- a) Métodos Mecánicos: Uso de mosquiteros, entradas con antesala con una cortina que reduce el acceso de los mismos, mantener los cestos tapados, las bolsas de basura bien cerradas.

- b) Métodos Químicos: Existen muchas sustancias químicas utilizadas como agentes controladores de insectos y roedores. Estas deben ser aplicadas por un técnico especializado.

Manual de Procedimientos para la Elaboración de los Platos.

1) Elaboración de Tortilla Española







Receta

Tortilla Española		
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 8 Porciones
Papas	Onzas	32
Cebolla	Unidad	1
Pimiento Verde	Unidad	2
Huevos	Unidad	2
Aceite de oliva virgen e	Onzas	8
Sal	onzas	2
Tomate	Unidad	2
Chorizo	Onzas	14

Procedimiento para hacer Tortilla Española
Lavar y pelar las papas.
Luego de pelarlas, cortar en lascas finas.
Picar la cebolla y tomate, pimiento verde en cuadritos muy fino.
Vertir 8 onzas de aceite de oliva a calentar en una olla.
Cuando esté caliente colocar las papas picadas y la cebolla, bajar el fuego a la mitad.
Dejar freír durante 10 minutos y colocar sal, pimienta y tapar.

<p>Cortar los chorizos y agregarlos a las papas y revolver constantemente con una cuchara de madera.</p>
<p>Batir los huevos con la batidora.</p>
<p>Colocar otra sartén al fuego sin aceite a fuego medio, y verter la mezcla de papatas y chorizo en ella, repartir por toda la superficie.</p>
<p>Vertir los huevos batidos poco a poco para que se reparta bien y moviendo la sartén con la ayuda de una cuchara de palo a repartir el huevo.</p>
<p>Tener cuidado de que no se queme el huevo, para ello vamos moviendo la sartén y damos la vuelta con un plato.</p>
<p>Tiempo de Preparación</p>

DIAGRAMA DE PROCESO PREPARACIÓN DE TORTILLA ESPAÑOLA

Diagrama de Proceso para preparación de recetas del Restaurante Sin Fronteras								
	Resumen							
	Operaciones	16						
	Transporte	5						
	Inspecciones	2						
	Esperas	4						
	Almacenamiento	1						
	Total	28						
TORTILLA ESPAÑOLA								
Código	Descripción de Actividades	Almacenamiento	Transporte	Operación	Inspección	Espera	Documentos	Tiempo
								
1	Trasladar los ingredientes a la zona de preparación.	●	●	●				1,5
2	Lavar y pelar las papas.			●				2,5
3	Luego de pelarlas, cortar en lascas finas.			●				2
4	Picar la cebolla y tomate, pimiento verde en cuadritos muy fino.			●				2
5	Colocar una sartén en la cocina a fuego medio.		●	●				1
6	Vertir 8 onzas de aceite de oliva a calentar en la sartén.			●				1
7	Colocar las papas picadas y la cebolla, bajar el fuego a temperatura mínima.		●	●				1
8	Dejar freír durante 8 minutos , agregar sal, pimienta y tapar.			●		●		8
9	Apagar fuego al terminar los 10 minutos y dejar reposar.			●		●		
10	Cortar los chorizos y agregarlos a las papas y revolver constantemente con una cuchara de madera.			●				1
11	Dejar en un depósito mientras se preparan los demás ingredientes.					●		
12	Batir los huevos con la batidora.			●				1
13	Colocar otra sartén al fuego sin aceite a fuego medio, y vertir la mezcla de patatas y chorizo en ella, repartir por toda la superficie.		●	●				1
14	Verificar que todos los ingredientes se integren.				●			0,5
15	Vertir los huevos batidos poco a poco para que se reparta bien y moviendo la sartén con la ayuda de una cuchara de palo a repartir el huevo.			●				1
16	Tener cuidado de que no se queme el huevo, para ello vamos moviendo la sartén y damos la vuelta con un plato.			●				0,5
17	Al dar vuelta verificar que este bien cocido.				●			0,5
18	Esperar un minuto y estará terminado, apagar fuego.					●		1
19	Partir las porciones y colocarlas en los platos.			●				1
20	El mesero toma los platillos completos			●				0,5
21	Se llevan al área de salón y se sirve al cliente.		●	●				1
	Total Tiempo de Preparación Aproximado.							28

2) Elaboración de Croquetas

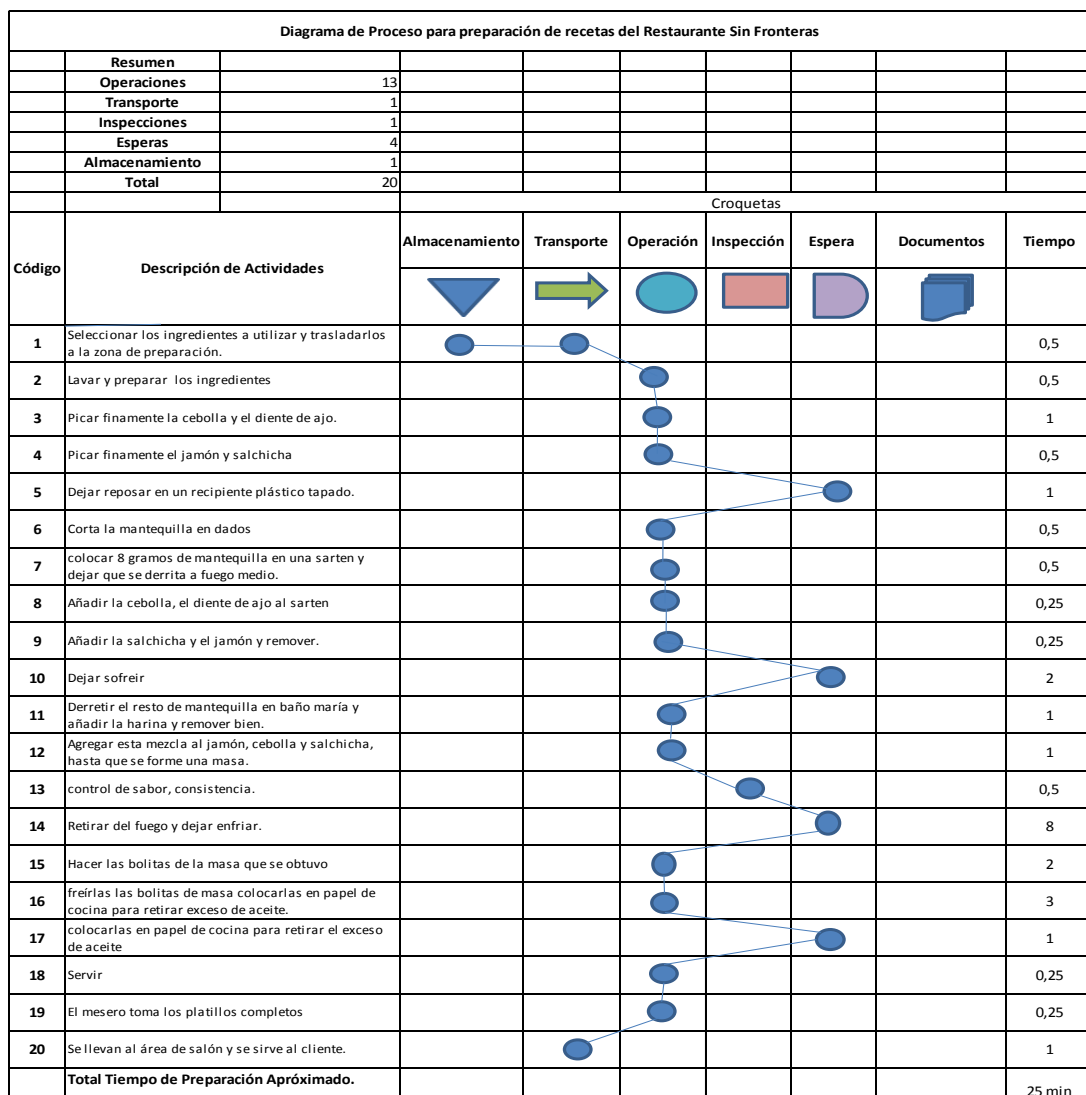
Receta

Croquetas		
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 20 Porciones
Jamón serrano	Onzas	16
Cebolla	Unidad	2
Ajo	Gramos	60
Harina	Gramos	375
Mantequilla	Gramos	160
Salchicha	Onzas	12

Procedimiento para hacer Croquetas
Picar finamente la cebolla y el diente de ajo.
Picar finamente el jamón y salchicha y dejar reposar en un recipiente plástico tapado.
Corta la mantequilla en dados y pon a derretir 8 gramos en una cacerola a fuego medio.
Añadir la cebolla, el diente de ajo
Añadir la salchicha y el jamón y remover.
Dejar sofreir
Derretir el resto de mantequilla en baño maría y añadir la harina y remover bien.
Agregar esta mezcla al jamón, cebolla y salchicha, hasta que se forme una masa.
Retirar del fuego y dejar enfriar.

Hacer las bolitas y freírlas al retirarlas colocarlas en papel de cocina para retirar exceso de aceite.
Servir
Tiempo de Preparación

DIAGRAMA DE PROCESO PREPARACIÓN DE CROQUETAS









3) Elaboración de Salmorejo

 Receta

Salmorejo		
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones
Tomates	Unidad	9
Pan de Miga	Gramos	200
Aceite de Oliva	Onzas	6
Ajo	Gramos	70
Sal	Onzas	2

Procedimiento para elaborar Salmorejo
Limpiar bien los tomates
Cortarlos en cuartos, añadirlos a un bol grande y trituramos con la batidora hasta que nos quede una salsa líquida.
Pasamos esta salsa por un colador para retirar posibles trozos de piel.
Agregar el ajo picadillo y las migas de pan para que se absorba a la salsa.
Vertir el aceite de oliva virgen extra y la sal. Lo pasamos todo por la batidora hasta que nos quede lo más fino posible. Probamos si está bien de sal y si no rectificamos con un poco más.
Calentar durante 3 minutos
Tiempo Preparación

DIAGRAMA DE PROCESO PREPARACIÓN DE SALMOREJO

Diagrama de Proceso para preparación de recetas del Restaurante Sin Fronteras								
	Resumen							
	Operaciones	8						
	Transporte	1						
	Inspecciones	1						
	Esperas	2						
	Almacenamiento	1						
	Total	13						
SALMOREJO								
Código	Descripción de Actividades	Almacenamiento	Transporte	Operación	Inspección	Espera	Documentos	Tiempo
								
1	Trasladar de almacén a la zona de preparación los ingredientes	●	●					1
2	Limpiamos bien los tomates			●				1,5
3	Cortarlos en cuartos, añadirlos a un bol grande.			●		●		1,5
4	Trituramos con la batidora hasta que nos quede una salsa líquida.			●				1
5	Pasamos esta salsa por un colador para retirar posibles trozos de piel.			●				1
6	Agregar el ajo picadillo y las migas de pan para que se absorva a la salsa.			●				1
7	Echamos el aceite de oliva virgen extra y la sal. Lo pasamos todo por la batidora hasta que nos quede lo más fino posible.			●				2
8	Probamos si esta bien de sal, o se agrega más.				●			
9	Dejar que hervir y apagar fuego					●		4
10	Servir las porciones			●				1
11	El mesero retira para llevar a los clientes.			●				1
	Total Tiempo de Preparación Aproximado.							14







4) Elaboración de Montadito Serrano

 Receta

Montadito Serrano		
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 10 Porciones
Pan Mini Baguette	Unidad	10
Jamon de Cerdo	Onza	12
Pimiento Verde	Unidad	3
Jamon Serrano	Onza	12
Tomate	Unidad	2
Sal	Onza	1
Aceite de Oliva	Onza	4

Procedimiento para hacer Montadito Serrano
Cortar lascas finas de pimiento verde y tomate.
Rodajear 10 lascas de Jamón Serrano y el jamón de cerdo.
Cortar el pan baguette en porciones
Montar sobre las rodajas de pan baguette los jamones, tomate y pimiento.
Agregar sal
Agregar aceite de oliva
Servir
Tiempo Preparación

DIAGRAMA DE PROCESO PREPARACIÓN DE MONTADITO SERRANO

Diagrama de Proceso para preparación de recetas del Restaurante Sin Fronteras								
	Resumen							
	Operaciones	9						
	Transporte	2						
	Inspecciones	1						
	Esperas	1						
	Almacenamiento	1						
	Total	14						
Montadito Serrano								
Código	Descripción de Actividades	Almacenamiento	Transporte	Operación	Inspección	Espera	Documentos	Tiempo
								
1	Seleccionar los ingredientes a utilizar y trasladarlos a la zona de preparación.	●	●					0,5
2	Lavar y preparar los ingredientes			●				0,5
3	Cortar lascas finas de pimiento verde y tomate sin cáscara.			●				2
4	Rodajear el Jamón Serrano y el jamón de cerdo.			●				1
5	se traslada al sartén el jamón		●					0,5
6	Calentar y dar cocimiento a ambos jamon, esperar					●		1
7	Cortar el pan baguette en porciones			●				0,5
8	Montar sobre las rodajas de pan baguette los jamones, tomate y pimiento.			●				2
9	Agregar sal			●				0,25
10	Agregar aceite de oliva			●				0,25
11	control de calidad al terminar				●			0,25
12	Servir			●				0,25
13	El mesero toma los platillos completos y los lleva al salón para servir a los clientes			●				1
	Total Tiempo de Preparación Aproximado.							11 Min.

5) Elaboración de Paella 12 Porciones

Receta

Paella		
Ingredientes	Unidad	Cantidad para 12 Porciones
Arroz	Gramos	800
Pollo	Onzas	16
Guisantes Verdes	Gramos	250
Chorizo	Onzas	10
Salchicha	Onzas	8
Camaron	Unidad	16
Tomates	Unidad	3
Cebolla	Unidad	2
Pimiento Verde	Unidad	2
Agua	Mililitros	1200
Aceite de Oliva	Onzas	6
Sal	Onzas	2
Rama de Romero	Unidad	1
Azafrán	Gramos	30
Perejil	Unidad	1

Procedimiento
Selección de todos los insumos y limpiarlos
Limpiar los camarones, pollo, cortar el chorizo, las salchichas despegar el plástico adherido.
Sofreír en aceite de oliva, los camarones, aparte el pollo, chorizo, salchichas a temperatura media. Reservar aparte en un recipiente tapado.
Cortar tomate, cebolla, pimiento verde.

En una paellera, ó sartén muy grande y profunda, sofreír en aceite de oliva la cebolla, pimentón y tomate picados en cuadritos pequeños. Agregar un poco de pimienta y sal. Removerlo con una cuchara de madera constantemente.

Agregar los 800 gramos de arroz y revolver para que se mezcle con lo sofrito del tomate, cebolla y pimentón. Seguidamente vertir la cantidad de agua indicada en la receta, dejar hervir.

Agregar el azafrán y sal.

Llegado el minuto 11, aún con líquido en la paellera, agregar los guisantes, camarones, pollo troceado, salchichas, chorizo y el perejil previamente picado muy pequeñito.







Deja cocinar hasta que esté casi seco el líquido.

Baja el fuego y tapa.

Probar el grano. Si está listo retira del fuego y se sirven las porciones.

Total Tiempo de Preparación Aproximado.

DIAGRAMA DE PROCESO PREPARACIÓN DE PAELLA

Diagrama de Proceso para preparación de recetas del Restaurante Sin Fronteras									
Resumen									
Operaciones		16							
Transporte		5							
Inspecciones		2							
Esperas		7							
Almacenamiento		1							
Total		31							
		PAELLA							
Código	Descripción de Actividades	Almacenamiento	Transporte	Operación	Inspección	Espera	Documentos	Tiempo	
									
1	Selección de todos los insumos del almacén a la zona de preparación.	●	●	●				1	
2	Limpiar y pelar camarones, pollo, cortar chorizo, salchichas.			●				3	
3	Colocar una cacerola a fuego medio en la cocina.		●	●				1	
4	Agregar aceite de oliva			●				2	
5	Esperar que caliente el aceite de oliva					●		0,5	
6	Agregar a la cacerola caliente los ingredientes cortados previamente: los camarones, pollo, chorizo y salchichas.			●				2	
7	Sofreír por 2 minutos			●		●		1	
8	Apagar fuego y reservar el pollo, camaron, chorizo y salchichas.			●		●		2	
9	Cortar tomate, cebolla, pimiento verde.			●				1	
10	En una paellera, ó sartén muy grande y profunda, sofreír en aceite de oliva la cebolla, pimentón y tomate picados en cuadritos pequeños.			●				2	
11	Agregar un poco de pimienta y sal.			●				0,5	
12	Removerlo con una cuchara de madera constantemente.			●				2	
13	Agregar el arroz y revolver para que se mezcle con lo sofrito del tomate, cebolla y pimentón.			●				1	
14	Seguidamente verter la cantidad de agua indicada en la receta, dejar hervir.			●				0,5	
15	Dejar en fuego a temperatura media.					●		1	
16	Agregar el azafrán y sal.			●				0,5	
17	Tomar el pollo, salchicha, chorizo, salchichas y perejil.		●	●				1	
18	Aún con líquido en la paellera, agregar los guisantes, camarones, pollo trozeado, salchichas, chorizo y el perejil previamente picado muy pequeñito.		●	●				10	
19	Deja cocinar hasta que esté casi seco el líquido.					●		1	
20	Revisar que todo se integre bien.				●			1	
21	Baja el fuego y tapa.					●		1	
22	Probar el grano si está listo retira del fuego.				●			2	
23	Al estar listo se sirven las porciones en los platillos.		●	●				1	
24	El mesero toma los platillos completos		●	●				1	
25	Se llevan al área de salón y se sirve al cliente.			●				1	
Total Tiempo de Preparación Aproximado.								34	

Anexo N 37 Propuesta de Nuevos Platos para el Restaurante.

Nombre del Plato: Pulpo a la Gallega

Se sirve acompañado de papas, aceite de oliva con pimentón picante y ajo.



Nombre del Plato: Tapas de Solomillo

Mezcla de solomillo con queso de cabra, cebolla caramelizada servido en pan baguette.



Nombre del Plato: Mini hamburguesa con huevo de codorniz.

Diversidad maneras de prepararlas con atún, carne y como ingrediente innovador huevo de codorniz.

Anexo N°38 Manual de Capacitación para la Manipulación de Alimentos para personal del Restaurante.

Manual de Capacitación para Manipulación de Alimentos



**Organización
Panamericana
de la Salud**

Oficina Regional de la
Organización Mundial de la Salud

Introducción

Contenido

- ✚ 1. Contribución del Manejo higiénico de los Alimentos a la Salud Familiar y de la Población.**
- ✚ 2. Condiciones del personal que manipula alimentos.**
- ✚ 3. Condiciones del establecimiento donde se preparan alimentos.**
- ✚ 4. Manejo higiénico en el Proceso de Elaboración de los Alimentos.**

Introducción

Las enfermedades transmitidas por los alimentos son uno de los problemas de salud pública que se presentan con más frecuencia en la vida cotidiana de la población. Muchas de las enfermedades, tienen su origen en el acto mismo de manipular los alimentos en cualquiera de las etapas de la cadena alimentaria (desde la producción primaria hasta el consumidor).

Además del impacto en la salud pública, la contaminación de los alimentos tiene efectos económicos sobre los establecimientos dedicados a su preparación y venta, en tanto y en cuanto que si se presenta un brote de enfermedad en la población, estos establecimientos pierden confiabilidad que los puede llevar incluso al cierre. Por fortuna, las medidas para evitar la contaminación de los alimentos son muy sencillas y pueden ser aplicadas por quien quiera que los manipule, aprendiendo simples reglas para su manejo higiénico. Este manual tiene el propósito de llevar a cualquier persona que manipula alimentos, pero en especial a los profesionales de este oficio, el conocimiento necesario que les facilite aplicar pautas correctas en su trabajo cotidiano. Se espera que sea también una fuente de consulta permanente sobre los temas del manejo higiénico de los alimentos.

El manual está estructurado en cuatro módulos que hacen relación al problema de las enfermedades, a la higiene personal, a la higiene del lugar de preparación y a las claves para aplicar las medidas que evitan la contaminación de los alimentos, pero su contenido se estima, que puede apoyar otras iniciativas de formación de manipuladores.

1. Contribución del Manejo higiénico de los Alimentos a la Salud Familiar y de la Población.

■ ■ Conceptos sobre Salud y Enfermedad

La Salud a diferencia de lo que muchos creen, no es la ausencia de enfermedad y debe ser entendida como un completo estado de bienestar físico, mental y social. El aporte de alimentos SANOS es fundamental, para evitar enfermarnos por su consumo, pero también para nutrirnos debidamente.

Las enfermedades transmitidas por alimentos se adquieren, entonces, al consumir alimentos que se han contaminado durante su obtención o elaboración y es bueno saber que éstas enfermedades son producidas casi siempre por un mal manejo de los alimentos al momento de prepararlos, pero lo importante es que adoptando hábitos higiénicos adecuadas en su manejo, es posible evitarlas.

■ ■ Tipos de enfermedad

Básicamente los alimentos contaminados pueden causar dos tipos de enfermedad:

■ **Infección:** se presenta cuando consumimos un alimento contaminado con gérmenes que causan enfermedad, como pueden ser bacterias, larvas o huevos de algunos parásitos. Puede ser el caso de bacterias como Salmonela, presente con más frecuencia en huevos, carnes, pollos, lácteos, vegetales crudos y frutas cortadas o peladas.

Lo importante de las infecciones, es que pueden ser prevenidas adoptando medidas higiénicas adecuadas para evitar que los alimentos se contaminen. Por ejemplo, asegurando una cocción completa de los alimentos en el momento de prepararlos, o realizando un buen lavado y desinfección de los que habitualmente se consumen en estado crudo como son las verduras y las frutas.

■ **Intoxicación:** se presenta cuando consumimos alimentos contaminados con productos químicos, o con toxinas producidas por algunos gérmenes, o con toxinas que pueden estar presentes en el alimento desde la captura, recolección o desde la producción primaria o la cría, como es el caso de las toxinas contenidas en algunos mariscos.

Algunas de las toxinas que causan con más frecuencia enfermedades en la población, son por ejemplo las producidas por bacterias como el estafilococo dorado (aureus), que puede estar presente en heridas de las manos o la piel, en granitos, en ojos u oídos con pus, así como en la nariz o garganta de las personas.

Infección: se presenta cuando consumimos un alimento contaminado con gérmenes que causan enfermedad, como pueden ser bacterias, larvas o

huevos de algunos parásitos. Puede ser el caso de bacterias como Salmonela, presente con más frecuencia en huevos, carnes, pollos, lácteos, vegetales crudos y frutas cortadas o peladas.



Intoxicación: se presenta cuando consumimos alimentos contaminados con productos químicos, o con toxinas producidas por algunos gérmenes, o con toxinas que pueden estar presentes en el alimento desde la captura, recolección o desde la producción primaria o la cría, como es el caso de las toxinas contenidas en algunos mariscos.

■ Salmonelosis

Esta enfermedad, causada por varias especies de la bacteria llamada Salmonella, produce en el hombre y los animales dos tipos de síntomas tales como gastroenteritis y fiebres intestinales como es el caso de la tifoidea. Las Salmonellas son resistentes a la congelación y a la deshidratación, pero no sobreviven en medios muy ácidos y por fortuna, son como casi todas las bacterias, poco resistentes al calor.

Síntomas: Generalmente aparecen entre 6 a 72 horas luego de comer el alimento contaminado, y se manifiestan con cólicos, diarrea, escalofríos, fiebre, náuseas, vómitos y malestar general, los cuales pueden durar entre uno a siete días.

Fuentes: alimentos contaminados con heces de animales, en especial huevos, pollos, carne de res y en general cualquier alimento incluidos frutas y vegetales. También son fuentes las personas que no se lavan las manos con agua y jabón antes de TOCAR los alimentos y son portadores sanos, es decir que aparentan estar sanos y no tienen síntomas, pero eliminan bacterias por la materia fecal.

Otra fuente importante la constituyen las heces de mascotas, ya que las personas al tocarlas pueden contaminar sus manos con Salmonella. También puede ser fuente el agua contaminada con materia fecal de aves, insectos, etc.

Otra fuente importante es el contacto de alimentos crudos que contienen salmonela y pueden contaminar a otros en estado crudo o ya cocidos. Esta bacteria también puede estar en equipos y utensilios de la cocina, en las manos del personal y contaminar el alimento al tocarlo. Así como puede ocurrir con equipos y utensilios en la cocina, o las manos del personal que tengan contacto con la bacteria y contaminan el alimento al tocarlo.

La prevención de la contaminación cruzada (por ejemplo el contacto de un alimento crudo con uno cocido) se hará con el lavado de manos antes de tocar los alimentos o durante el proceso, así como con el correcto lavado y limpieza de equipos y utensilios que hayan tenido contacto con alimentos crudos.

■ Intoxicación por toxina del estafilococo dorado (aureus)

Esta enfermedad se origina por la ingestión de alimentos que contienen toxinas producidas por la bacteria estafilococo dorado, que se produce cuando los alimentos se contaminan con éste microorganismo y permite



Prevención:
Los alimentos de origen animal pueden estar contaminados con Salmonella desde el origen, por eso conviene mantener en todo momento las condiciones de refrigeración de los alimentos, someter a una cocción completa los huevos, carnes, pollos y otras fuentes, así como lavar y de ser posible desinfectar las frutas y vegetales que se consumen crudos.

Que se multiplique en grandes cantidades, luego de lo cual produce la toxina sobre el alimento, que es resistente al calor, así que ni aún calentando el alimento, podemos eliminarla.

Síntomas: Aparecen muy rápidamente, luego de pocos minutos u horas (2 a 6 horas) de consumir el alimento contaminado con la toxina y se manifiesta con náuseas, vómito, cólico y cansancio. No presenta fiebre. La enfermedad es relativamente leve y puede durar unas 6 a 24 horas.

Fuentes: Carnes, pollos, huevos, lácteos y sus derivados, ensaladas de atún, pollo, papa o pasta, postres en especial rellenos o cubiertos de crema, rellenos de sandwiches, son algunos de los alimentos que más frecuentemente resultan contaminados con la bacteria y permiten su multiplicación hasta formar la toxina que enferma.

También son de riesgo aquellos alimentos que requieren una gran manipulación durante la preparación y son mantenidos a temperatura ambiente luego de la preparación.

Las fuentes de la bacteria por lo general provienen de la nariz, garganta, piel con heridas supuradas o el pelo. Su presencia es normal en personas sanas y es difícil eliminarlos por lavado. Pero también, la bacteria puede contaminar la ubre del ganado. A pesar que la misma puede estar en el aire, los equipos y utensilios, la mayoría de las veces, la contaminación ocurre por contacto directo de las manos del manipulador, ya que se calcula que la mitad de las personas sanas pueden alojar la bacteria en las partes del cuerpo mencionadas.

■ Gastroenteritis por *Clostridium perfringens*

Enfermedad causada por esta bacteria que se caracteriza por reproducirse en ambientes sin oxígeno y por producir formas encapsuladas que son parte de su ciclo de vida, conocidas como esporas, que sobreviven a condiciones adversas, inclusive al calentamiento. Entonces si sobreviven al cocinado del alimento y este se deja a temperatura ambiente, las esporas son capaces de germinar y convertirse en bacteria que sí puede reproducirse.

Por eso, es frecuente en preparaciones como trozos grandes de carne o de aves (roast-beef, pavos, piernas de cerdo), así como en salsas y carnes poco cocinadas y/o insuficientemente recalentadas, especialmente en las manipulaciones realizadas en restaurantes. La bacteria se multiplica en gran número en el alimento y produce su toxina durante la formación de esporas en el intestino luego de ser consumido.

Síntomas: Cólico severo, diarrea y náuseas, rara vez vómito, que se presentan de 8 a 12 horas luego de comer el alimento contaminado y duran



Prevención:
Los buenos hábitos del Manipulador son fundamentales, por lo cual las normas de higiene personal como el lavado frecuente de las manos, el evitar tocarse la cara, el pelo, manipular con guantes siempre limpios los alimentos cocidos o listos para consumir y el conservar los alimentos en frío cuando sea indicado, son las principales medidas de prevención que pueden ser adoptadas por el manipulador.

aproximadamente un día pero a veces hasta una semana. La enfermedad normalmente no es fatal.

Fuentes: Debido a que la bacteria habita el suelo y el intestino de animales y hombre puede encontrarse en muchas materias primas, a partir de los cuales se contaminan preparaciones como carne cocida, pollo cocido, porotos.

Las esporas son muy resistentes al calor y la cocción común no las destruye e incluso facilita su germinación sobre el alimento si este es mantenido a temperatura ambiente luego de la cocción.



■ Botulismo

Enfermedad causada por las toxinas que son las más potentes que se conocen, capaces de paralizar el sistema nervioso y que son producidas por la bacteria del botulismo, que también se reproduce en medios sin aire y produce esporas.

Síntomas: Luego de unas 18 a 36 horas de consumido el alimento contaminado, la enfermedad se manifiesta con problemas gastrointestinales como náuseas, vómito, cólicos y luego con problemas de visión doble, dificultad para hablar y tragar, lengua y laringe seca, debilidad progresiva, hasta llevar al coma y muerte por parálisis de músculos respiratorios.

Este microorganismo vive sin oxígeno el cual incluso le es perjudicial.

Peligro: conservas, alimentos envasados en ausencia de oxígeno. Cuando el medio que lo rodea es desfavorable, el microorganismo pasa a una forma de resistencia: las esporas. Estas son bastante resistentes al calor, pero se destruyen con los procesos de esterilización industrial habitualmente aplicados a los alimentos enlatados. Peligro: las conservas preparadas en forma casera a veces no alcanzan la temperatura suficiente.

Fuentes: En la naturaleza esta bacteria vive en el suelo, sedimento de ríos y mares, vegetales e intestinos de los mamíferos y aves, por lo cual una gran difusión de esta bacteria en la naturaleza. Los alimentos de origen vegetal se contaminan directamente del suelo y los alimentos de origen animal lo adquieren posiblemente de las heces y esporas presentes en el ambiente. Para el hombre no obstante, la fuente principal son alimentos donde se ha multiplicado la bacteria y ha producido su toxina.



Prevención:
Cocción profunda de los alimentos;
Evitar Preparar Carnes en trozos voluminosos; separar la carne cocida de su líquido de cocción para minimizar el ambiente sin oxígeno y proceder a enfriar rápido si no se va a consumir en las dos horas siguientes.
Higiene personal, de utensilios y maquinarias. No recalentar los alimentos, salvo que se alcancen los 100°C y se sirvan de inmediato.



Prevención. Cuidar que las materias primas no estén Contaminadas (Limpieza). Evitar contaminación después del proceso de esterilización. Mantener refrigerados los alimentos conservados, calentarlos a ebullición antes de su consumo y comprobar que tengan un grado de acidez (pH) menor a 4,5 en lo posible.

Prevención: Evitar el consumo de carne de cerdo o derivados como salame o chacinados de dudosa procedencia, o de carnes poco cocidas, sobre todo si proviene de animales de caza. Está demostrado que la cocción de las piezas hasta alcanzar los 60 grados centígrados en el centro del alimento, destruye las larvas, lo mismo que la congelación a temperaturas de menos 15 grados por 20 días, tratamiento sin embargo poco aplicable en la práctica.



Prevención: Correcto etiquetado de Alimentos y materias primas; almacenamiento en lugares separados de alimentos y de sustancias químicas.



1. Productor



2. Transportista



3. Procesador



4. Etiquetador



5. Minorista



6. Consumidor

El estar capacitado para manejar higiénicamente los alimentos, le será un requisito indispensable para ejercer su oficio.

2. Condiciones del Personal que Manipula Alimentos.

■ Condiciones del personal que manipula alimentos

Si aceptamos que la causa principal de la contaminación de alimentos es la falta de higiene en la manipulación, las personas encargadas de esta labor, juegan un papel importante con sus actitudes para corregir ésta situación. Es más, su actitud responsable al manipular alimentos, es definitiva para evitar enfermedades y por tanto para la salud de nuestra comunidad!

Esto hace que el manipulador, practique reglas básicas que tienen que ver con su estado de salud, su higiene personal, su vestimenta y sus hábitos durante la manipulación de los alimentos. La correcta presentación y los hábitos higiénicos además de ayudar a prevenir las enfermedades, dan una sensación de seguridad al consumidor y en el caso de negocios de comida, significan un atractivo para el cliente..

Estado de salud: Si se está enfermo de las vías respiratorias, del estómago o si se tienen heridas en las manos o infecciones en la piel lo más recomendado es evitar en ese tiempo la manipulación de alimentos, por la alta probabilidad de contaminarlos con gérmenes. En ese caso, conviene que la persona desempeñe otra actividad diferente a la elaboración, donde no entre en contacto directo con los alimentos

Como parte de los controles de salud del manipulador, las autoridades exigen a veces la práctica de exámenes médicos o de laboratorio, pero el estar debidamente capacitado para la manipulación higiénica es el requisito más importante para ejercer este oficio. Aquellos exámenes no obstante, pueden ser practicados, si existen razones de tipo clínico o epidemiológico que así lo aconsejen.

Higiene personal: Dado que la prevención de la contaminación de los alimentos se fundamenta en la higiene del manipulador, es esencial practicar este buen hábito. Por eso, si se dispone de agua en casa, es necesario ducharse antes de ir a trabajar, con mayor razón si en el lugar de trabajo no existen facilidades para hacerlo.

El lavado de las manos siempre antes de TOCAR los alimentos y luego de cualquier situación o cambio de actividad que implique que éstas se hayan contaminado, debe ser considerada la clave de oro del manipulador. De esa manera, éste hábito debe ser practicado antes de empezar a trabajar, al tocar alimentos crudos y después tener que tocar otros alimentos o superficies, luego de utilizar el baño, luego de rascarse la cabeza, tocarse el pelo, la cara, la nariz u otras partes del cuerpo, de estornudar o toser aún con la protección de un pañuelo o luego de tocar basura o mascotas.

Higiene personal: Dado que la prevención de la contaminación de los alimentos se fundamenta en la higiene del manipulador, es esencial practicar este buen hábito. Por eso, si se dispone de agua en casa, es necesario ducharse antes de ir a trabajar, con mayor razón si en el lugar de trabajo no existen facilidades para hacerlo.

■ Un correcto LAVADO DE MANOS debe incluir estas etapas:

- Remangar el uniforme hasta el codo
- Enjuagar las manos y el antebrazo hasta el codo
- Frotar las manos con el jabón hasta que se forme espuma y extenderla de las manos hacia los codos
- Cepillar cuidadosamente manos y uñas. El cepillo deberá permanecer en una solución desinfectante (cloro o yodo por ejemplo) mientras no se use. Se renovará al menos dos veces por turno. A falta de cepillo, el lavado con agua y jabón se hará al menos por 20 segundos, restregando fuerte manos y uñas.
- Enjuagar bien al chorro de agua desde las manos hacia los codos
- Lo ideal es poder secar las manos con toalla de papel. Los secadores de aire demoran en secar las manos, requieren más de un ciclo para lograrlo y casi siempre el manipulador termina de secarlas con la ropa. En los casos en que no se dispone de toallas de papel, se debe contar con una toalla que permanezca siempre limpia y sea renovada cuando esté muy mojada o su estado de limpieza no sea óptimo.
- Desinfectar las manos en una solución apropiada de ser necesario. Puede también utilizarse alcohol con este propósito.

El manipulador tiene la mejor oportunidad de demostrar su responsabilidad y profesionalismo, atendiendo todas las normas sobre el lavado de manos y además haciendo un uso adecuado de los lavamanos y accesorios para este efecto.

Vestimenta: La ropa de uso diario y el calzado, son una posibilidad para llevar al lugar donde se procesan alimentos, suciedad adquirida en el medio ambiente. Es la razón principal para usar una indumentaria de trabajo que esté siempre limpia y que incluya:

- una gorra, cofia o ambas, que cubran totalmente el cabello, para evitar su caída sobre los alimentos. Este elemento antes que ser decorativo, debe cumplir la función de cubrir completamente el cabello.
- un guardapolvo de color claro (puede ser una chaqueta y pantalón o un mameluco) que utilizado solamente dentro del área de trabajo, protege a los alimentos y superficies de la contaminación
- un barbijo, que debidamente usado cubriendo nariz y boca, ayuda a proteger los alimentos de gotitas provenientes de la nariz o la boca, cuando se preparan alimentos para grupos de riesgo como niños, ancianos o enfermos.



EL AGUA UTILIZADA PARA EL LAVADO DE MANOS, ADEMÁS DE SER POTABLE, DEBERA SER LO MAS CALIENTE POSIBLE PARA UNA MEJOR ACCION DEL JABON.



3. Condiciones del Establecimiento donde se Preparan Alimentos.

■ Condiciones del establecimiento donde se preparan alimentos

Los factores del ambiente y las condiciones del lugar donde se preparan alimentos, determinan en gran medida que haya más o menos posibilidades de contaminación de los alimentos. Estas condiciones son parte de lo que se conocen como **BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA**.

El control de esas condiciones estará algunas veces en manos del manipulador, como en el caso de quien es propietario y manipulador a la vez, o del miembro de una familia que prepara alimentos, pero en otros casos, el mantener estas condiciones será algo que escapa a su control, no obstante el manipulador puede informar y alertar a su supervisor sobre la necesidad de mantenerlas.

En cualquiera de las dos situaciones, es importante que el manipulador conozca principios elementales de algunos de los aspectos de las Buenas Prácticas, término que debería ser muy familiar para quienes trabajan en procesos de alimentos.

Algunas de esas Buenas Prácticas de Manufactura conviene que sean conocidas por el manipulador y tendrán variaciones dependiendo de lo complejo o no de cada establecimiento, incluyen:

Ubicación del lugar de preparación y entorno: Los principios básicos para prevenir la contaminación de los alimentos, indican un entorno alejado de los depósitos de basura, corrientes de aguas cloacales, lugares de producción de tóxicos y otras fuentes de contaminación.

Diseño e higiene de las instalaciones: La correcta distribución de las zonas y la separación de las que corresponda según el proceso que se lleve a cabo, es una consideración muy importante relacionada con la higiene de los alimentos. Es deseable que exista separación entre áreas donde se manejan materias primas y áreas de preparación, entre cocina caliente y cocina fría, entre otros ejemplos. Lo deseable es que esta separación sea física, pero de no ser posible, se debe hacer una división funcional. Por ejemplo, preparando en tiempos distintos materias primas crudas y alimentos listos para consumo o programando primero la preparación de alimentos de bajo riesgo y luego los más riesgosos.

De esta manera, se puede usar una misma mesada o superficie siempre y cuando limpiemos y desinfectemos entre una operación y otra.

Algunas de esas Buenas Prácticas de Manufactura incluyen:

- Ubicación del lugar de preparación y entorno
- Diseño e higiene de las instalaciones
- Materiales de construcción
- Iluminación y ventilación
- Areas de Recepción y Almacenamiento
- Area de lavado y desinfección de equipos
- Area de proceso o preparación
- Areas de servido o consumo
- Areas de conservación y almacenamiento de productos terminados
- Suministro y calidad del agua y del hielo
- Desechos líquidos, basuras y desperdicios
- Depósitos para materiales y equipos
- Procedimientos para limpieza y desinfección
- Programas de control de plagas

Materiales de construcción: Todo material utilizado en pisos, paredes y techos donde se preparen alimentos deben ser lisos e impermeables, accesibles para facilitar su limpieza y desinfección. Sin grietas, roturas o diseños que permitan acumulación de suciedad o de bacterias.

Iluminación y ventilación: Una buena iluminación facilita los procesos llevados a cabo. Las lámparas deben tener protección para evitar que caigan pedazos de vidrio sobre los alimentos en caso de rotura.

La buena ventilación ayuda a controlar la temperatura interna, así como el polvo, humo y vapor excesivos, pero su diseño debe evitar que haya corrientes de aire desde áreas sucias hacia áreas limpias. Si existen extractores de humo o vapor en la cocina, no dude en usarlos.

Las puertas y ventanas ayudan a mejorar la ventilación. Por su función de ayudar a proteger al ambiente donde se efectúa el proceso, deberán ser en materiales lisos, fáciles de limpiar y además las ventanas tendrán vidrios y/o protecciones tipo mosquiteros o similar para prevenir la entrada de polvo, insectos y otras plagas.

Áreas de Recepción y Almacenamiento: Por ser el lugar donde se reciben y almacenan materias primas que pueden traer contaminación, el área debe estar separada de otras. Además debe ser mantenida siempre en buenas condiciones de orden, limpieza y desinfección y equipada con materiales necesarios como tarimas, contenedores, mesas y balanza entre otros.

El almacenamiento debe asegurar una temperatura adecuada al tipo de materia prima para prevenir una reproducción de bacterias durante el tiempo que duren allí. Generalmente se distinguen áreas de almacenamiento para:

- Refrigerados o congelados (lácteos, carnes, pescados y mariscos)
- Frutas y verduras
- Granos y similares (cereales, semillas, harinas y otros)
- Vajilla y otros (platos, manteles, cristalería, cubiertos y utensilios)
- Productos de limpieza (lavandina, detergentes, escobas, cepillos, etc.)

Área de lavado y desinfección de equipos: Integrada por piletas, bachas u otros medios utilizados para la limpieza y desinfección de equipos y utensilios, así como de cepillos y otros elementos. Debe estar dotada de agua caliente y fría.

Áreas de almacenamiento Para:

- Refrigerados o congelados
- Frutas y verduras
- Granos y similares
- Vajilla y otros
- Productos de limpieza

Area de proceso o preparación: Por ser el área donde se realizan gran parte de las operaciones de preparación previa y final, tendrá facilidades para la disposición de desechos, espacio suficiente para el volumen de producción, estaciones de lavado de manos (lavamanos), equipos y utensilios.

Areas de servido o consumo: En ésta área todos los muebles, equipos y superficies en contacto con los alimentos deben estar correctamente limpios, y el sector debe contar con ventanas que impidan el acceso de insectos y otras plagas. En el caso de mobiliarios para autoservicio o para bufé, además del estado de limpieza, deben disponer de tapas u otros sistemas para mantener cubiertos los alimentos y de utensilios para servir las porciones.

Areas de conservación y almacenamiento de productos terminados: En función del tipo de alimento o de preparación y dependiendo del tiempo de distribución o de servido, ésta área tendrá condiciones, elementos y facilidades que permitan conservar los alimentos refrigerados (por ejemplo: ensaladas, bufé frío, postres, productos perecederos), o calientes (por ejemplo, en el caso de autoservicios o de un bufé).
Areas de servicios del personal: Es deseable que en lo posible existan sanitarios separados para el personal y para el público, y en número suficiente acorde al número de empleados. Los inodoros estarán localizados sin comunicación directa con el área de producción y su ventilación debe ser hacia la calle o hacia el área sucia. Estarán dotados de papel higiénico y recipientes para desechos. Las condiciones de limpieza, por su importancia, serán óptimas en ésta área.

Este sector debe incluir lavamanos o estaciones de lavado de manos debidamente equipados, los que tendrán servicio permanente de agua caliente y fría, jabón y desinfectante, cepillo para uñas, toallas desechables o secadores de aire y recipientes para basuras, que en lo posible deben ser con tapa basculante o accionada a pedal.

El jabón utilizado en los lavamanos debe ser líquido y se recomienda que sea de tipo bactericida, porque el jabón en pasta permite acumulación de tierra y bacterias. También como parte de ésta área, deben existir vestuarios con casilleros individuales para almacenar la ropa y efectos personales. Cuando sea posible, ésta área debería incluir duchas para uso del personal.

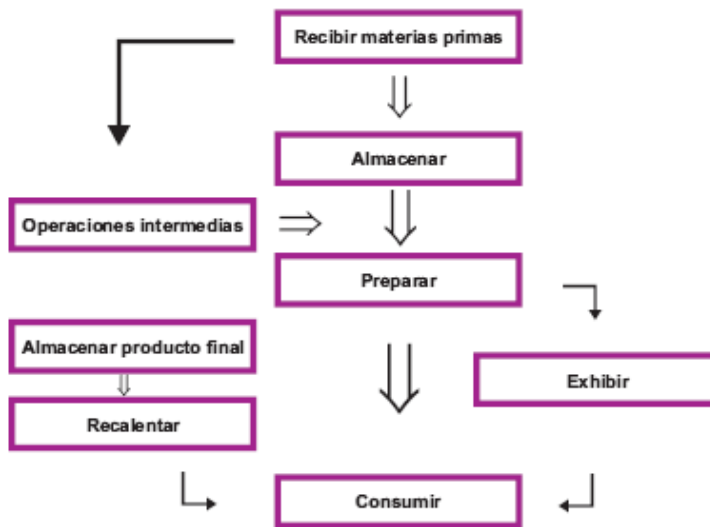
Es deseable que los lavamanos tengan sistemas para activar el flujo del agua mediante la rodilla, el pie, el brazo, o por sensores electrónicos, pero en caso de no disponerse de esto, siempre se evitará tocar las llaves directamente con las manos, sino protegidas con una toalla de papel.



4. Manejo higiénico en el Proceso de Elaboración de los Alimentos.

■ Manejo Higiénico en el Proceso de Elaboración de los Alimentos

El manejo higiénico de los alimentos, incluye las diferentes etapas del proceso de elaboración, a lo largo de las cuales es necesario aplicar las Buenas Prácticas de Manufactura, etapas que pueden verse ilustradas en el siguiente diagrama



■ Aspectos claves dentro de la preparación

Antes de empezar a trabajar, tenga siempre en mente cuatro aspectos claves dentro de la preparación:

LIMPIEZA: lave siempre sus manos antes de tocar los alimentos y asegúrese de que todos los utensilios, equipos y superficies que van a contactar el alimento estén en perfecto estado de limpieza

SEPARACIÓN: La debida separación de las materias primas para evitar su contaminación cruzada, deberá tenerse en cuenta en todo momento

Aspectos dentro De la preparación

- Limpieza
- Separación
- Cocción
- Enfriamiento



COCCION: Asegurese siempre de que los alimentos son cocinados a las temperaturas indicadas para eliminar todos los microorganismos.
Asegurese siempre de que los alimentos son cocinados a las temperaturas indicadas para eliminar todos los microorganismos.

ENFRIAMIENTO: Si el alimento será consumido más tarde, colocarlo lo antes posible en refrigeración.

■ Recepción de las materias primas

La recepción de materias primas es la primera etapa en la elaboración de los alimentos y en este paso, es fundamental observar ciertas características de color, olor, textura, temperatura de llegada, empaque y etiquetado.

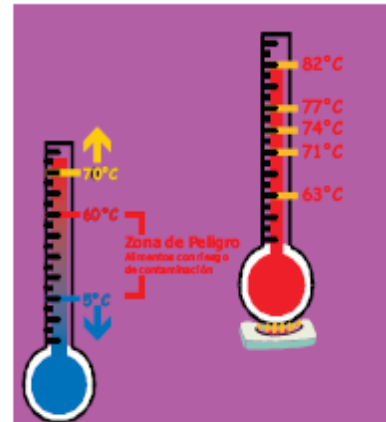
Es muy importante, que al llegar las materias primas a la cocina, además de verificar esas características, se mida y registre su temperatura para aquellos productos que vienen refrigerados o congelados, los cuales deben venir en general a 4 grados centígrados y a menos 18 grados centígrados respectivamente, aunque algunos alimentos tienen temperaturas específicas que deberán ser respetadas, como es el caso del pescado por ejemplo, que debería llegar a una temperatura cercana a los cero grados, o del pollo que debería llegar a cerca de dos grados.

Una inspección breve pero muy completa es necesaria en esta etapa, elaborando un registro basado en los criterios para aceptar o no las materias primas. De preferencia, las materias primas deben recibirse en horas del día en que la temperatura ambiente sea lo más baja posible y su descarga se deberá realizar en un tiempo breve.

Toda materia prima que viene del lugar de producción, empacada en materiales como cartón, madera, mimbre o tela, debe trasladarse a recipientes propios del establecimiento, como por ejemplo: cajones plásticos o de otro material de fácil limpieza, para evitar ingresar contaminación externa al lugar.

■ Operaciones preliminares sobre las materias primas

Limpieza, selección y clasificación de materias primas



Es muy importante, que al llegar las materias primas a la cocina, además de verificar esas características, se mida y registre su temperatura para aquellos productos que vienen refrigerados o congelados, los cuales deben venir en general a 4 grados centígrados y a menos 18 grados centígrados respectivamente, aunque algunos alimentos tienen temperaturas específicas que deberán ser respetadas, como es el caso del pescado por ejemplo, que debería llegar a una temperatura cercana a los cero grados, o del pollo que debería llegar a cerca de dos grados.

Son operaciones indispensables durante el ingreso de materias primas a la planta, y resultan muy importantes para el procesamiento posterior de los alimentos. Durante este proceso, se presentan condiciones que afectan sus características e inocuidad, por ejemplo: preparación con mucha anticipación al consumo, tiempos prolongados para la elaboración y en ocasiones, falta de condiciones para su conservación. Estas operaciones generalmente se refieren a los procedimientos para limpieza, selección y clasificación de las materias primas.

■ Condiciones para el almacenamiento de las materias primas

Cada establecimiento tiene una amplia variedad de productos que necesitan almacenamiento y algunas reglas generales puede ser aplicadas para diferentes situaciones.

Primero lo primero: La correcta rotación de las materias primas consiste en aplicar el principio de “Lo Primero que Entra, es lo Primero que Sale”, lo cual se puede hacer, registrando en cada producto, la fecha en que fue recibido o preparado. El manipulador almacenará entonces los productos con la fecha de vencimiento más próxima, delante o arriba de aquellos productos con fecha de vencimiento más lejana.

Esto permite no solo hacer una buena rotación de los productos, sino descartar productos con fecha vencida.

Fuera de peligro: Los productos una vez inspeccionados, deben ser cuanto antes colocados fuera de la zona de peligro, es decir fuera de las temperaturas entre 5 y 60 grados centígrados, dependiendo de la naturaleza del alimento.

Chequeo de temperaturas: Como medida más eficaz de asegurar que los alimentos están fuera de la zona de peligro, la temperatura de los alimentos tiene que ser chequeada por lo menos al inicio de cada turno y después cada cuatro horas.

Etiquetado de los alimentos: Siempre se hará para los alimentos potencialmente peligrosos y aquellos listos para el consumo. Se incluirá la fecha máxima en que debe ser vendido, consumido o descartado.

Áreas de almacenaje limpias y secas: Los pisos, paredes, congeladores, heladeras y en general todas las áreas deberán ser limpiados y desinfectados a intervalos de tiempo para prevenir la contaminación de los alimentos.

Almacenar solo alimentos: En las áreas destinadas a este fin, solamente deben almacenarse alimentos y nunca se deberán almacenar productos químicos o de limpieza. Del mismo modo, nunca se almacenarán alimentos en los baños, vestuarios, bajo las escaleras u otras áreas donde puedan resultar contaminados.

Fuera de peligro

Chequeo de temperaturas

Etiquetado de los alimentos

Áreas de almacenaje limpias y secas

Almacenar solo alimentos

■ **Como parte de la cocción.** Cuando se trata de alimentos como verduras, hamburguesas, pequeñas porciones de carnes u otros alimentos no voluminosos, la descongelación como parte de la cocción es indicada, ya que permite que el alimento alcance la temperatura correcta y el tiempo suficiente para descongelar la parte central de la pieza y asegurar que la temperatura máxima de cocción se alcance en ese punto.

■ **En horno microondas.** Dada la alta eficiencia térmica del horno microondas, la descongelación por éste método resulta eficiente pero el proceso debe ser seguido de la cocción inmediata del alimento.

■ Manejo de algunos grupos de alimentos

Las características de muchas cocinas, implican la preparación a diario de grandes cantidades de raciones, las cuales también contienen gran variedad de materias primas alimenticias y en consecuencia, es indispensable una especialización en algunas áreas de la cocina.

Tales procesos se llevan a cabo en tres áreas bien definidas:

■ **Cocina fría:** Aquí se elaboran todas las comidas que se han de servir frías; cuenta con una amplia gama de productos, incluidos, ensaladas de frutas y hortalizas, entradas a base de carnes frías, embutidos, derivados lácteos, huevos y frutos del mar.

■ **Cocina caliente:** comprende una variedad de platos, preparados por lo general a base de carnes, aves, productos de la pesca, verduras, pastas, salsas y arroz.

■ **Pastelería:** elabora productos de repostería, panadería, postres, budines, salsas, pasteles y empanadas.

La variedad de productos perecederos manejados en las cocinas, obliga a fijar pautas para su selección y almacenamiento adecuado, antes de proceder a su preparación, las mismas serán seguidas en forma estricta. Esto implica que todo el personal esté capacitado para reconocer las características de inocuidad y calidad de los productos.

■ Manejo de carnes y embutidos

De todos los productos preparados en cocinas, las carnes de res, cerdo y aves ocupan un lugar importante en cuanto a volúmenes de preparación, pero también en lo referente a peligros potenciales.



- Refrigeración
- Con agua caliente
- Como parte de la cocción
- En horno microondas

- Cocina fría
- Cocina caliente
- Pastelería

5 Claves para la inocuidad de los Alimentos



Mantenga la higiene



Separe los alimentos crudos de los cocidos



Cocine completamente



Mantenga los alimentos a temperaturas seguras



Use agua y alimentos seguros

Anexo N° 39 Cronograma de Capacitación para la Preparación y Manipulación Higiénica de los Alimentos.

CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN DE PREPARACION DE PLATILLOS Y MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE ALIMENTOS PARA PERSONAL DE RESTAURANTE SIN FRONTERAS																			
ACTIVIDAD/TIEMPO	Tiempo																		
	Minutos																		
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Introducción. Objetivos de la Capacitación.																			
Concientizar versus Responsabilidad de la Manipulación de Alimentos																			
Contribución del Manejo higiénico de los Alimentos a la Salud Familiar y de la Población.																			
Condiciones del personal que manipula alimentos.																			
Condiciones del establecimiento donde se preparan alimentos.																			
Manejo higiénico en el Proceso de Elaboración de los Alimentos.																			
Espacio para resolver dudas ó preguntas.																			
Receso/ Presentación de los Menús al Personal																			
Demostración de la Preparación de los Platos, mediante un tutorial de video.																			
Práctica para la Preparación de los Platos con los ingredientes.																			
Cierre																			

