



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

“PROPUESTA GASTRONÓMICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA CARTA CON CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y
NUTRICIONALES PARA MEJORAR LA ALIMENTACIÓN EN EL
RESTAURANTE “LA CAPEA” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA 2014.

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

HENRY DAVID GUSQUI UDEO

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

CERTIFICADO

La presente investigación fue revisada y autorizada su presentación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que, el trabajo de investigación titulado “PROPUESTA GASTRONÓMICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CARTA CON CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y NUTRICIONALES PARA MEJORAR LA ALIMENTACIÓN EN EL RESTAURANTE “LA CAPEA” EN LA CIUDAD DE RIOBAMABA 2014, de responsabilidad del Señor Henry David Gusqui Udeo, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTOR DE TESIS

Lic. Manuel Jaramillo B.

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba, 26 de Noviembre del 2015

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía mis más grandes agradecimientos por ser la encargada de dirigirme y formarme como profesional y como una persona competente, llena de conocimientos, capaz de afrontar nuevos retos y resolverlos de forma profesional.

A la Ing. Silvia Tapia, Directora de Tesis, al Lic. Manuel Jaramillo, Miembro de Tesis por el apoyo constante dedicado durante todo el transcurso del presente proyecto siendo una guía primordial para la realización del mismo.

Al mismo tiempo agradecerle al Chef de la Hostería “El Toril” Carlos Vega que ha sido un apoyo primordial para la realización de este proyecto, ya que ha ayudado en todo momento.

DEDICATORIA

La vida es un largo sendero por recorrer y construir conforme a las acciones y valores desarrollados dentro del espíritu y corazón.

Es por esto que con mucho cariño y consideración dedico la presente Tesis de Grado principalmente a Dios por concederme la vida y quien me da aliento para seguir adelante y permitir haber alcanzado una meta más en mi vida como es la formación profesional.

A mis queridos padres Oswaldo Gusqui y Genoveva que han sido un pilar fundamental para mi formación académica profesional que con mucho trabajo y esfuerzo han hecho de mí una persona de bien que me han inculcado muchos valores y con mucha fortaleza para no decaer nunca y seguir cumpliendo todas mis metas.

A mi enamora Anita Melendres, que a lo largo de mi carrera me ha brindado todo su apoyo incondicional y sus bellos consejos para seguir adelante, por enseñarme que todo lo que nos propongamos lo logremos.

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICDO.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS	2
A. GENERAL	2
B. ESPECÍFICOS	3
III. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	4
3.1 Alimentación.....	4
3.1.1 Alimentación balanceada	4
3.1.2 Alimento	5
3.2 Nutriente	5
3.2.1 Proteínas.....	5
3.2.2 Carbohidratos.....	5
3.2.3 Grasa	6
3.2.4 Características del alimento	6
3.2.5 Propiedades sensoriales.....	7
3.2.6. Características de las Propiedades Sensoriales.....	7
3.3 Alimentación saludable	9

3.3.1 Verduras y frutas	10
3.3.2 Leche y productos lácteos	11
3.3.3 Carnes y huevos.....	11
3.3.4 Farináceos	12
3.3.5 Grasas y aceites.....	13
3.3.6 Azúcares y dulces	13
3.4 Alimentos funcionales.....	14
3.4.1 Comparado con los naturales.....	14
3.5 Conservación de los alimentos	15
3.6 Propuesta gastronómica	15
3.7 Carta.....	16
3.7.1 Definición	16
3.7.1 Tipos de carta	18
3.7.2 Menú	18
3.7.3 Definición:	18
3.7.4 Tipos de menús	19
3.7.5 Normas a tener en cuenta en la confección de menús.....	20
3.7.6 Planeación del menú	21
3.8 Establecimientos de restauración	21
3.8.1 Tipos de establecimiento de restauración.....	21
3.8.2 Clasificación de los establecimientos de restauración.....	22
3.9 Focus Group.....	23
3.9.1 Plato Estrella	24

3.9.2 Hostería el toril.....	24
IV. HIPÓTESIS - PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN O IDEA A DEFENDER.....	28
V. METODOLOGÍA.....	29
1. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	29
A. LOCALIZACIÓN	29
B. TEMPORALIZACIÓN.....	30
2. VARIABLES	30
a. Identificación de Variables	30
b. Definición de variables	31
c. Operacionalización de variables.....	31
3. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
4. POBLACIÓN Y MUESTRA	33
a. Población	33
5. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS	35
VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
VII. CONCLUSIONES.....	174
VIII. RECOMENDACIONES.....	175
IX. BIBLIOGRAFIA	175
X. ANEXOS	177

INDICE DE CUADROS

CUADRO N. 01 LOCALIZACIÓN

CUADRO N. 02 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

CUADRO N. 03 POBLACIÓN

CUADRO N. 04 MUESTRA

CUADRO N. 05 DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

CUADRO N. 06 GÉNERO

CUADRO N. 07 EDAD

CUADRO N. 08 COSTUMBRES AL SALIR EN DÍA DE DESCANSO

CUADRO N. 09 PREFERENCIAS DE ZONA DE RECREACIÓN

CUADRO N. 10 TIPO DE ESPARCIMIENTO QUE BUSCA EL CLIENTE

CUADRO N. 11 ES DETERMINANTE LA OFERTA GASTRONÓMICA

CUADRO N. 12 PREFERENCIA GASTRONÓMICA QUE TIENE EL CLIENTE

CUADRO N. 13 TIPO DE COMIDA

CUADRO N. 14 VALOR POR UN MENÚ DE ADULTO

CUADRO N. 15 VALOR DE UN MENÚ DE NIÑOS

CUADRO N. 16 TIEMPOS PROMEDIOS PARA CENAR FUERA DE CASA

CUADRO N. 17 MOTIVOS AL CENAR FUERA DE CASA

CUADRO N. 18 CANTIDAD

CUADRO N. 19 SABOR

CUADRO N. 20 COLOR

CUADRO N. 21 PRECIO

CUADRO N. 22 AMBIENTE DEL ESTABLECIMIENTO

CUADRO N. 23 UBICACIÓN

CUADRO N. 24 TIEMPO DE REGRESO

CUADRO N. 25 AMBIENTE QUE BUSCA

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N. 01 LOCALIZACIÓN

GRÁFICO N.02 DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

GRÁFICO N.03 GÉNERO

GRÁFICO N.04 EDAD

GRÁFICO N. 05 COSTUMBRES AL SALIR EN DÍA DE DESCANSO

GRÁFICO N. 06 PREFERENCIAS DE ZONA DE RECREACIÓN

GRÁFICO N. 07 TIPO DE ESPARCIMIENTO QUE BUSCA EL CLIENTE

GRÁFICO N. 08 ES DETERMINANTE LA OFERTA GASTRONÓMICA

GRÁFICO N. 08 PREFERENCIA GASTRONÓMICA QUE TIENE EL CLIENTE

GRÁFICO N. 09 TIPO DE COMIDA

GRÁFICO N. 10 VALOR POR UN MENÚ DE ADULTO

GRÁFICO N. 11 VALOR DE UN MENÚ DE NIÑOS

GRÁFICO N. 12 TIEMPOS PROMEDIOS PARA CENAR FUERA DE CASA

GRÁFICO N. 13 MOTIVOS AL CENAR FUERA DE CASA

GRÁFICO N.14 CANTIDAD

GRÁFICO N. 15 SABOR

GRÁFICO N. 16 COLOR

GRÁFICO N. 17 PRECIO

GRÁFICO N. 18 AMBIENTE DEL ESTABLECIMIENTO

GRÁFICO N. 19 UBICACIÓN

GRÁFICO N. 20 TIEMPO DE REGRESO

GRÁFICO N. 21 AMBIENTE QUE BUSCA

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N. 01 ENCUESTA REALIZADA A 3 EMPRESAS PÚBLICAS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

ANEXO N. 02 FOCUS GROUP: DEGUSTACIÓN Y ENCUESTA REALIZADA PARA DETERMINAR EL PLATO ESTRELLA.

ANEXO N. 03 FOTOS DEL FOCUS GROUP

RESUMEN

Es una investigación no experimental, de diseño descriptiva. Su objetivo es elaborar una propuesta gastronómica para la implementación de una carta con características sensoriales y nutricionales para mejorar la alimentación en el restaurante "La Capea"; se aplicó encuestas a funcionarios del GAD Municipal de Riobamba, MAGAP, Banco del Pacífico y TUBASEC C.A, que son personas ejecutivas con un nivel económico estable, determinando gustos y necesidades del mercado potencial, teniendo como resultado los platos que se presentaron en el Focus Group. Al realizar esta degustación se presentaron 3 platos con diferentes tipos de corte de res, donde se determinó que el plato estrella es el Arm Steak en salsa de 4 quesos, que contiene gran cantidad de proteína, una porción pequeña de carbohidratos, y vegetales la cantidad correcta de un plato equilibrado. La Carta tiene un diseño rústico de acuerdo con la estructura del establecimiento, con colores suaves que transmite al cliente comodidad y seguridad, se compone de entradas, ensaladas, platos fuertes, menú infantil, porciones, postres y bebidas, todos con sus respectivos precios, el mismo que fue aceptado por el Chef Carlos Andrés Vega y la Gerencia del Restaurante "la Capea". se concluye que la implementación de la Carta en el establecimiento, tendrá aceptabilidad hacia el mercado potencial.

Palabras claves: gastronomía, focus group, equilibrio alimentario, alimentación saludable, carta gastronómica.



SUMMARY

It is a non – experimental research with a descriptive design. Its goal is to develop a gastronomic proposal to implement a menu with sensory and nutritional characteristics to improve the nutrition in the restaurant “La Capea”; surveys were applied to officials GADM, MAGAP, Banco del Pacifico y TUBASEC C.A, who are executive people with a stable economic level, determining tastes and needs of the potential market, obtaining as a result the dishes shown in the Focus Group. To carry out the tasting 3 dishes with different kinds of cut of beef were shown, where it was determined that the main dish is the Arm Steak in sauce of 4 cheeses containing a great amount of protein, a small portion of carbohydrates and vegetables, the correct amount of a balanced dish. The Menu has a rustic design in accordance with the structure of the establishment, with soft colors transmitting comfort and safety to the client, it consists of entries, salads, main dishes, baby menu, desserts and beverages with their respective Price the same that were accepted by the Chef Carlos Andrés Vega and the Manager’s office ‘La Capea’; It concludes that the implementation of the Charter in the establishment, have the potential to market acceptability.

Keywords: gastronomy, focus group, balanced diet, food healthy gastronomic menu.



I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las personas necesitan alimentarse sanamente para poder desarrollar sus actividades diarias, esta investigación mejorará la calidad de vida de los clientes de la Hostería “El Toril”

Consecuentemente en el restaurante “La Capea” ubicado en la ciudad de Riobamba dentro de la Hostería “El Toril”, se encuentra una alimentación inadecuada hacia los clientes, que genera una serie de problemas como en el desarrollo de sus actividades físicas, laborales, entre otras, y especialmente en el servicio hacia los clientes externos que ha dejado de funcionar.

La Hostería “El Toril” en la actualidad mantiene una alta calidad en la prestación de sus servicios, sin embargo en el área de producción preparan sus platos con productos que tienen un déficit en el valor nutricional, por lo tanto, se necesita mejorar la alimentación para que el establecimiento mantenga su categoría.

Con la problemática identificada, la investigación propuesta pretende la implementación de una carta para los clientes externos y los huéspedes de la Hostería “El Toril” con el fin de proporcionar una mejor alimentación, consumiendo platos nutritivos con características sensoriales, utilizando ingredientes orgánicos y que les aportarán lo necesario para el organismo, y a la vez les proporcione las energías suficientes para que realicen sus actividades diarias con mayor eficiencia.

II. OBJETIVOS

A. GENERAL

Elaborar una propuesta gastronómica para la implementación de una carta con características sensoriales y nutricionales para mejorar la alimentación en el restaurante “La Capea”

B. ESPECÍFICOS

1. Determinar los gustos, necesidades del mercado potencial direccionado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba (GADM); Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Riobamba (MAGAP); Banco del Pacífico de Riobamba; TUBASEC C.A
2. Crear las recetas estándar de acuerdo al resultado obtenido del Focus Group.
3. Diseñar la carta para su implementación en el restaurante “La Capea”

III. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

3.1 Alimentación

Según (Torresani, 2006, pp. 20-24), cada día parece una nueva dieta milagrosa garantizando la rápida reducción del peso y sin necesidad de tener que pasar hambre. Sin embargo su duración es corta y rápidamente es remplazada por una formula diferente, por una nueva moda, que por supuesto, también será efímera.

Si verdaderamente esas dietas funcionaran, porque piensa que necesitan ser remplazadas por otras, prácticamente todas las dietas permiten una perdida inicial de peso, pero también la recuperación del mismo es solo cuestión de tiempo.

Cualquiera de estos métodos rápidos funcionan a corto plazo, pero ninguno de ellos conducen a una pérdida definitiva de peso, mientras que si existe el riesgo que actúen en detrimento de su salud. Ninguna de estas dietas de moda puede ser mantenida durante toda la vida y en consecuencia, el periodo de adelgazamiento resulta muy breve y efímero.

3.1.1 Alimentación balanceada

Según (Camacho Mackenzie, 1999), con seguridad alguna vez se ha escuchado que es importante una “alimentación balanceada”. Sin embargo, este concepto está un poco en el aire. Alrededor de él hay una serie de interrogantes o mitos como preferir las proteínas a los carbohidratos o asegurar que el consumo de grasa es malo para el organismo.

El objetivo es facilitarle una información clara y concisa sobre el papel de los diferentes alimentos o nutrientes en el cuerpo, sus funciones dentro del organismo y cuál debe ser el balance que debe existir en el consumo de cada uno para establecer lo que se llama una “alimentación balanceada” o “alimentación sana”.

Primero hay que definir una serie de conceptos que es indispensable tenerlo claros.

3.1.2 Alimento

Es toda sustancia orgánica que ingerida por el organismo aporta a estas sustancias nutritivas para su buen desarrollo y funcionamiento. Ejemplos: leche, carne, zanahoria.

3.2 Nutriente

Son aquellas sustancias químicas que se encuentran en los alimentos y son utilizadas por el cuerpo. Los nutrientes se clasifican en tres grandes grupos:

- Macronutrientes: proteína, grasa y carbohidratos
- Micronutrientes: vitaminas, minerales y agua

3.2.1 Proteínas

La proteína es una cadena constituida por subunidades denominadas aminoácidos. Es uno de los componentes más abundantes del cuerpo, sólo lo supera en cantidad del agua. La mitad del peso seco del cuerpo es proteína distribuida en los músculos, huesos, cartílagos, etc. Son múltiples las funciones que cumplen las proteínas dentro del cuerpo, las principales son:

Formación y reestructuración de tejidos como músculos, pelo, uñas, huesos, dientes, piel.

Formación de enzimas y hormonas, por ejemplo: síntesis de enzimas digestivas y de hormonas como la insulina, tiroxina, etc.

Para suministrar energía: aunque no es su función primordial, un gramo de proteína aporta cuatro kilocalorías. Una dieta con un consumo muy alto de proteína no es conveniente. El exceso de esta se almacena en el cuerpo en forma de grasa como una reserva de energía.

3.2.2 Carbohidratos

Existen dos grandes grupos de carbohidratos, los simples y los complejos. Dentro de los carbohidratos simples están la glucosa, fructosa, maltosa, lactosa, y sacarosa. Se hallan en el azúcar, miel, frutas y leche, entre otros. Los carbohidratos

complejos son almidones que se encuentran en los tubérculos, las semillas, el arroz, las leguminosas (frijol, lenteja, etc.), entre otros.

La función primordial y específica de los carbohidratos es proporcionar energía al organismo, son como la gasolina que necesita el cuerpo para poder realizar las actividades diarias. Al igual que la proteína, un gramo de carbohidrato aporta 4 kilocalorías.

3.2.3 Grasa

Las moléculas esenciales que constituyen la grasa son los ácidos grasos. Según el grado de saturación de estos se clasifican en dos grupos:

- **Ácidos grasos saturados:** se encuentran principalmente en la grasa de tipo animal, o sea la carne, los huevos, leche y sus derivados, etc.
- **Ácidos grasos poliinsaturados:** se hallan sobre todo en la grasa de tipo vegetal, es decir los aceites vegetales de soya, maíz, girasol, etc.

La función principal de las grasas dentro del organismo es proporcionar energía. Un gramo de grasa provee más del doble de energía que puede provenir de la proteína o de los carbohidratos, ya que un gramo de grasa suministra nueve kilocalorías.

3.2.4 Características del alimento

Según (Mendoza, 2010), el alimento contiene diferentes compuestos químicos a partir de los cuales deriva la propiedades que el ser humano utiliza en nutrición y asienta en su cultura. A partir de los alimentos se digieren determinados compuestos químicos para obtener los diferentes nutrimentos requeridos para cumplir las funciones vitales, los alimentos contiene además una variedad de compuestos químicos que les confieren actividad fisiológica, características sensoriales y funcionalidad culinaria. Lo interesante de la composición química del alimento estriba en que un mismo compuesto químico puede otorgarle más de una propiedad o cualidad a los alimentos.

3.2.5 Propiedades sensoriales

Según (Gutiérrez & Bello, 2000) Recibe el nombre de propiedades organolépticas o sensoriales de un alimento, aquellas que pueden ser captadas a través de los sentidos. El ser humano conoce su entorno físico, por las impresiones que le provocan en sus órganos sensoriales. Tradicionalmente se habla de cinco sentidos: vista, oído, gusto, y tacto; no obstante, algunos autores diversifican este último en lo que denominan preparaciones somato sensoriales: frío, calor y dolor.

Las características organolépticas de un alimento se evalúa a través de atributos que, al ser captados por los sentidos, nos informa de la magnitud y cualidad del estímulo provocado, una vez ha sido interpretado por el cerebro.

Con excepción del gusto, todos los sentidos pueden aportar una primera impresión del alimento, puesto que habitualmente se tiene un contacto con el alimento a través de la vista, del oído o del olfato. Así por ejemplo una impresión visual nos informa el color, brillo, tamaño y forma del alimento; el órgano nasal comunica los estímulos provocados por la llegada de componentes volátiles odoríferos; el tacto nos orienta hacia la consistencia; el oído pueden expresar sonidos que se relacionan con la textura. En un posterior contacto las papilas gustativas informan de las diversas sensaciones sápidas, a la vez que el tacto realizando con los músculos de la actividad bucal permite apreciar las sensaciones astringente, ardiente o refrescante, así como el nivel de su temperatura.

Por lo antes mencionado podemos decir que las propiedades organolépticas es un conjunto de sensaciones provocadas por los sentidos como son gusto, olfato, vista, tacto los cuales nos permiten elaborar un diagnóstico acerca de la inocuidad e idoneidad de los alimentos a preparar y a consumir.

3.2.6. Características de las Propiedades Sensoriales

Según (Morales Anzaldúa, 1994), las propiedades sensoriales son los atributos de los alimentos que se detectan por medio de los sentidos. Hay algunas propiedades

que se perciben por medio de un solo sentido, mientras que otras son detectadas por dos o más sentidos.

El color

Esta propiedad es la percepción de la luz de una cierta longitud de onda reflejada por el objeto. Un cuerpo rojo, por ejemplo, refleja la luz con la longitud de onda correspondiente al rojo y absorbe la luz de todas las demás longitudes de onda del espectro visible. Los objetos blancos reflejan la luz de todas las longitudes de onda visible, mientras que los cuerpos negros no reflejan luz ninguna.

El olor

Como se dijo anteriormente el olor es la percepción, por medio de la nariz, de sustancias volátiles liberados en los objetos. En el caso de los alimentos y la mayoría de sustancias olorosas, esta propiedad es diferente para cada uno y no ha sido posible establecer clasificaciones ni taxonomías completamente adecuada para los olores.

El aroma

Esta propiedad consiste en la percepción de las sustancias olorosas o aromáticas de un alimento después de haberse puesto este en la boca. Dichas sustancias se disuelven en la mucosa del paladar y la faringe, y llegan a través de la trompa de Eustaquio a los centros sensores del olfato.

El aroma es el principal componente del sabor de los alimentos y esto podemos comprobarlo cuando tenemos un resfriado o constipado, ya que entonces, si probamos una manzana, una patata cruda, y una cebolla, las tres sabrán igual.

El sabor

Este atributo de los alimentos es muy complejo, ya que combina tres propiedades: el olor, el aroma y el gusto. El sabor es la suma de las tres características y, por lo

tanto, su medición y apreciación son más complejas que las de cada propiedad por separado.

El sabor es lo que diferencia a un alimento de otro y no el gusto, ya que si se prueba un alimento con los ojos cerrados y la nariz tapada, solamente se podrá juzgar si es dulce, salado, amargo o ácido. En cambio, en cuanto se perciba el olor, se podrá decir, de que alimento se trata. Por ello, cuando se realiza las pruebas de evaluación del sabor, no solo es importante que la lengua del juez esté en buenas condiciones, sino también que no tenga problemas con su nariz y garganta.

La textura

Es la propiedad sensorial de los alimentos que es detectada por los sentidos del tacto, la vista y el oído, y que se manifiesta cuando el alimento sufre una deformación.

Es muy importante notar que la textura no puede ser percibida si el alimento no ha sido deformado. Si tomamos una manzana en la mano, mientras no hayamos deformado la fruta, la textura no se manifestará. El tacto podrá indicarnos su peso y temperatura, y la vista nos permitirá apreciar su color y brillo, pero no su textura. En cambio, si la oprimimos ligeramente con el dedo pulgar o con toda la mano, la manzana sufrirá una pequeña deformación debido al esfuerzo ejercido sobre ella, y entonces la textura empezará a hacerse evidente.

3.3 Alimentación saludable

Según el autor María Elena Torresani, 2005, Aprendamos a Comer, para poder cumplir con los objetivos propuestos, para que su nueva conducta alimentaria la pueda mantener de por vida, el régimen a implementar debe reunir varios requisitos:

- **Debe ser personalizado:** Adecuado a sus gustos, hábitos y estilo de vida, si bien deberá modificar determinada pautas para obtener los resultados.
- **Deber ser equilibrado:** adecuado a sus necesidades nutricionales, salvo en las calorías deberán ser insuficientes para que se produzca el descenso de peso, o suficiente si desea mantener su peso actual.

- **Debe ser variado:** incluyendo la mayor cantidad posible de alimentos. Si bien al inicio quizá sea necesario que algunos alimentos no formen parte de su alimentación, por su elevado aporte calórico, seguramente en poco tiempo estará en condiciones de elegir alimentos de todos los grupos, manejándolos y preparándolos de la manera más conveniente.
- **Debe ser apetitoso:** el sabor, el olor, el color, y la presentación que maneje en las preparaciones, harán que aunque las recetas utilizadas sean dietéticas, sea capaz de disfrutar de una buena, saludable, pero a su vez sabrosa comida.

La propuesta alimentaria debe favorecer al máximo el aporte de todos los nutrientes y para ello nada mejor que aportar alimentos de todos los grupos.

3.3.1 Verduras y frutas

Este grupo de alimentos contribuye al organismo fundamentalmente con el aporte de vitaminas, minerales, antioxidantes naturales, fibra dietética y agua.

El aporte de vitaminas y minerales es fundamental para la prevención de enfermedades en el organismo.

El aporte de antioxidantes previene en envejecimiento prematuro y enfermedades crónicas degenerativas como afecciones cardiovasculares y determinados tipos de cáncer.

El aporte de fibra dietética mejora el funcionamiento intestinal, da volumen a la alimentación, valor de saciedad y cumple además un función metabólica, mejorando los niveles de glucemia y colesterol en sangre.

El agua es un elemento vital para el ser humano, asegurando su consumo un buen estado de todos los sistemas, mejoramiento de la piel y buen funcionamiento renal.

Dado que las verduras son alimentos de muy baja densidad calórica, la mayoría pueden ser aportadas en cantidades elevadas, incluso muchas veces de libre consumo.

Las frutas si bien también son alimentos de baja densidad calórica, no lo suficiente para liberar su ingesta al pretender controlar el peso corporal.

En los diferentes tipos y colores de verduras y frutas, es donde se consigue la variedad de la amplia gama de micronutrientes que aportan.

3.3.2 Leche y productos lácteos

En este grupo de encuentran la leche, yogures y quesos, todos alimentos con buen aporte calórico, proteínas y vitaminas A.

El calcio es un nutriente fundamental en el cuerpo para formar huesos y dientes sanos y fuertes, pero es crítico en nuestra población, dado que es bajo el consumo de lácteos en todas edades.

Es importante considerar que los productos lácteos descremados no pierden el calcio, por lo contrario este mineral se concentra levemente.

Además en el queso cuanto más aumenta la madurez, mas aumenta el aporte de calcio, pero también el de grasas y sodio.

La leche en polvo, si es preparada de la manera que indica el envase, contiene el mismo aporte nutricional que la leche fluida.

Los yogures o la leche mezclados con cereales en copos aportan fibras naturales que harán aumentar su permanencia en el estómago, otorgando mayor valor de saciedad.

3.3.3 Carnes y huevos

Todas las carnes (vacuna, de ave, cerdo, cordero, pescados, mariscos, viseras) son fuentes de proteína de muy buena calidad, hierro, zinc, fosforo, cobre y vitaminas fundamentalmente del complejo B.

También presentan grasas en su composición, pero el tenor de esta grasa varía de acuerdo al tipo de carne y al tipo de corte dentro del mismo animal.

El consumo de estos alimentos y los derivados cárnicos, es alto en las sociedades industrializadas, Si bien resulta difícil intentar cambiar este hábito, es necesario hacerlo para disminuir el aporte de grasas en la alimentación.

Es aconsejable alternar en el curso de la semana, los diferentes tipos de carnes, se debe incorporar la idea que las carnes complementan a los demás alimentos y no a la inversa, donde muchas veces son considerados como alimentos únicos y exclusivos.

Los pescados representan una de las carnes más beneficiosas para la salud, por su bajo aporte de grasas y su alto contenido en ácidos grasos omega-3 dentro de los considerados pescados azules. Se debe considerar que los pescados enlatados resultan tan nutritivos como los frescos.

El huevo es un alimento nutritivo, con aporte de proteínas de excelente calidad, grasas, colesterol, vitaminas y minerales. Su uso resulta ideal para variar y enriquecer la preparación de diferentes platos: budines, revueltos, tortillas, soufflés, bocadillos o rellenos. Se puede usar con separación de partes, es decir la clara por separado de la yema, especialmente si se necesita controlar el colesterol en la ingesta.

3.3.4 Farináceos

A este grupo pertenecen los cereales, legumbres y tubérculos. Entre los cereales: arroz, maíz, trigo, cebada, centeno y todas sus harinas.

Entre las legumbres: arvejas, lentejas, soja, porotos, habas y garbanzos.

Entre los tubérculos: papa y batata.

Los alimentos de este grupo representan el principal aporte de carbohidratos complejos, proporcionan proteínas vegetales, vitaminas, minerales y fibra dietética.

3.3.5 Grasas y aceites

Los lípidos y grasas son la fuente de energía más concentrada y cumplen en el organismo un aspecto importante tanto nutricional como organoléptico, ya que son las que le confieren sabor y textura a las preparaciones.

Transporta vitaminas liposolubles (Vitaminas A, E, D y K) y aportan ácidos grasos esenciales en el organismo no puede sintetizar y que son indispensables para formar hormonas y enzimas.

En general las grasas de origen animal son ricas en grasas saturadas y son las que aportan colesterol: manteca, crema, quesos, yema de huevo, vísceras, achuras, fiambres, embutidos y cortes de carne con alto tenor de grasa visible e intramuscular.

Los aceites vegetales, en cambio, las semillas y las frutas secas tienen grasas insaturadas y por ser de origen vegetal, nunca contienen colesterol.

Una alimentación que aporte muy poca cantidad de grasas, resulta impracticable u poco conveniente o saludable. Pero como las enfermedades cardiovasculares se asocian directamente con la cantidad de la alimentación y especialmente con la cantidad y calidad de las grasas consumidas, es que será importante moderar su consumo y aprender a seleccionarlas saludablemente.

3.3.6 Azúcares y dulces

Los azúcares simples o refinados (azúcar, miel, dulces, golosinas y bebidas azucaradas) solo brindan energía, sin aportar prácticamente otras sustancias nutritivas importantes para el organismo.

Su consumo en exceso favorece el desarrollo del sobrepeso y obesidad, desarrollo de caries dentales y en personas predispuestas, aumentan el riesgo de diabetes.

La industria dispone ampliamente de edulcorantes acalóricos como sustitutos del azúcar y productos diabéticos que los contienen, disminuyendo drásticamente su aporte calórico, y permitiendo su incorporación en la alimentación cuando se quiere controlar el peso corporal.

Estos productos permiten seguir disfrutando del sabor dulce, resultando ideales en periodos donde aumenta la ansiedad por este sabor específico.

3.4 Alimentos funcionales

Según (Fossas, 2008), muchos alimentos, como las frutas, verduras, soja, pescado azul, semillas, cereales y leches fermentadas contienen componentes que pueden resultar beneficiosos para la salud. La industria alimentaria actual los conoce y, en los últimos años, se ha dedicado a aislarlos para introducirlos después en otros alimentos.

Es el caso de la leche a la que se añaden grasas omega-3: un aceite característico del pescado con efecto protector frente a las enfermedades cardiovasculares; de los huevos con DHA, (Ácido docosahexaenoico), un tipo de ácidos poliinsaturados que ayudan a controlar la hipertensión y el metabolismo de las grasas.

Por tanto, no es otro que aumentar su valor nutritivo y proporcionar un beneficio adicional, de ahí que su consumo se haya disparado en todo el mundo. Al encontrar estos productos en el mercado, muchas personas lo adquieren aunque lo paguen un precio más elevado.

3.4.1 Comparado con los naturales

Los expertos coinciden en señalar que muchos alimentos naturales ya nos ofrecen los mismos o mayores beneficios que los funcionales y que, por lo tanto, lo mejor es mantener una dieta equilibrada, que incluya alimentos naturales de todas las clases para que nos aporten todos los nutrientes y sustancias que necesitamos.

Los alimentos funcionales nunca deben convertirse en una excusa para dejar de cuidar la dieta ni estilo de vida. Este tipo de alimentos pueden ser útiles, por ejemplo, en mujeres gestantes que necesiten un aporte suplementario de hierro, o en mujeres posmenopáusicas que precisan una ingesta más elevada de calcio. Pero si alguien desayuna cereales enriquecidos con hierro, podría perjudicar su salud. Y es que muchas de las vitaminas y minerales que se añaden a los alimentos deberían lograrse con una alimentación variada a base de productos frescos.

3.5 Conservación de los alimentos

Según (Pérez, 2011), la conservación de los alimentos ha sido siempre una de las principales preocupaciones del ser humano. Desde tiempos remotos existen referencias al almacenamiento de cereales. También se comprobó que los alimentos almacenados se conservan mejor si se les protegía del aire, razón por la que se introducían en vasijas, se tapaban o se cubrían con aceite, miel, grasa, vino, etc.

Actualmente los sistemas de conservación como la refrigeración, la congelación, la liofilización y otros hacen posible que la comida pueda mantenerse higiénicamente correcta durante mucho más tiempo y transportarse mucho más lejos.

La mayor parte de lo que se consume en estado líquido (bebidas) o en estado sólido (comida) está elaborado desde hace días, semanas, meses, e incluso hasta años, ya que estos permanezcan en óptimas condiciones para ser ingeridos.

Algunos de ellos se han usado desde la antigüedad, como el ahumado, la salazón, el escabeche y el empleo de azúcar y especias, y otros son recientes avances de la ciencia y la tecnología como la irradiación o el empleo de aditivos conservantes.

3.6 Propuesta gastronómica

Es un itinerario que proviene del origen de los menús, donde se relaciona destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, que sirve para mejorar la calidad del servicio o producto, y que se debería aplicar en la hostería “El Toril” para que sus clientes disfruten de un servicio de calidad.

La propuesta de este proyecto se manifiesta con una variedad de menús con características sensoriales y nutricionales para los huéspedes de la hostería “El Toril”, ya que es muy importante que el menú que consuman sea variado y equilibrado, es decir que le aporte todos los nutrientes necesarios para poder desarrollar sus actividades diarias

3.7 Carta

3.7.1 Definición

Según (Gallego, 2004), se conoce el nombre de carta la exposición escrita, más o menos artística y lujosa de los diferentes platos agrupados por afinidades y que, con sus correspondientes precios, el establecimiento ofrece al público.

Todos los restaurantes vienen obligados a ofrecer al público, las cartas de platos y vinos, cuya composición y variedad están en consonancia con la categoría y especialidad que ostente y cultiven.

Dichas relaciones de servicios y precios se exhiben, tanto en el interior como en el exterior de los establecimientos, en lugar que permita su lectura sin dificultad, redactándose en español y, además, en francés e inglés, así como en otras lenguas, de acuerdo con el tipo de origen de los posibles clientes.

Los restaurantes darán máxima publicidad a los precios de los platos y los vinos que componen sus cartas y en general, a los de cuantos servicios se faciliten. Igual publicidad darán a los precios de los menús que voluntariamente ofrezcan a la clientela así como los del “Menú de la Casa” o “Menú del día” o antiguamente llamado “Menú Turístico”.

Al expresado objeto, en las cartas y menús se conseguirá claramente y por separado el precio de cada servicio, incluso el de aquellos cuyo valor esté en función de cotizaciones con fuertes fluctuaciones.

En un mismo impreso de la “Carta de Platos” o de alimentos, y en forma destacada, dentro de un recuadro se hará constar la existencia y precio de un “Menú de la Casa”, así como la circunstancia de que en dicho precio se entenderá incluidos, en todo caso, los servicios de pan, vino, postre. En hoja independiente que, obligatoriamente habrá de presentarse incorporada a la “Carta de Platos”, se consignara la composición de dicho “Menú de la Casa”.

Dada su importancia, conviene, antes de su elaboración hacer un estudio previo tanto en lo que se refiere a su presentación y diseño, como a su contenido.

El diseño se refiere, al trabajo que deberá hacerse por especialistas, los cuales tendrán en cuenta:

- Que al ser un instrumento a utilizar por el cliente, se le debe de conceder tanta importancia como a la vajilla, cristalería, mobiliario y decoración, incidiendo positiva o negativamente en la imagen del restaurante.
- Que el aspecto externo este en consonancia con el estilo del establecimiento. Ello se logrará al elegir con acierto el formato y tamaño, el material de las tapas, su color y dibujos.
- Que el aspecto interno se deberá cuidar el diseño, que la cartulina sea de buena calidad, así como el tipo y tamaño de letra sean los adecuados.
- Que la relación de platos este colocada de forma fácil de leer y los grupos de platos estén debidamente separados mediante dibujos que tenga relación con el grupo de platos que ilustran.

En lo que al contenido de la carta se refiere, es misión del jefe de cocina y la dirección del establecimiento analizar y determinar que platos son los que deben de figurar en la misma, en consonancia con el estilo y categoría del establecimiento, gustos de los posibles clientes, existencias de productos locales y margen bruto de explotación.

Para realizar este trabajo es conveniente también que participe el Maître, quien se encarga de sugerir estos platos a los clientes.

- Se ofrecerá la mayor variedad posible, con el fin de poder complacer tanto a los gastrónomos, como niños, personas mayores, así como aquellos que deben de seguir dietas o que prefieren la cocina regional.
- Dado que una buena parte del contenido de las “Cartas” lo constituirán productos propios de la estación, éstas se renovarán con el fin de adaptarlas a las mismas, aunque se mantengan en ella los platos que más aceptación

tengan y que en gran parte hayan contribuido a dar nombre al establecimiento.

3.7.1 Tipos de carta

Carta, a la mesa

Tipo de servicio en el que al cliente se le ofrece una “Carta” con el fin de seleccionar su comida o componer su propio menú de acuerdo con sus gustos, apetito y posibilidades económicas.

Carta de postres

Oferta más o menos amplia de especialidades de repostería, frutas frescas o preparadas, queso, etc.

Carta de vinos

Oferta más o menos amplia de vinos con Denominación de Origen, que además puede contener vino extranjeros, particularmente franceses, italianos, alemanes, chilenos, de la baja California, etc., y otras bebidas.

3.7.2 Menú

3.7.3 Definición:

Palabra de origen francés, cuya principal aceptación es:

Hoja de papel o de cartulina donde figuran en un orden determinado el nombre de aquellos platos que se sirven en un almuerzo o cena, y que en algunos, establecimientos y en determinados tipos de servicios se facilita al cliente al principio del mismo.

Los primeros menús escritos datan del siglo XVI.

3.7.4 Tipos de menús

Menú a la carta

Es una oferta flexible que se compone de 3 o 4 grupos, cada uno de ellos con varios platos, donde el cliente pueda elegir uno de cada grupo.

Menú de la casa

Los restaurante clasificados en la categorías de tres, dos y un tenedor, deberán ofrecer al público un “Menú de Casa”, en el que bajo un precio global estén incluidos el pan, vino y postre. Es el “Menú del Día”

El “Menú de la Casa” se confeccionara libremente por las empresas, de acuerdo con las posibilidades del mercado de cada día y del tipo de cocina que cultiven.

El cliente que solicite dicho menú estará obligado al pago íntegro del precio establecido, aun cuando renunciara a consumir algo de los componentes de dicho menú.

Se preocupa que el “Menú de la Casa” responda, en lo posible, a la cocina típica del lugar o, en su defecto, a las especialidades regionales españolas.

Menú concentrado

Es aquel que se caracteriza porque tanto su composición y precio es fijado de común acuerdo por el cliente y el hostelero. Este tipo de menú sirve tanto para contratar un servicio de un grupo, por ejemplo, de una Agencia de Viajes como para contratación de un gran banquete. Generalmente, aquellos establecimientos que disponen de salones adecuados, suelen tener preparados varios menús de este tipo, con el fin de que el cliente que desee contratar un servicio, pueda seleccionar, entre varios, aquel que más le interese.

Menú “Corto o Ancho”

Se dice corto por estar compuesto de pocos platos (tres, postre incluido) y ancho por ser raciones muy abundantes.

Menú de degustación

Es un tipo de menú largo y estrecho, últimamente implantado en restaurantes de gran categoría, con el fin de que el cliente pruebe un buen número de platos, (generalmente considerados como especialidades de la casa), por un precio razonable, sin tener que padecer los efectos de una digestión pesada y acompañados con los vinos correspondientes.

Menú fijo

Es aquel que cada grupo está compuesto de un solo plato por grupo.

Menú “Largo y Estrecho”

Suele estar compuesto de cinco o más platos, con raciones más cortas de lo normal.

Menú régimen

La cocina dietética tiene dos variantes, la curativa y la preventiva. . La dietética preventiva, se debe practicar habitualmente, a base de una alimentación sana y equilibrada con el fin de mantener la forma física.

La dietética curativa consiste en la aplicación de un determinado régimen adecuado al tipo de enfermedad que padezca el paciente.

3.7.5 Normas a tener en cuenta en la confección de menús

- Ser equilibrados, conteniendo todo aquello que el organismo necesita.
- Estar orientados al gusto y características del comensal (deportistas, niños, ancianos, etc.).
- Adaptarse al clima, los de invierno más rico en calorías que los de verano, época que se requiere platos refrescantes.
- Confeccionarse con productos de la mejor calidad, manipulando sus alimentos en las mejores condiciones higiénicas.
- Ofrecer los platos más difíciles de digerir en el almuerzo, ofreciendo menús más ligeros por la noche. La excepción de la regla puede confirmarse cuando

se celebra un banquete y se sabe que va a transcurrir un tiempo suficiente para hacer la digestión antes de acostarse.

3.7.6 Planeación del menú

Según (De La Torre, 2006), el término menú se refiere a una lista de diferentes platillos, escrita o impresa de la cual el comensal hace su elección. Este incluye los siguientes alimentos: entremeses, sopas y cremas, pastas, mariscos, huevos, ensaladas, carnes, quesos, postres, café y té. La planeación del menú puede hacerse a corto plazo, debiéndose tomar en cuenta en consideración dos factores muy importantes:

- A. La utilidad que obtenga el propietario en la venta de su producto.
- B. Que el producto sea del agrado de la clientela.

Por otra parte, el costo de la materia prima que el restaurante obtenga deberá ser suficientemente bajo, para permitir la obtención de una ganancia en el precio de venta de los platillos ya preparados.

3.8 Establecimientos de restauración

Según (Castellano, 2012), las actividades de restauración hacen referencia al consumo de alimentos y bebidas que llevan a cabo las personas, en establecimientos preparados para tal fin, con la nota fundamental de que existe un conjunto de servicios complementarios que son determinantes en tal elección. El sector de restauración o food sevice (denominación internacional) engloba al conjunto de empresas cuya actividad está destinada a la elaboración, venta y servicio de comidas y bebidas.

Los términos restauración y restaurante provienen del galicismo restaurant. Esta denominación comenzó a utilizarse en los años sesenta con una significación de servicios de alimentos y bebidas a cambio de un aporte económico.

3.8.1 Tipos de establecimiento de restauración

Entre los diversos establecimientos de restauración encontramos diferentes denominaciones que deben ser identificadas con unas determinadas

características. Así cabe destacar: restaurante, bar, cafetería, etc. La restauración es una actividad económica totalmente relacionada con el turismo. Es por ello que la denominación de estos establecimientos se realiza en normativa turística como empresas de restauración.

Las empresas de restauración se dividen en los siguientes tipos:

Restaurante. Aquel establecimiento que dispone de cocina debidamente equipada y zona destinada a comedor, con la finalidad de servir al público, mediante el precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el propio local.

Cafetería. Establecimiento que sirve ininterrumpidamente durante el horario de apertura bebidas acompañadas o no de comidas, de elaboración rápida, precocinada o sencilla, para su consumición rápida en el propio establecimiento o para reparto a domicilio.

Bar. Aquel establecimiento, en barra o mesa, en el propio local o en dependencias anejas, principalmente en bebidas y, en su caso, tapas, pinchos, raciones o bocadillos.

3.8.2 Clasificación de los establecimientos de restauración

Los diferentes tipos de establecimientos se clasifican atendiendo fundamentalmente a aspectos legislativos, a las características propias del servicio y al tipo de comidas y bebidas que se ofrecen en los locales.

A. Clasificación atendiendo a aspectos legislativos.

Los restaurantes se clasifican en cinco categorías: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta. Estas categorías presentan respectivamente las distinciones de cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor representados paralelamente. Si bien esta clasificación está cada vez más en desuso. Esta clasificación se basa en unas características mínimas establecidas en la normativa de ordenación turística.

B. Clasificación atendiendo al tipo de alimentos y bebidas

Cada vez más aparecen distintos restaurantes con especialización gastronómica. A su vez se divide en dos grupos principales:

Restaurantes monoproducto: presentan especialización gastronómica en un producto (crepería, arrocería, tortillería, marisquería, pizzería, vegetarianos, etc.)

Restaurantes basados en la gastronomía de una zona geográfica o país: italianos, chinos, argentinos, mexicanos, de cocina manchega, de cocina andaluza, cocina vasca, etc.

C. Clasificación atendiendo al tipo de servicio local

Los restaurantes se clasifican en:

Restaurantes tradicionales: el servicio de alimentos es totalmente atendido por camareros las mesas donde los comensales son acomodadas para tal fin.

Restaurantes de autoservicio: el servicio es parcialmente atendido por los camareros.

Restaurantes temáticos: se trata de restaurantes ambientados en una temática concreta: cine, deporte, etc. Suelen tener un servicio totalmente asistido. Este tipo de restauración normalmente se desarrolla en franquicias.

Restaurante activos o con espectáculos: formula de restauración que además de proporcionar al cliente un servicio de comida y bebidas, le ofrece una animación o espectáculos.

3.9 Focus Group

Según (Merton, 2003), es una reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación".

Es importante señalar que la teoría existente hace empeño en el buen desarrollo de esta herramienta de investigación. Afirman por demás que ella está condicionada por el uso de la teoría y el método con que se emprende la investigación y sus

objetivos, y que su uso debe ser propio de las investigaciones de corte cualitativo donde se persigue satisfacer el porqué de los hechos sociales más que el cuánto; razones éstas que hacen que el investigador desee o deba estar ducho con el manejo y la aplicación del instrumento y así realizar una praxis teóricamente orientada.

El Focus Group aplicado en la gastronomía consiste en reunir a un grupo de personas en una sala donde se les presenta de 3 a 5 platos principales, y se les hace una degustación de cada plato y se les entrega una encuesta donde se les pide la opinión sobre el plato. Es muy importante que tengan una visión directa hacia los platos que se van a presentar, para que puedan visualizar su estructura, su color, sus porciones, y puedan contestar la encuesta.

3.9.1 Plato Estrella

El plato Estrella es el plato principal que tendrá la Carta de un restaurante, no específicamente tiene que ser el más rico si no que como tal representará al restaurante y por ende será el que más se venda y el que más ingresos genere al establecimiento.

La Carta debe ir diseñada o debe ir compuesta de acuerdo al Plato estrella, es decir deberá seguir la misma línea en la que se encuentra el plato estrella, por esta razón es muy importante determinar el plato estrella, y esto se realiza gracias al Focus Group.

3.9.2 Hostería el toril

Según (Erazo, 2013), Hostería “El Toril” inicio sus actividades desde Abril de 1987, se encuentra situada Km 1 vía a baños en la ciudad de Riobamba, nace con la finalidad de dar un servicio de calidad a la ciudad de Riobamba, cuna de la nacionalidad ecuatoriana, ciudad en la cual se realizó la Primera Constituyente. Transmitirle al turismo sus hermosas instalaciones, fue una idea básica para que nos visiten y se sientan alagados en esta estancia que para nosotros los familiares representa un trajinar de un ancestro familiar.

Misión

Satisfacer las necesidades, estadía de los clientes, ofreciéndoles un servicio de calidad y una calidad hospitalidad a la ciudad de Riobamba.

Visión

Ser una Empresa líder en la ciudad de Riobamba manteniendo un servicio de calidad y una calidad hospitalidad a la ciudad de Riobamba.

Objetivos

- Incrementar la calidad del servicio y de producción para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Fortalecer a la organización y administración de todas las áreas para lograr una operación sana y eficaz.
- Aplicar las políticas medioambientales para contaminar menos al medio ambiente.
- Mejorar en cuanto a la seguridad y supervisión de los diferentes procesos, para garantizar valor de nuestro trabajo.

MARCO LEGAL

Para un mayor sustento de la información también está respaldado del siguiente artículo de la Constitución de la República del Ecuador en forma general:

En el Capítulo Segundo Sobre los Derechos del Buen Vivir Sección Primera Agua y Alimentación, Nos dice en el:

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos

a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

MARCO CONCEPTUAL

- a. **Alimentación.** Serie de actos voluntarios y conscientes que consisten en la elección, preparación e ingestión de los alimentos, susceptible, por lo tanto, de ser modificada por la acción de influencias externas de tipo educativo, cultural o económico.
- b. **Alimento.** Cualquier sustancia que sirva para nutrir.
- c. **Alimento dietético.** Es apropiado para cubrir unas necesidades especiales que deben figurar en la etiqueta (deportistas, lactantes, control de peso, etc.).
- d. **Alimento orgánico.** Actualmente reciben esta denominación aquellos alimentos que han sido cultivados sin empleo de fertilizantes inorgánicos, insecticidas o pesticidas y sin aditivo alguno en caso de que sean procesados.
- e. **Calidad del producto.** Esta debe considerarse desde el punto de vista del consumidor y estar conectada con la presentación de un servicio de manera eficaz.
- f. **Caloría.** Es la cantidad de calor necesaria para elevar un grado centígrado la temperatura de un gramo de agua. Esta unidad de medida energética permite establecer dietas adecuadas.
- g. **Emplatar.** Disponer de un manjar con su correspondiente guarnición en el plato en el que se va a servir.
- h. **Hostal.** Establecimiento mercantil que ofrece el servicio de alojamiento y comidas, pudiendo estar sujeto o no al régimen de pensión completa, si el cliente así lo elige, salvo que se trate de hostales-residencias, donde no disponen de servicio de comedor.
- i. **Hostelería.** Conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes/clientes mediante compensación económica.

- j. **Hoteles.** Establecimientos que facilita alojamiento con o sin servicio complementarios, distintos a los correspondiente a cualquiera de las otras dos “hoteles-apartamentos y moteles” modalidades.
- k. **Nutrición.** Conjunto de procesos involuntarios e inconscientes que comprende la digestión, la absorción y la utilización de los principios alimenticios ingeridos. Obedecen a leyes fisiológicas poco susceptibles de influencias externas.
- l. **Nutrientes.** Sustancias integrantes de los distintos alimentos, útiles para el metabolismo humano y que corresponden a los grupos llamados proteínas, hidratos de carbono, grasas, vitaminas, minerales y agua.
- m. **Menú.** Conjunto de diferentes platos que componen un almuerzo o comida, servicios estos que en lenguaje no profesional se denominan, respectivamente, comida y cena..
- n. **Receta.** Formula culinaria de un plato.
- o. **Receta de cocina.** Nota que comprende la relación de ingredientes y la cantidad de cada uno de ellos, indicando también el procedimiento que se requiere para confeccionar una determinada preparación.
- p. **Receta estándar.** Es la determinación de los ingredientes necesarios, con la forma de preparación de cada uno de los platos y bebidas que el establecimiento ofrece en cartas y menús. Se caracteriza también por la valoración de sus ingredientes y los precios de coste y el de venta del plato, una vez añadido el correspondiente porcentaje.
- q. **Reconstruir.** Levantar o rehacer un plato, salsa, etc.
- r. **Servicio.** Conjunto de cubiertos y menajes que se disponen de forma adecuada en la mesa, para prestar un servicio al cliente.

IV. HIPÓTESIS - PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN O IDEA A DEFENDER

¿Cuáles son los referentes teóricos que justifican la propuesta gastronómica para la implementación de una carta con características sensoriales y nutricionales para mejorar la alimentación del restaurante La capea?

¿Qué elementos caracterizan la implementación a una alimentación saludable y nutricional con elevada característica sensorial en la alimentación ofertada en el restaurante la capea?

¿Cuál es el método idóneo para la implementación de una alimentación saludable en los comensales del establecimiento, por medio de una propuesta gastronómica

para la implementación de una carta con características sensoriales y nutricionales para mejorar la alimentación del restaurante la capea?

V. METODOLOGÍA

1. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

A. LOCALIZACIÓN

La elaboración de la Carta se desarrolló en la Hostería “El Toril”, porque se necesita mejorar la alimentación del establecimiento, que está ubicado en:

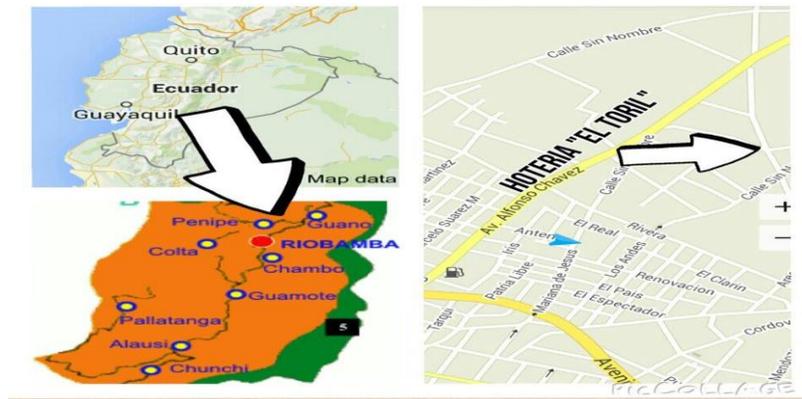
CUADRO N. 01

Localización	
País	Ecuador

Provincia	Chimborazo
Ciudad	Riobamba
Parroquia	Maldonado
Dirección	Km 1 vía a baños
Página web	info@hosteriaeltoril.com
Teléfono	032374440

Ubicación geográfica de la Hostería "El Toril"

MAPA N. 01



Ubicación geográfica de la Hostería "El Toril"

B. TEMPORALIZACIÓN

La Elaboración de la Carta tuvo una duración de seis meses, que inicia desde el mes de octubre del 2014 hasta el mes de Abril del 2015, en el cual se desarrolló una propuesta gastronómica de una carta, ayudándonos a mejorar la alimentación en el establecimiento.

2. VARIABLES

a. Identificación de Variables

Variable Independiente

- Propuesta gastronómica.

Variables dependientes

- a) Mercado potencial.

- b) Recetas estándar
- c) Diseñar la carta.

b. Definición de variables

Propuesta gastronómica: Se considera como alternativa gastronómica a las opciones que se pueden ofrecer a una determinada área, que sea diferente a la que estos ofrecen, pero cumpliendo sus mismas funciones u objetivos pero con características esenciales enfocados para los comensales del establecimiento.

Mercado Potencial: Es toda la sociedad que además de desear un servicio, tienen el poder de adquisición.

Recetas Estándar: Es la determinación de los ingredientes necesarios, con la forma de preparación de cada uno de los platos y bebidas que el establecimiento ofrece en cartas y menús. Se caracteriza también por la valoración de sus ingredientes y los precios de coste y el de venta del plato, una vez añadido el correspondiente porcentaje.

Diseñar la Carta: Exposición escrita, más o menos artística y lujosa de los diferentes platos agrupados por afinidades y que, con sus correspondientes precios, el establecimiento ofrece al público.

CUADRO N. 02

c. Operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	ESCALA DE MEDICIÓN	INDICADOR
Propuesta Gastronómica	Categorías	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de menú - Precio - Alimentación
	- Menú	

VARIABLES DEPENDIENTES		<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de establecimiento - Tipo de menú - Preferencia gastronómica - Cantidad del plato
Mercado Potencial	<ul style="list-style-type: none"> - Gustos - Necesidades 	
Recetas Estándar	<p>Focus Group</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plato estrella 	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad del plato - Sabor - Colores - Precio - Establecimiento
Diseño de la Carta	<ul style="list-style-type: none"> - Entradas - Ensaladas - Platos Fuertes - Parrilladas - Menú para niños - Postres - Bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño - Colores - Slogan - Fotos

3. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la elaboración de la Carta se utilizó la investigación de tipo no experimental, porque para elaborar los menús se utilizó productos que ya han sido estudiados y que solo se está aplicando para cubrir un menú adecuado, es de tipo descriptiva porque explica y describe los hechos que se relacionan con la alimentación del establecimiento.

Investigación no experimental: Según (Hernández, 2004) es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para

analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

Investigación descriptiva: Según (Deobold, Van, & Meyer, 2006), El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

4. POBLACIÓN Y MUESTRA

a. Población

Para el desarrollo del estudio investigativo se tomó como población a:

Empresas públicas y privadas de la Ciudad de Riobamba que son:

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba (GADM).
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Riobamba (MAGAP).
- Banco del Pacífico de Riobamba
- TUBASEC C.A

Se sugiere que el sueldo de los empleados sea mayor a 800 dólares.

CUADRO N. 03

Población

EMPRESA	N. PERSONAS
• Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal	117
• Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca	120
• Banco del Pacífico	60
• TUBASEC C.A	98
Total (N)	395

$$n = \frac{N}{1 + e^2 \cdot N}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra muestreo

N= población = 395

e= margen de error (10%) = 0.1

$$n = \frac{395}{1 + (0.1)^2 \cdot 395}$$

$n = 79.70 = 80$ personas, es decir cómo se realizó a diferentes empresas se tiene que estratificar.

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{80}{395}$$

$$f = 0.20 = 20\%$$

CUADRO N. 04

Muestra

EMPRESA	FÓRMULA	N. ENCUESTAS
GADM	$117 * 0.20$	$23.4 = 24$
MAGAP	$120 * 0.20$	24
Banco del Pacífico	$60 * 0.20$	12
TUBASEC C.A	$98 * 0.20$	$19.6 = 20$
Total muestra (n)		80

5. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

Para la obtención de la información de esta investigación se realizaron las siguientes actividades:

CUADRO N. 05



1. **Elaboración del instrumento:**

Como primer punto se escogió 4 empresas, el cual fue nuestro universo, se les tomó en cuenta a los empleados cuyo mayor sueldo es de 800 dólares, para así sacar la muestra y elaborar las encuestas, la cual nos servirá a obtener la información deseada para desarrollar los platos estrellas para el focus group.

Se realizó una encuesta que se aplica al momento que los invitados del focus group degusten de los platos estrellas, esta encuesta contiene 8 preguntas cerradas y 1 abierta que nos ayudó a determinar el plato estrella y así ir desarrollando el resto del contenido de la carta.

2. **Aplicación del instrumento:**

La primera encuesta se aplicó a los empleados de las empresas escogidas el día 27 de Octubre del 2014, donde se plantearon preguntas que contienen preguntas cerradas y con parámetros, al aplicar el instrumento se determinó los gustos y necesidades del mercado potencial.

La segunda encuesta se aplicó a los mismos empleados de las empresas escogidas, el cual nos ayudó a determinar el plato estrella que se ofertará en el establecimiento.

3. Procesamiento de la información:

Ya aplicado el instrumento, el siguiente paso fue analizar los resultados obtenidos de la primera y de la segunda encuesta para tabular y procesar la información, el cual ayudó a interpretar los resultados, y analizar cada una de las preguntas, esto nos sirvió para seguir desarrollando la carta y plantear bien la propuesta gastronómica.

4. Presentación y discusión de los resultados:

Los resultados se presentaron en pasteles, para así realizar el análisis interpretativo y descriptivo de acuerdo a los resultados obtenidos de la primera y segunda encuesta, se discutió los resultados de acuerdo a la información obtenida de la investigación.

5. Elaboración de recetas estándar:

Con los resultados analizados y ya determinado el plato estrella, se planteó la propuesta gastronómica de una carta que contiene: entradas, platos fuertes, postres y bebidas, también contará determinados platos del menú para niños, para realizar esta propuesta se enfocó en los gustos y necesidades del mercado potencial, pero siguiendo la línea del plato estrella que se obtuvo al aplicar el instrumento.

Como siguiente punto se encuentra la estandarización de las recetas, que se realizó en un formato idóneo, que ayuda al momento de preparar las recetas, para que se facilite su preparación con las cantidades a utilizar, el número de pax, etc. que se encuentra en la receta estándar.

6. Elaboración de la propuesta:

En última instancia se tiene la elaboración de la propuesta que vendría a ser el diseño de la carta, que contiene una variedad de platos como: entradas, platos fuertes, postres y bebidas, se diseñó la carta con colores llamativos, con un

diseño peculiar de acuerdo al ambiente del establecimiento, el cual nos ayudará a mejorar la alimentación del restaurante “La Capea”.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Presentación, Tabulación e Interpretación de los Resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los empleados cuyo sueldo es mayor a 800 dólares de las siguientes empresas: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba

(GADM); Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Riobamba (MAGAP); Banco del Pacífico de Riobamba; TUBASEC C.A

1.- Pregunta N. 01

¿Cuál es su género?

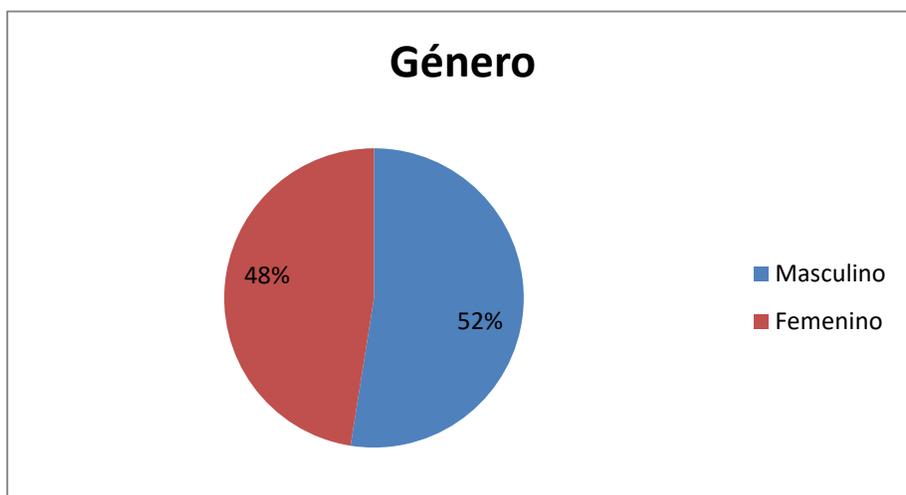
Cuadro N. 06

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Masculino	42	52.5%
Femenino	38	47.5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Grafico N. 03



Fuente: Cuadro N. 01

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 52% del mercado potencial son hombres y el 48% son mujeres.

Se escogió hacer la encuesta a personas que se encuentre en un nivel de dinero estable como; Padres de familia que sean ejecutivos, jefes de familia ya que son las personas a cual se va a dirigir la investigación.

Por lo tanto se ha escogido un porcentaje de gente económicamente activa de la ciudad de Riobamba a cual se les realizó una encuesta ya que ellos darán la información que se necesita.

En las empresas encuestadas existe empleados casi por igual entre hombres y mujeres que ganan más de 800 dólares.

Existe poca diferencia de la población a la cual se quiere llegar para la elaboración de la carta, es decir la carta que se realizará tendrá platos que sean adecuados para ambos sexos.

2.- Pregunta N. 02

¿Cuál es su edad?

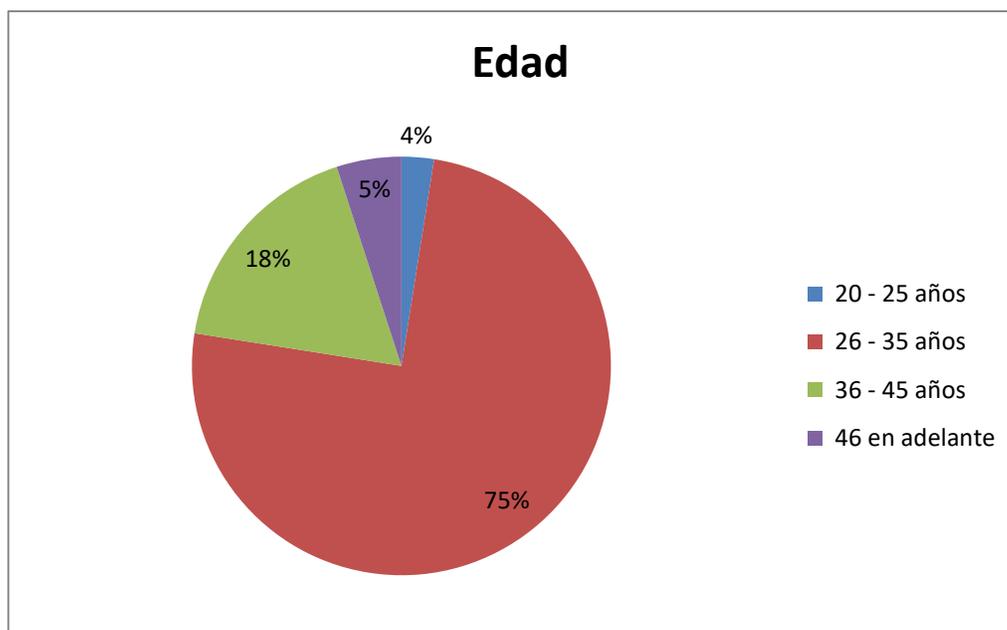
Cuadro N. 07

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
20 – 25 años	2	2.5%
26 – 35 años	60	75%
36 – 45 años	14	17.5%
46 en adelante	4	5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Grafico N. 04



Fuente: Cuadro N. 02

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 2% se encuentra entre los 20 y 25 años de edad; el 75% está entre 26 y 35 años; el 18% se encuentra entre los 36 y 45 años y el 2% tiene de 46 años en adelante.

La población con mayor porcentaje en su rango de edad, se encuentra entre 26 y 35 años de edad, el cual será el mercado al que se quiere llegar, esto quiere decir que los platos que se desarrollarán deben ser idóneos y cumplir las especificaciones que indica los resultados de las encuestas.

Se encuentra un porcentaje intermedio en adultos mayores entre 36 y 45 años, el cual se debe tomar muy en cuenta como un sub mercado potencial para la elaboración de la estructura de las recetas que irán en nuestra carta.

El porcentaje más bajo que se encontró son los empleados que se encuentran entre 20 y 25 años, que es un porcentaje mínimo el cual se debe tener en cuenta para la elaboración de la carta.

3.- Pregunta N. 03

¿Cuáles son las costumbres al salir en día de descanso?

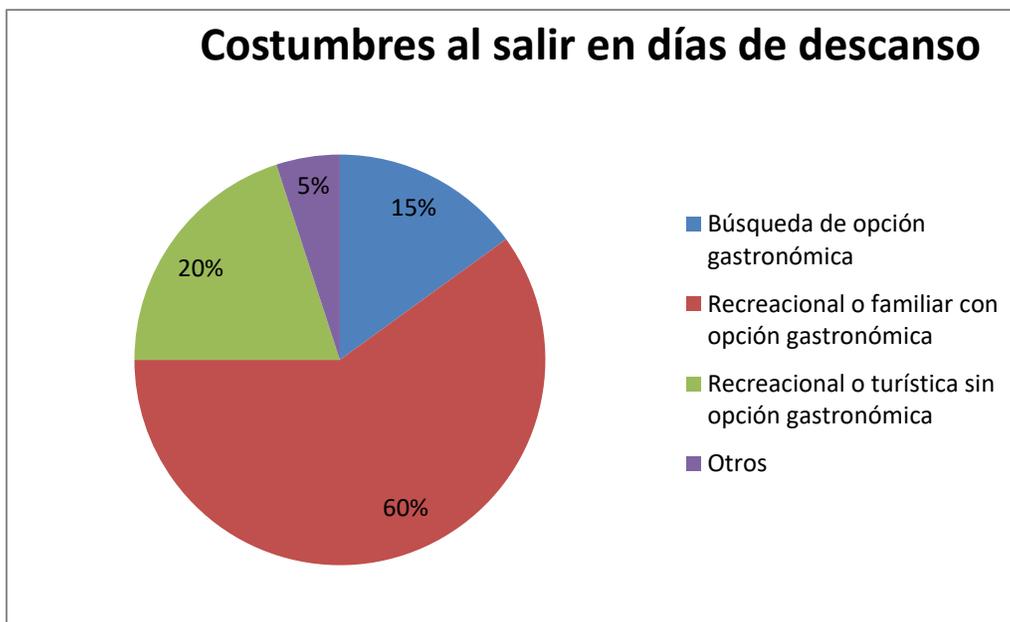
Cuadro N. 08

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Búsqueda de opción gastronómica	12	15%
Recreacional o familiar con opción gastronómica	48	60%
Recreacional o turística sin opción gastronómica	16	20%
Otros	4	5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 05



Fuente: Cuadro N. 03

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, 15% de la personas acostumbran a salir por búsqueda con opción gastronómica; el 60% escogieron recreacional o familiar con opción gastronómica; el 20% recreacional o turística sin opción gastronómica; y el 5% otros.

Se encontró un dato muy importante que favorece al establecimiento en la implementación de la carta, la mayoría de personas eligieron recreacional o familiar con opción gastronómica, el cual favorece porque la hostería “El Toril” tiene lo que el cliente pide, como piscinas, lugares de entretenimiento, sala de juegos, lugares que se puede pasar en familia con un ambiente amenizado y tranquilo, y lo más importante la oferta gastronómica, que después de pasar una tarde en familia, las personas cansadas, acudan al restaurante “La Capea” que es parte de la “Hostería el Toril”

El porcentaje intermedio encontrado es recreacional o turística sin opción gastronómica, este punto no nos ayuda en mucho, porque no favorece los objetivos propuestos.

Un porcentaje muy bajo de los empleados de la empresas prefieren pasar un día de descanso en otros lugares, es decir en ningún lugar de las opciones propuestas.

4.- Pregunta N. 04

¿Dónde son las preferencias de zona de recreación en fin de semana o feriado?

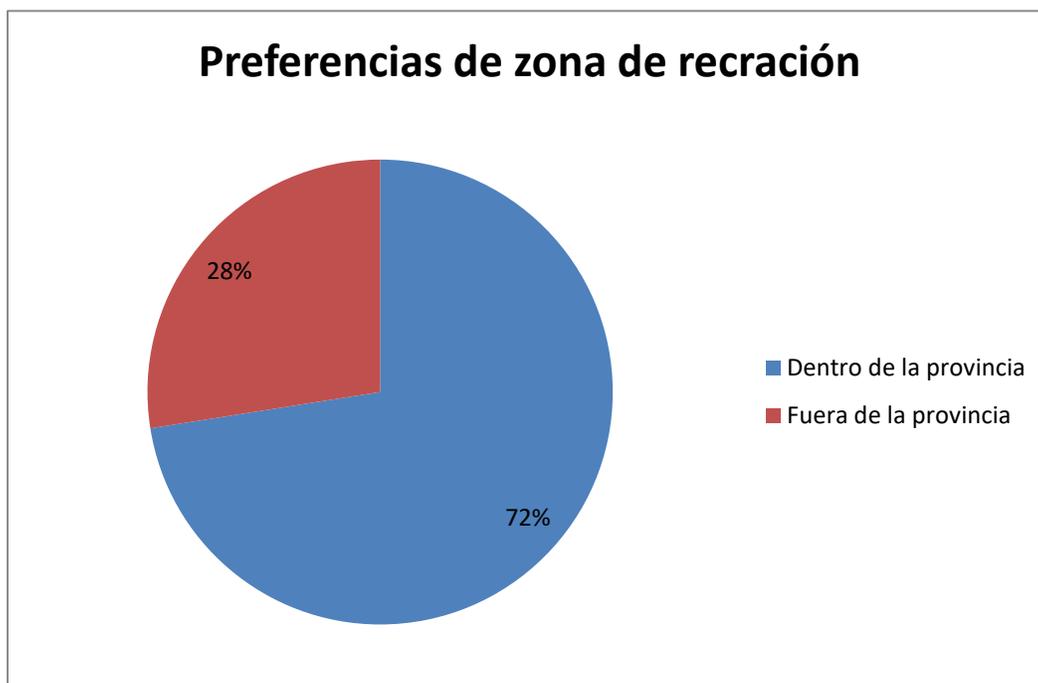
Cuadro N. 09

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Dentro de la provincia	58	72.5%
Fuera de la provincia	22	27.5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 06



Fuente: Cuadro N. 04

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 72% prefiere pasar dentro de la ciudad, y el 28% fuera de la ciudad.

Un dato muy importante porque la mayoría de las personas prefieren pasar dentro de la ciudad, el cual la gente en un fin de semana o feriado ya que en la pregunta anterior, la mayoría de encuestados escogieron zonas recreativas con opción gastronómica, se tiene un alto porcentaje en que esos días las personas visiten el establecimiento y degusten de la gastronomía que se ofrece en el restaurante.

Las personas también prefieren pasar fuera de la ciudad, es un porcentaje bajo el cual no se va a sentir atraída por la oferta gastronómica que se ofrece en el restaurante.

5.- Pregunta N. 05

¿Cuál es el tipo de esparcimiento que busca?

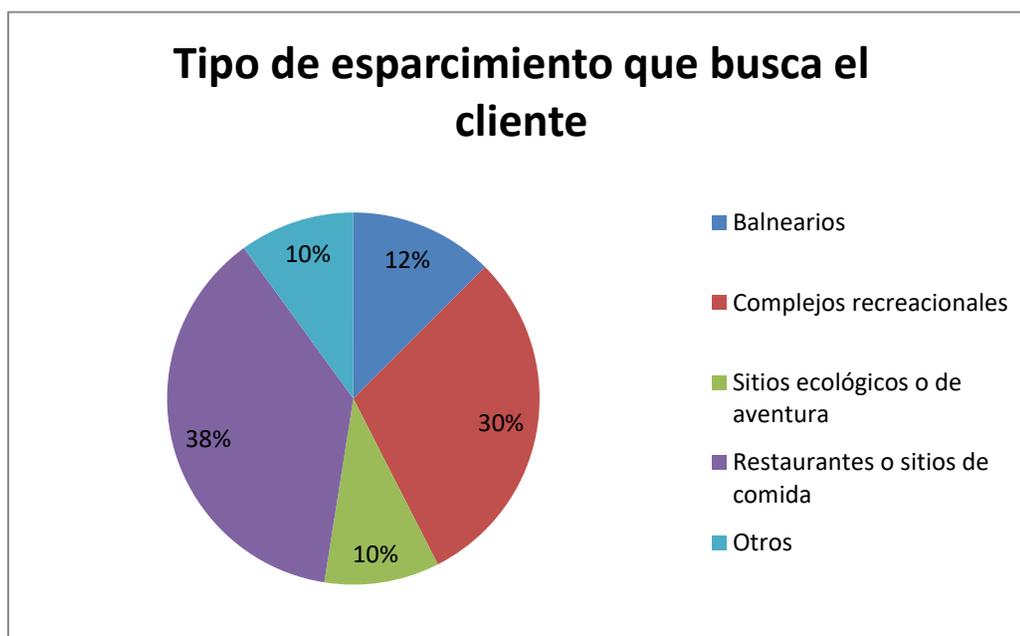
Cuadro N. 10

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Balnearios	10	12,5%
Complejos recreacionales	24	30%
Sitios ecológicos o de aventura	8	10%
Restaurantes o sitios de comida	30	37.5%
Otros	8	10%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 07



Fuente: Cuadro N. 05

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 12% busca balnearios, el 30% de los encuestados buscan complejos recreacionales, el 10% busca sitios ecológicos o de aventura, el 38% buscan restaurantes o sitios de comida, y el 10% otros lugares.

Se observa que la mayoría de personas encuestadas buscan la opción gastronómica que tiene la ciudad de Riobamba como los restaurantes o sitios de comida, esto quiere decir que es muy importante el servicio que brindan los establecimientos de alimentación, el cual la hostería "El Toril" junto con el restaurante "La Capea" puede satisfacer las necesidades que el cliente busca dándoles un buen servicio de alimentación y además ofreciéndoles con servicios recreacionales como balnearios, complejos recreacionales y muchos más, que son sitios que pueden pasar en familia.

Algunas personas encuestadas también eligieron centro recreacional, es un punto a favor porque la hostería "El toril" cuenta con esos servicios, no se dice que estas personas les va a interesar la oferta gastronómica que ofrece el establecimiento, pero existe una posibilidad de que un porcentaje sea atraída por la oferta gastronómica.

El menor porcentaje que eligieron las personas encuestadas fue otros lugares, personas que no tienen interés por la oferta gastronómica que ofrece el restaurante "La Capea"

6.- Pregunta N. 06

¿Es determinante para usted la oferta gastronómica?

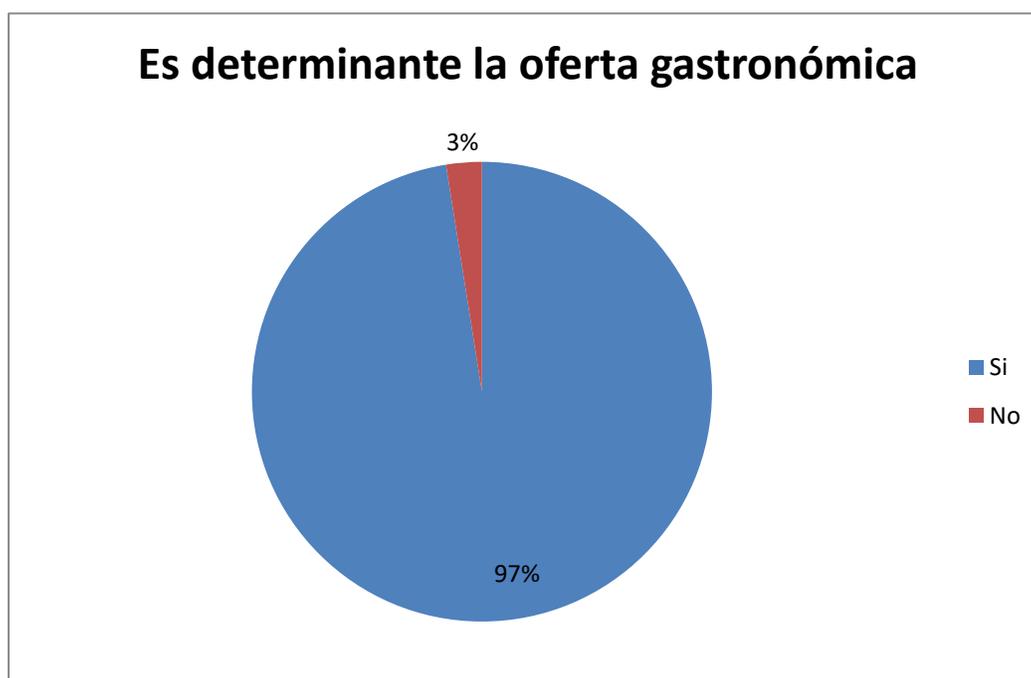
Cuadro N. 11

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Si	78	97.5%
No	2	2.5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 08



Fuente: Cuadro N. 06

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 97% dicen que si es muy importante la oferta gastronómica, y el 3% dijeron que no.

Casi a todas las personas encuestadas les importa mucho la oferta gastronómica que puede ofrecer algún establecimiento de alimentación, es por eso que el restaurante “La Capea” se basa en las necesidades que el cliente necesita y pide, también nos quiere decir que las personas desean probar algo nuevo, tener nuevas experiencias con la gastronomía que se puede ofrecer en Riobamba y especialmente en el restaurante “La Capea”, por esta razón es que se va a implementar una carta que contendrá una variedad de platos para satisfacer las necesidades del cliente.

7.- Pregunta N. 07

¿Cuál es la preferencia gastronómica que tiene usted al salir a cenar?

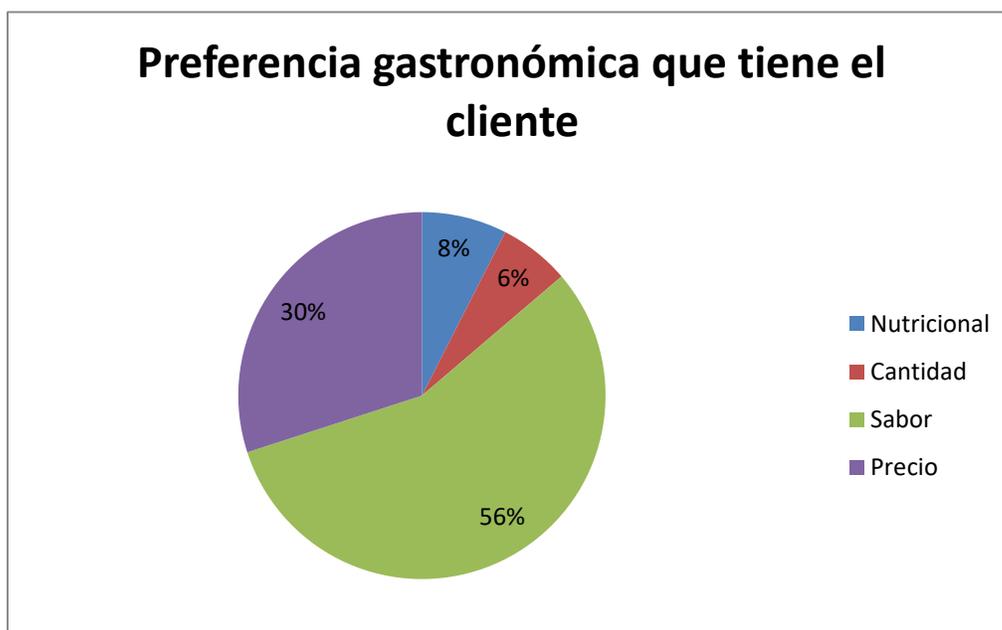
Cuadro N. 12

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Nutricional	6	7.5%
Cantidad	5	6.25%
Sabor	45	56.25%
Precio	24	30%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 09



Fuente: Cuadro N. 07

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de la empresas, el 8% prefiere lo nutricional, el 6% la cantidad, el 56% se fija en el sabor, y el 30% en el precio.

Una pregunta muy importante que nos va ayudar mucho para la elaboración de la carta, las personas se van más a lo que es el sabor de la comida, es decir la imagen de los platos debe interpretar que más se basa en el sabor.

Por la misma razón que el sabor es muy importante en un plato, también se debe tomar en cuenta la cantidad y su precio, un porcentaje muy bajo les interesa lo nutricional, pero no debemos dejar atrás porque son objetivos de la investigación, se pueden preparar platos saludables pero teniendo en cuenta lo que el cliente pide y necesita, es decir para elaborar los menús debemos tomar en cuenta todos estos puntos que es su sabor, el precio, la cantidad y lo nutricional.

Se debe tener muy en cuenta que a las personas a cual se quiere llegar como el mercado potencial, son personas ejecutivas, padres de familia estables, que trabajan en las empresas de la ciudad de Riobamba, que la mayoría de empleados desarrollan sus labores sentados, es decir no hacen un gran esfuerzo físico, y que hay que tomar muy en cuenta para la elaboración de la carta,

8.- Pregunta N. 08

¿Qué tipo de cocina o comida prefiere degustar al momento de salir a cenar fuera de casa?

Cuadro N. 13

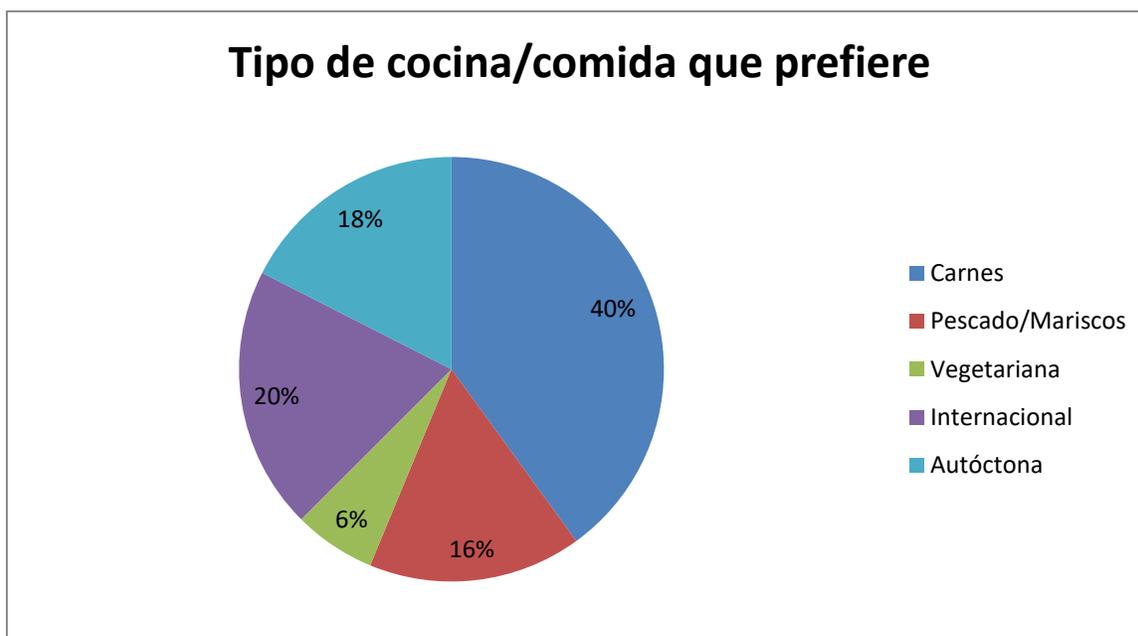
Tipo de comida

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Carnes	32	40%
Pescado/mariscos	13	16,25%
Vegetariana	5	6.25%
Internacional	16	20%
Autóctona	14	17,5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 10



Fuente: Cuadro N. 08

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 40% prefiere degustar carnes, el 16,25% prefiere degustar Pescado/Mariscos, el 6,25% prefiere degustar vegetariana, el 20% prefiere degustar Internacional, y el 17,5% prefiere degustar cocina Autóctona.

En esta pregunta la información que se interesa saber es que tipo de comida degustan las personas encuestadas al momento de salir a cenar fuera de casa, el cual se puso varias opciones para que el encuestado escoja cual prefiere.

La mayoría de personas les gustaría degustar las carnes el cual será la fuente principal para elaborar el plato estrella, tomando en cuenta las siguiente opciones, los pescados y mariscos es una opción que a pocas personas les gustaría, la comida vegetariana es una opción que solo les intereso a 5 personas, la cocina internacional es una opción muy buena que les gusto a las personas encuestadas y la cocina autóctona que les gusto a pocas personas.

Para la elaboración del plato estrella que se ofertará en la carta del restaurante, se tomará en cuenta las opciones que les gusto más a las personas encuestadas y se elaborará 5 líneas de cocina teniendo en cuenta estos puntos.

9.- Pregunta N. 09

¿Qué valor se presupuesta usted por un menú de adulto?

Cuadro N. 14

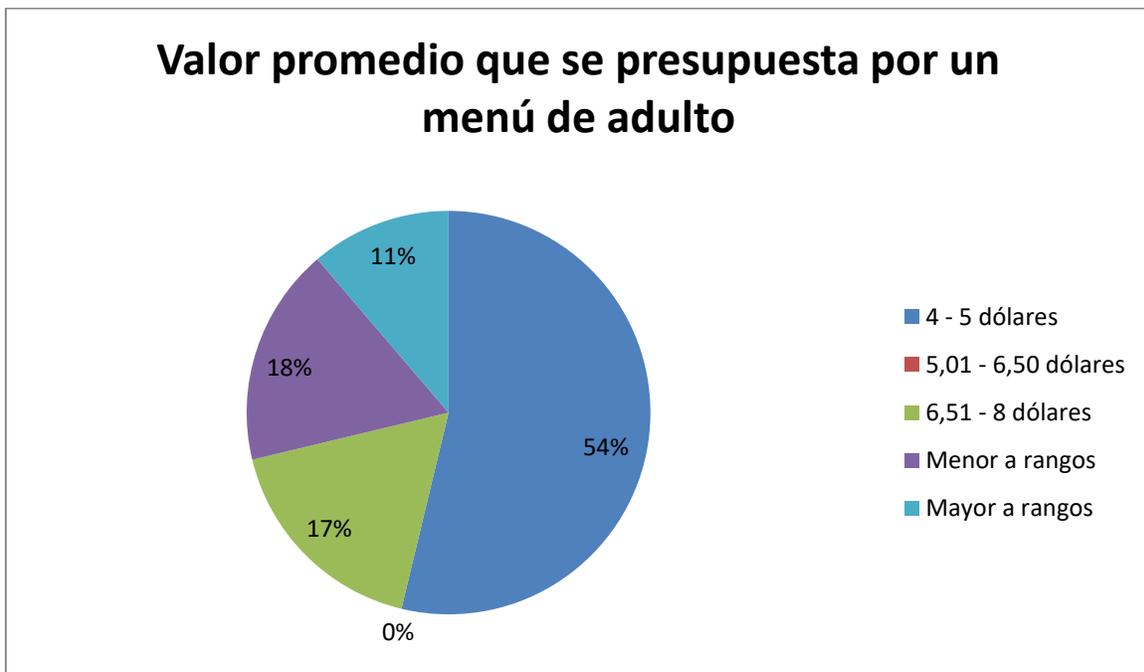
Costo del menú

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
4 - 5	43	53.75%
5,01 – 6,50	0	0%
6,51 – 8	14	17.5%
Menor a rangos	14	17.5%
Mayor a rangos	9	11.25
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 11



Fuente: Cuadro N. 09

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 54% paga por un menú de adulto de 4 a 5 dólares, el 0% de 5,01 a 6,50 dólares, el 17% de 6,51 a 8 dólares, el 18% escogió menor a rangos, y el 11% mayor a rangos.

Según los resultados de la investigación, el plato estrella del restaurante debe estar en un precio entre 4 a 5 dólares, porque eso es lo que la mayoría de gente pagara por un menú de adulto, pueden existir platos con un precio un poco más alto porque también se tiene un porcentaje muy bueno en que las personas encuestadas esta dispuestas a pagar entre 6,51 a 8 dólares, es decir en la carta tendrá platos con este precio porque existe demanda que puedan adquirir un plato con esas características, sin embargo el plato estrella al que la mayoría de personas consumirán y pagaran por ese plato debe ser cotizado en el rango que mayor porcentaje haya de demanda.

Se puede escoger un precio entre 4 a 5 dólares, si se escogiera el precio menor, es decir 4 dólares, sería que el restaurante quiere ganar mercado, si se escoge un precio intermedio que equivale a 4,50 dólares, el establecimiento quiere mantener su estabilidad en el mercado, pero si se escoge el precio alto, que vendría hacer 5 dólares, se tiene que poner un valor agregado al plato, es decir se tiene que servir un plato con algo que el cliente no espera, esto mejorara la calidad del plato que se está ofreciendo.

10.- Pregunta N. 10

¿Qué valor se presupuesta usted por un menú de niño?

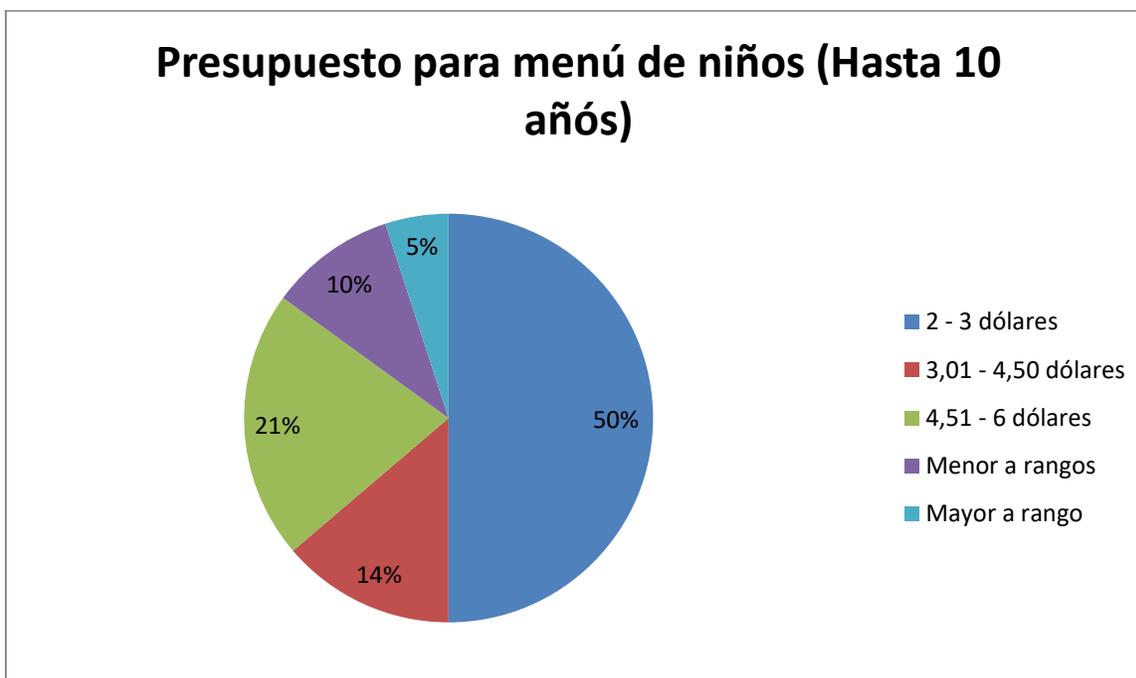
Cuadro N. 15

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
2 – 3 dólares	40	50%
3,01 – 4,50 dólares	11	13,75%
4,51 – 6 dólares	17	21,25%
Menor a rangos	8	10%
Mayor a rangos	4	5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 12



Fuente: Cuadro N. 10

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 50% paga por un menú de niño de 2 a 3 dólares, el 14% paga de 3,01 a 4,50 dólares, el 21% paga de 4,51 a 6 dólares, el 10% paga menor a los rangos establecidos, y el 5% paga mayor a los rangos establecidos.

La mitad de las personas encuestadas está dispuesto a pagar por un menú de niño entre 2 a 3 dólares, esto dice que el precio de venta al público de un menú de niño debe costar entre estos rangos, el procedimiento para escoger el precio de venta al público es el mismo que el de la anterior pregunta, pero debemos tomar en cuenta que un niño es más complicado que un adulto para comer, así que se deben preparar platos que el niño lo vea atractivo, despierte su apetito, y así el niño consuma la comida.

Existe un porcentaje intermedio en que la gente paga por un menú de niño entre 4,51 a 6 dólares, es decir que se puede elaborar menús más complejos que cubran ese precio.

Cuatro personas supieron manifestar que estarían dispuestos a pagar por un menú de niño más dinero de el que estuvo establecido en las encuestas, es un porcentaje muy bajo que existe así que el precio se mantendrá en un rango de 2 a 3 dólares.

11.- Pregunta N. 11

¿Cada cuánto sale usted a cenar fuera de casa?

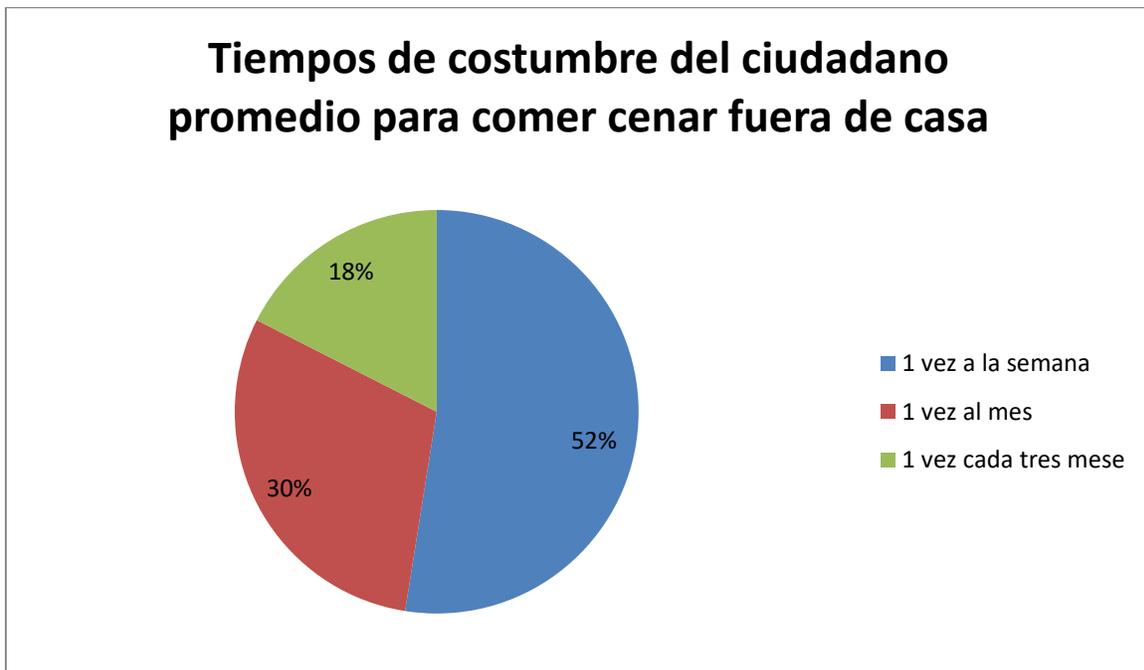
Cuadro N. 16

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
1 vez a la semana	42	52.5%
1 vez al mes	24	30%
1 vez cada tres meses	14	17.5%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 13



Fuente: Cuadro N. 11

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 52% de las personas salen a cenar fuera de casa 1 vez a la semana, el 30% sale a cenar 1 vez al mes, y el 18% sale a cenar 1 vez cada tres meses.

Con un porcentaje muy bueno que las personas cenar 1 vez a la semana fuera de casa, es por lo que se genera la propuesta gastronómica de una carta, para así tratar de llegar a esas personas ofreciéndoles la oferta gastronómica que se está generando y para brindarles a los clientes una mejor alimentación.

También existen personas que salen a cenar fuera de casa 1 vez al mes y 1 vez a los tres meses, es un porcentaje menor, así que se tendrá clientes q asistan al establecimiento.

12.- Pregunta N. 12

¿Cuáles son los motivos por lo que usted cena fuera de casa?

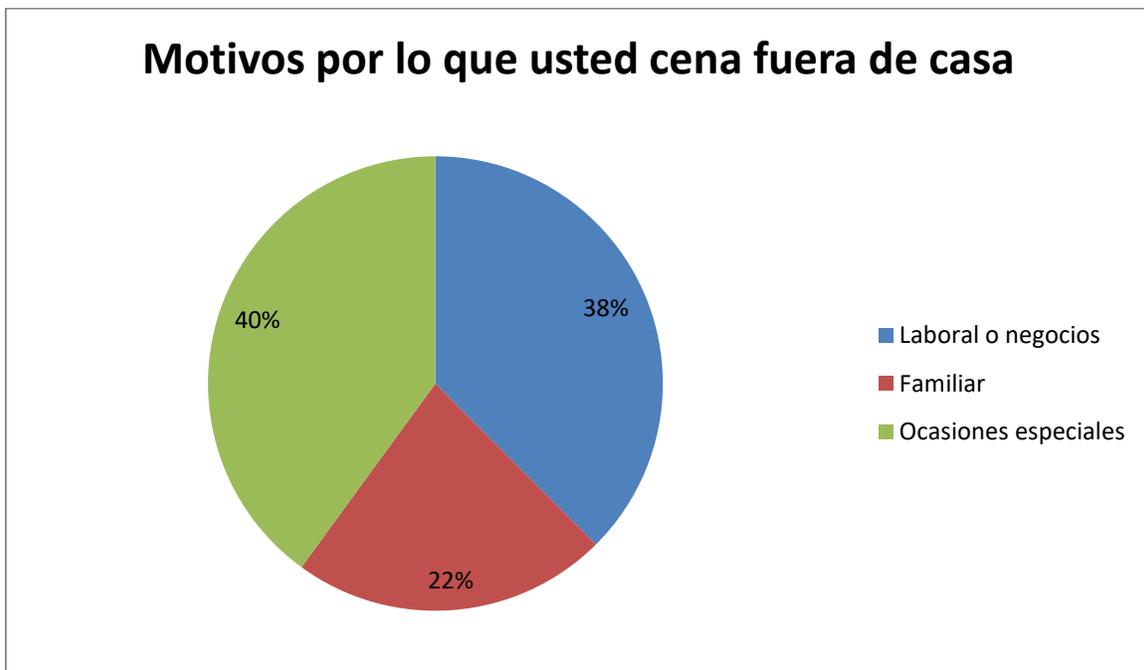
Cuadro N. 17

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Laboral o negocios	30	37.55%
Familiar	18	22.5%
Ocasiones especiales	32	40%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 8 de noviembre del 2014.

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Gráfico N. 14



Fuente: Cuadro N. 12

Elaborado por: Gusqui, H. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 38% de los empleados cenan fuera de casa por lo laboral o negocios, el 22% cenan fuera de casa por lo familiar, y el 40% cena fuera de casa por ocasiones especiales.

Los empleados de las empresas encuestadas cenan fuera de casa, la mayoría por ocasiones especiales, también tiene un porcentaje alto que las personas cenan fuera de casa por lo laboral o negocios, y existe poca gente que cena fuera de casa por lo Familiar.

Se tiene en cuenta que las personas cuando salen a cenar fuera de casa por las razones ya escritas, al buscar la oferta gastronómica van a ir a establecimientos que ofrezcan algo diferente de lo que ellos comen en casa, es decir se van a darse gustos degustando platos a la carta, en algunas ocasiones comida rápida, el cual es un dato importante para generar la propuesta gastronómica.

La pregunta es muy importante porque la hostería "El Toril" tiene lugares para pasar en familia el cual es un porcentaje mínimo pero que puede favorecer al establecimiento, también el restaurante "La Capea" es [perfecto para tratar asuntos de negocio porque tiene una estructura muy elegante y un ambiente amenizado y tranquilo, teniendo en cuenta que también puede ser para ocasiones especiales, porque suele ser un lugar romántico, bonito, que también pueden acudir las personas cuando se les presente una ocasión especial.

Presentación, Tabulación e Interpretación de los Resultados obtenidos del Focus Group para determinar el Plato Estrella de la Carta, que fue dirigida a 20 empleados cuyo sueldo es mayor a 800 dólares de las siguientes empresas: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba (GADM); Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Riobamba (MAGAP); Banco del Pacífico de Riobamba; TUBASEC C.A

Encuesta del Plato N. 01

RIB STEAK AL GRILL

1.- Pregunta N. 01

¿La cantidad del plato le pareció?

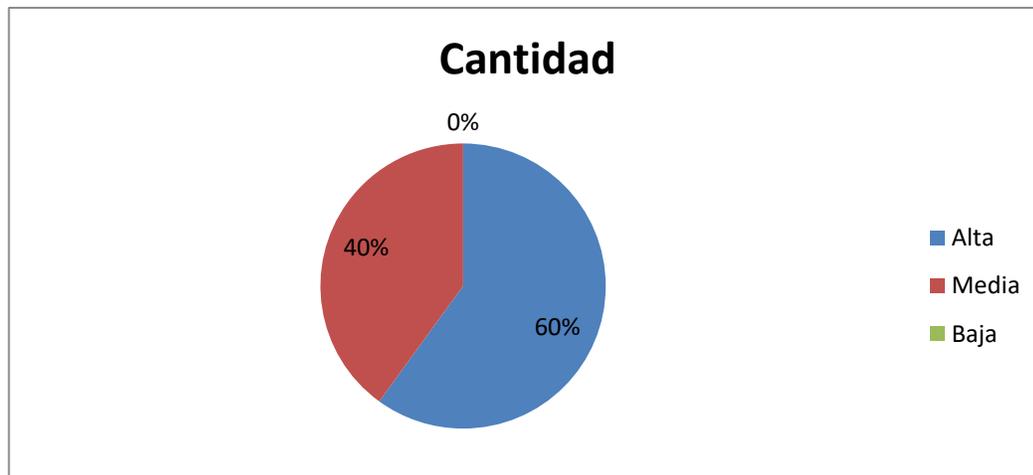
Cuadro N. 18

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Alta	12	60%
Media	8	40%
Baja	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Grafico N. 15



Fuente: Cuadro N. 13

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 60% le pareció que la cantidad del plato esta alta, el 40% le pareció media, y el 0% le pareció bajo.

La mayor parte de los empleados de las empresas les pareció que la cantidad del plato es alta, en las encuestas anteriores supieron decir que les gusta un plato que contenga una buena cantidad, a buen precio y con buen sabor, este plato podría cumplir con los gustos y necesidad del mercado potencial al cual se quiere llegar.

2.- Pregunta N. 02

¿Qué opina sobre el sabor del plato?

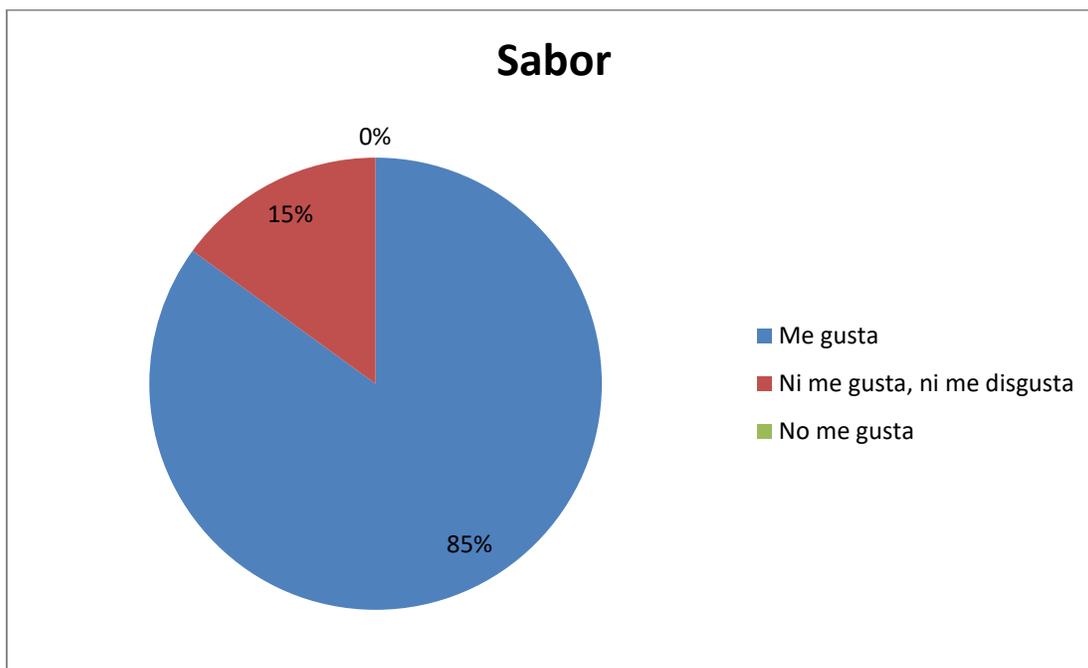
Cuadro N. 19

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Me gusta	17	85%
Ni me gusta, ni me disgusta	3	15%
No me gusta	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Grafico N. 16



Fuente: Cuadro N. 14

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 85% les gusta el sabor del plato, el 15% ni les gusta, ni les disgusta, y el 0% no les gusta.

Todas las personas encuestadas nos supieron manifestar que el sabor del plato es muy bueno y les gusta, el cual sería una muy buena opción para que este plato sea el plato estrella que se ofertará en el restaurante “La Capea”

3.- Pregunta N. 03

¿Qué le pareció los colores del plato?

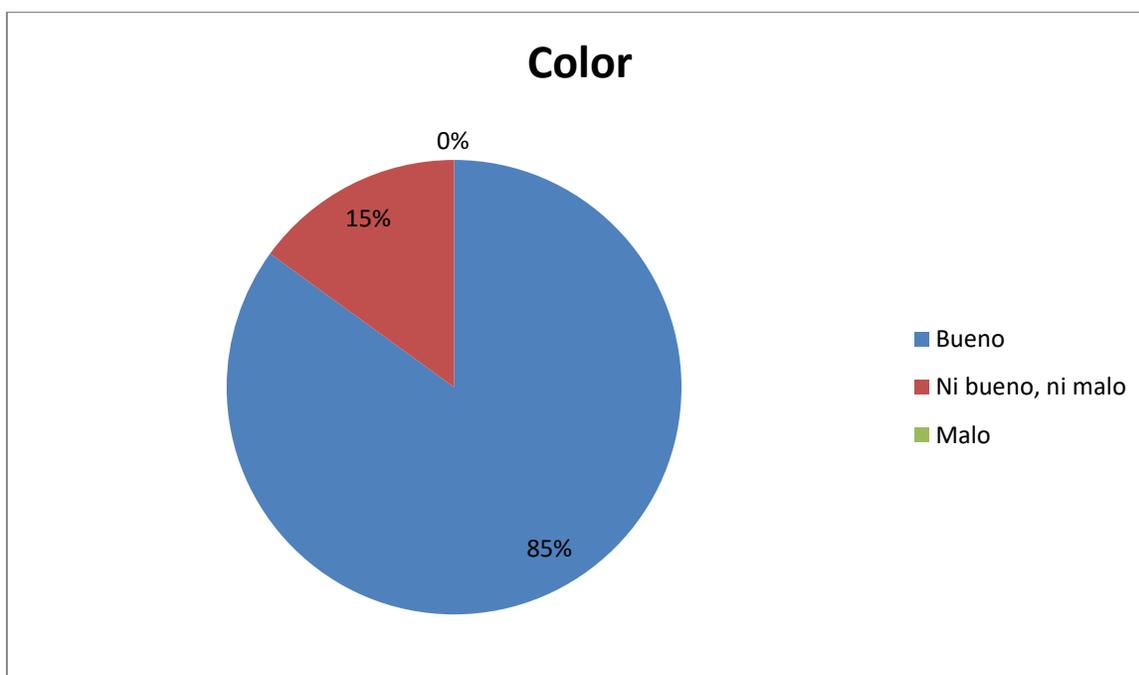
Cuadro N. 20

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Buenos	17	85%
Ni buenos, ni malos	3	15%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 17



Fuente: Cuadro N. 15

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 85% le gusta los colores del plato, el 15% ni les gusta, ni les disgusta, y el 0% no les gusta.

En esta pregunta los empleados encuestados supieron manifestar que la mayoría les gusta los colores del plato, cuando un plato tiene una decoración y colores llamativos, al momento que el cliente observa el plato ya presiente el sabor que va a tener y se le abre el apetito, es una ventaja muy favorable para el plato porque al cliente le va a gustar solo con la mirar el plato.

4.- Pregunta N. 04

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este plato?

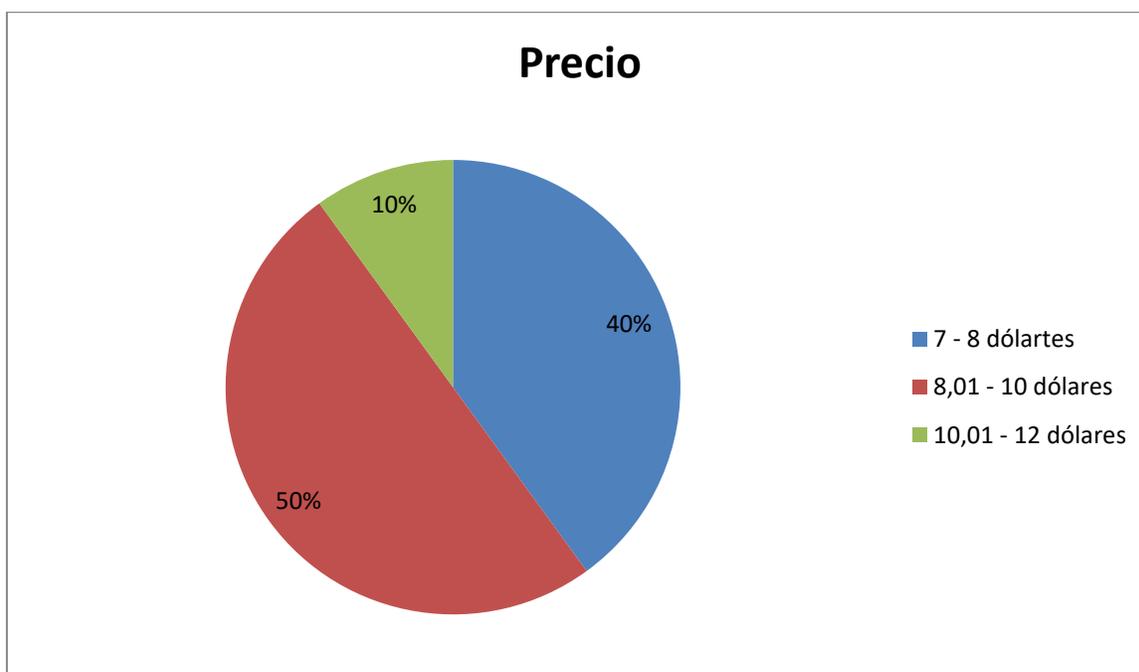
Cuadro N. 21

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
7 – 8 dólares	8	40%
8,01 – 10 dólares	10	50%
10,01 – 12 dólares	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 18



Fuente: Cuadro N. 16

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 40% está dispuesto a pagar por el plato de 7 – 8 dólares, el 50% está dispuesto a pagar de 8,01 – 10 dólares, y el 10% está dispuesto a pagar de 10,01 – 12 dólares.

El precio de este plato que la mayoría de las personas están dispuestos a pagar es de 8,01 a 10 dólares, es un precio muy cómodo para personas ejecutivas que tienen una situación económica estable, es decir que este plato está cumpliendo con los gustos y necesidades del cliente al que se quiere llegar.

Una poca cantidad que paga más de lo propuesto anteriormente, así que el precio que se pondrá a este plato será lo que la mayoría de las personas encuestadas están dispuesto a pagar.

5.- Pregunta N. 05

¿El ambiente le pareció?

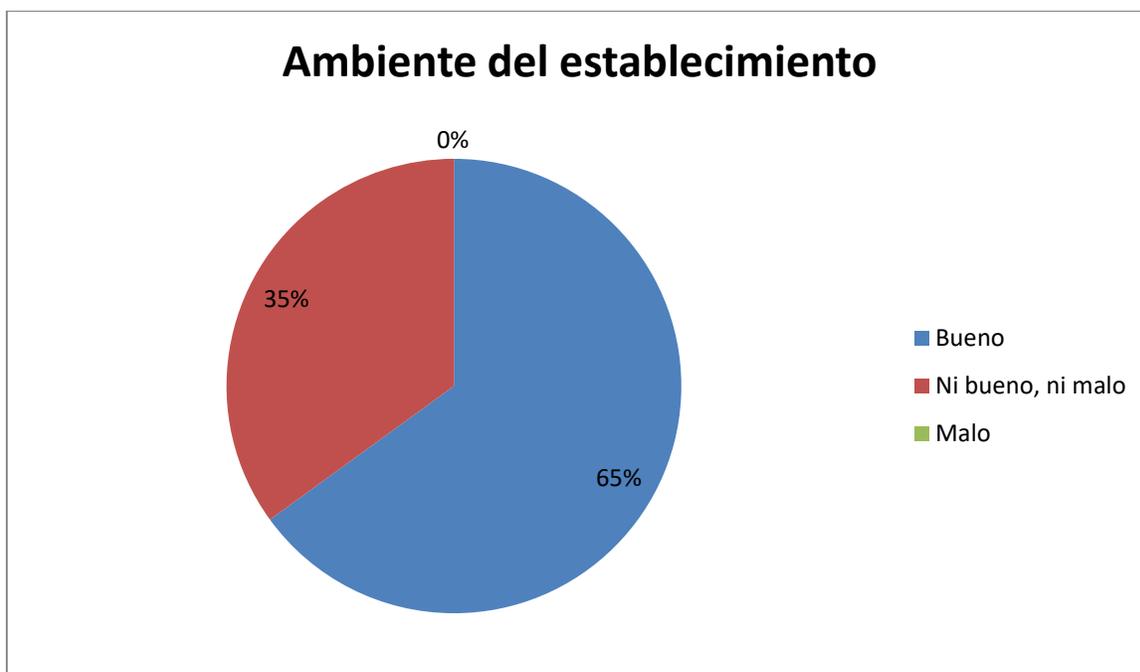
Cuadro N. 22

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Bueno	13	65%
Ni bueno, ni malo	7	35%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 19



Fuente: Cuadro N. 17

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 65% les gusta el ambiente del establecimiento, el 35% ni les gusta, ni les disgusta, y el 0% no les gusta.

Una pregunta muy importante porque casi a todas las personas encuestadas les gustó el ambiente del establecimiento, algo muy favorable para la investigación porque los clientes se van a sentir cómodos al momento de acudir al establecimiento con su familia y existe la posibilidad de que acudan al establecimiento con más frecuencia.

6.- Pregunta N. 06

¿La ubicación de la Hostería “El Toril” se encuentra?

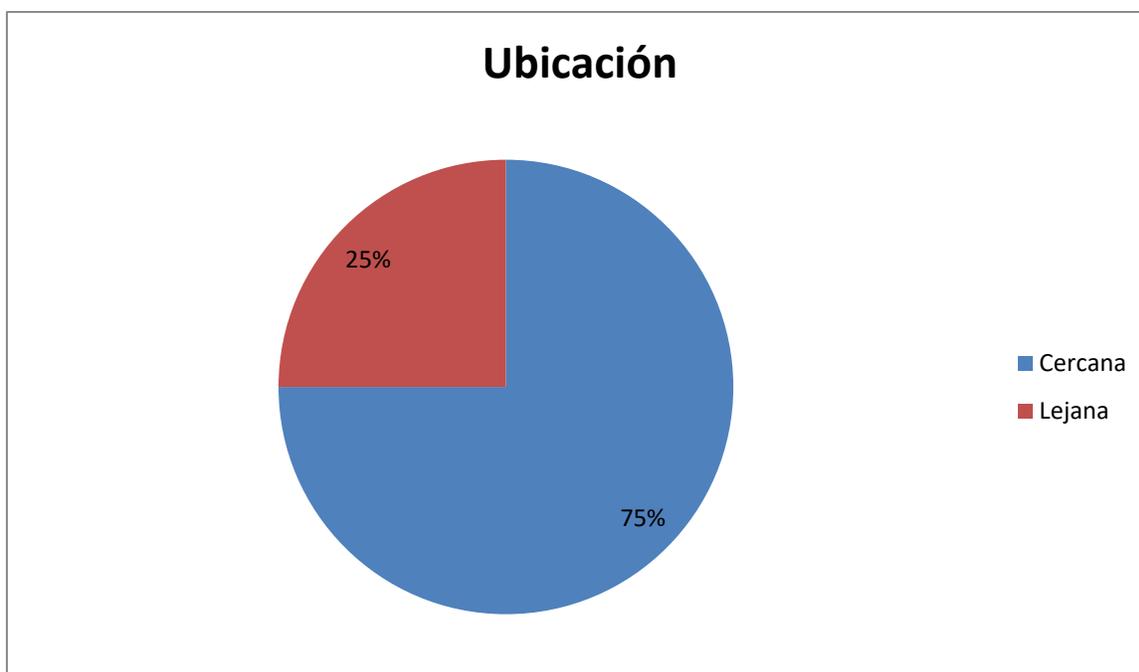
Cuadro N. 23

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Cercana	15	75%
Lejana	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 20



Fuente: Cuadro N. 18

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 75% les parece cerca la ubicación de la Hostería, y el 25% le parece lejano la ubicación.

Es un dato muy favorable que a los encuestados les parezca cercana la ubicación de la Hostería, porque al momento que tengan alguna cita de trabajo o alguna ocasión por la cual necesiten cenar fuera de casa, es una opción que tendrán en escoger nuestro establecimiento por lo que se encuentran cerca y con un ambiente muy amenizado a la ocasión.

7.- Pregunta N. 07

¿Cada cuánto usted regresaría a este establecimiento?

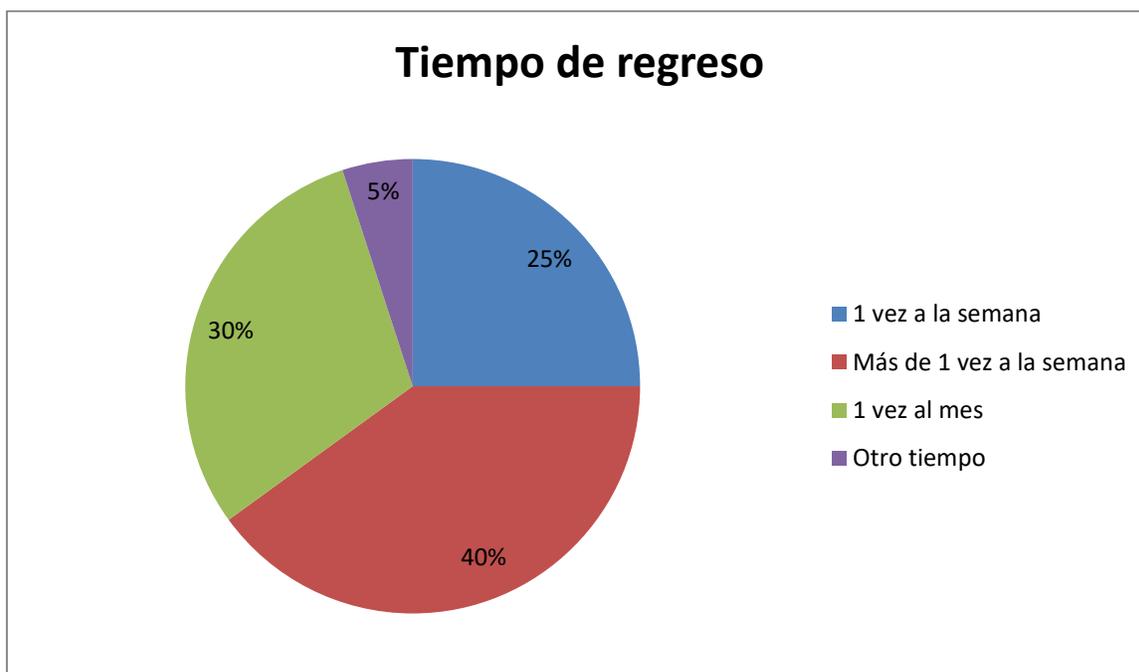
Cuadro N. 24

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
1 vez a la semana	5	25%
Más de 1 vez a la semana	8	40%
1 vez al mes	6	30%
Otro tiempo	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 21



Fuente: Cuadro N. 19

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 25% regresarían 1 vez a la semana, el 40% regresaría más de 1 vez a la semana, el 30% regresaría 1 vez al mes, y el 5% regresaría en otro tiempo de lo especificado.

El 5% de los empleados encuestados regresarían al establecimiento 1 vez a la semana, es un tiempo muy apreciable para el establecimiento, pero 8 personas contestaron que acudirían al establecimiento más de 1 vez a la semana, es aún mejor que a las personas encuestadas les haya gustado el ambiente y se sientan cómodos de acuerdo a su gusto porque si les brindamos un buen servicio posiblemente serán clientes fieles.

También supieron manifestar que asistirán 1 vez al mes y en otro tiempo, pero también se pueden convertir en clientes casuales que solo vendrían en ocasiones especiales.

8.- Pregunta N. 08

¿Qué tipo de ambiente busca usted al momento de salir a degustar un menú?

Cuadro N. 25

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Profesional	8	40%
Familiar	8	40%
Social	6	20%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 22



Fuente: Cuadro N. 20

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 40% busca un ambiente profesional, el 40% busca un ambiente familiar, y el 20% busca un ambiente social.

Los empleados encuestados buscan un ambiente profesional porque son personas ejecutivas que tienen un estado de dinero estable y porque desean probar algo nuevo sobre la gastronomía; familiar porque tienden a cenar fuera de casa con sus hijos y su esposa y les gustaría que el ambiente fuera tranquilo; y social porque los empleados ejecutivos la mayoría de la veces tienen reuniones y les gustaría un lugar social como para charlar acerca de negocios.

El restaurante “La Capea” cuenta con 2 salones de servicio donde el cliente puede elegir donde quiere ubicarse de acuerdo a sus gustos y necesidades, gracias a esta pregunta se puede modificar y arreglar los 2 salones de con el área social, familiar o profesional de acuerdo lo que el cliente pida.

Encuesta del Plato No. 02

CHULETON DE CUELLO AL GRILL

1.- Pregunta N. 01

¿La cantidad del plato le pareció?

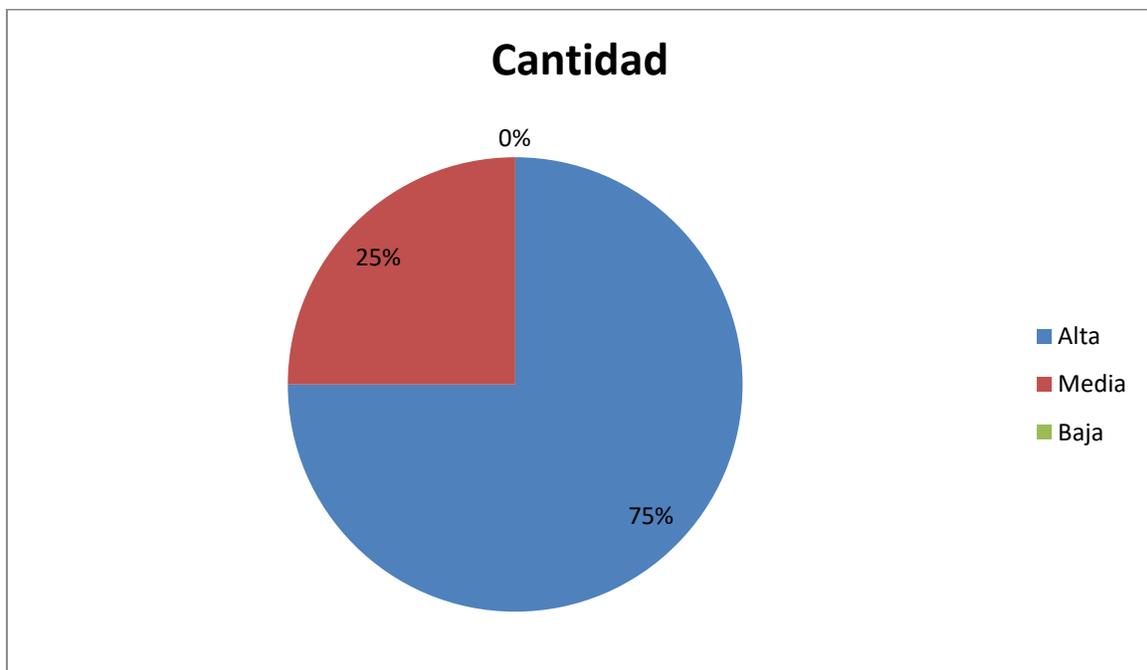
Cuadro N. 26

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Alta	15	75%
Media	5	25%
Baja	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Grafico N. 23



Fuente: Cuadro N. 21

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados de las empresas encuestados, el 75% le pareció que la cantidad del plato es alta, el 25% le pareció que la cantidad del plato es media, y el 0% le pareció que la cantidad del plato es baja.

Este plato tiene una gran porción de proteína, lleva 900 gramos porque es un corte que viene con hueso y tiene un tamaño muy grande, es decir su precio es un poco alto por la cantidad de carne es por esta razón que un 90% de las personas encuestadas supieron manifestar que la cantidad del plato es alta.

Las personas encuestadas supieron manifestar que este plato está exactamente adecuado para personas carnívoras que les guste mucho la carne, porque contiene casi 1 kilo de carne, así que les va perfecto para esas personas, como se está dando una buena porción de carne las guarniciones y los vegetales tienen que ser suaves y con una cantidad adecuada.

2.- Pregunta N. 02

¿Qué opina sobre el sabor del plato?

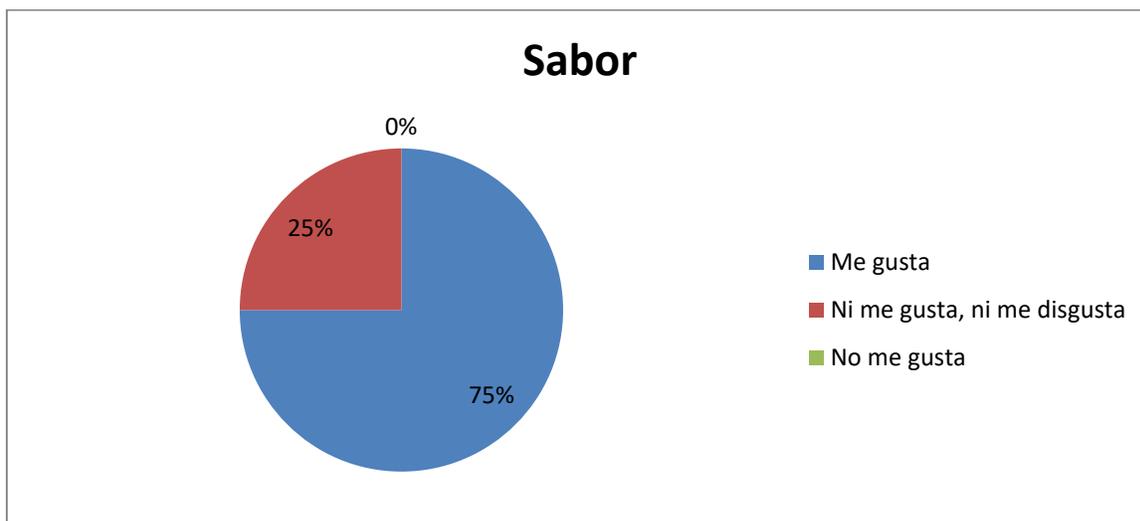
Cuadro N. 27

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Me gusta	15	75%
Ni me gusta, ni me disgusta	5	25%
No me gusta	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Grafico N. 24



Fuente: Cuadro N. 22

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 75% le gusta el sabor de este plato, el 25% ni le gusta ni les disgusta el sabor del plato, y el 0% no les gusta.

De todas las personas encuestadas 18 empleados manifestaron que les gusta el sabor de este plato, y a 2 personas ni les gusta ni les disgusta, es una buena opción para que se ofertara como el plato estrella, pero el precio de este plato es un poco alto y la mayoría de las personas no estarían dispuestos a consumir el plato.

3.- Pregunta N. 03

¿Qué le pareció los colores del plato?

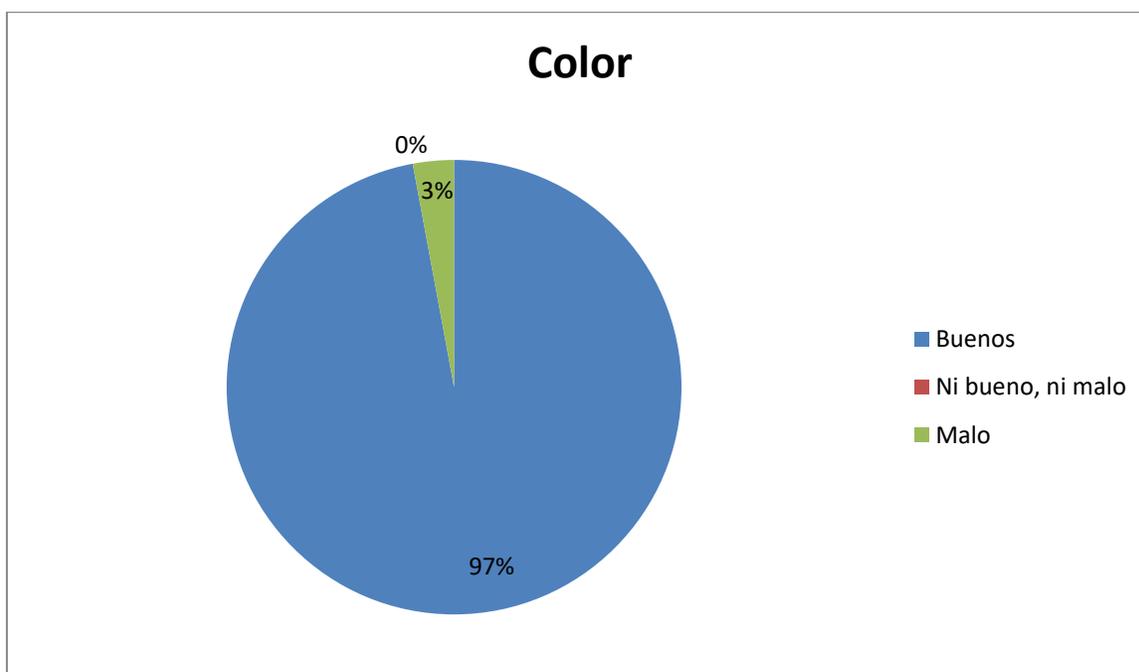
Cuadro N. 28

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Buenos	20	100%
Ni buenos, ni malos	0	0%
Malos	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 25



Fuente: Cuadro N. 23

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 100% le gusta los colores del plato, el 0% ni le gusta, ni les disgusta los colores del plato, y el 0% no les gustó los colores del plato.

Todas las personas encuestadas contestaron que este plato tiene unos colores muy buenos, es decir al momento de que el cliente observe el plato se le abrirán todos los sentidos y se hará una idea del sabor que va a tener el plato, así se ganará clientes fieles y se tendrá mucha más demanda en el mercado.

4.- Pregunta N. 04

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este plato?

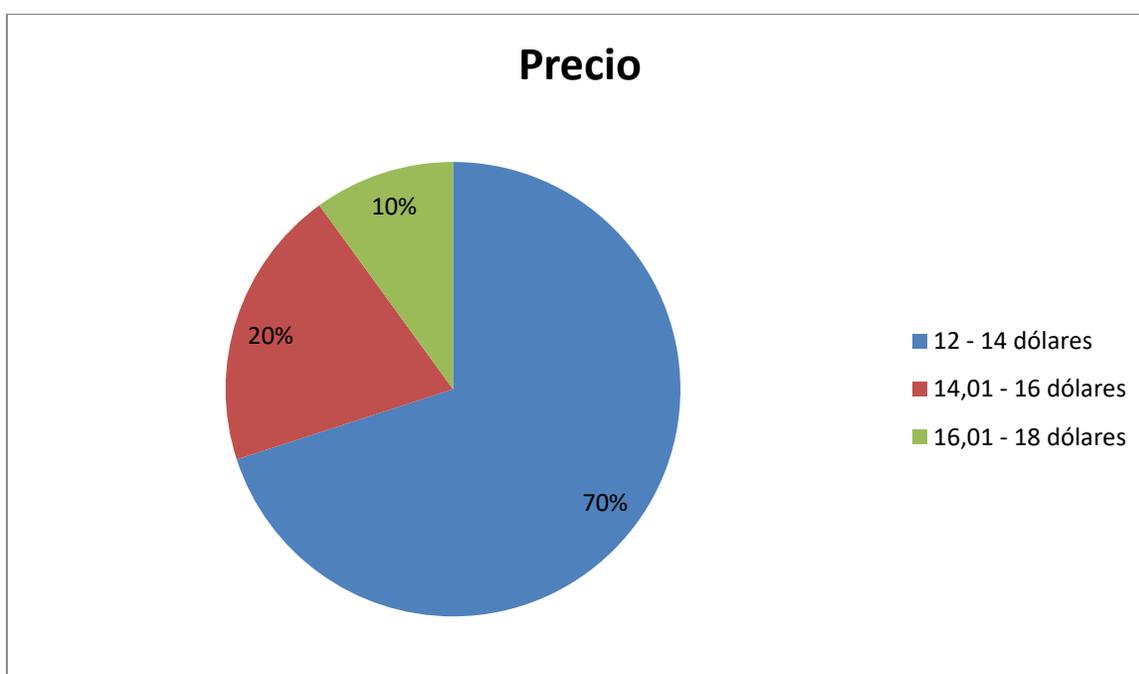
Cuadro N. 29

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
12 – 14 dólares	14	70%
14,01 – 16 dólares	4	20%
16,01 – 18 dólares	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 26



Fuente: Cuadro N. 24

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de las personas encuestadas de las empresas, el 70% está dispuesto a pagar de 12 a 14 dólares, el 20% pagaría por el plato de 14,01 a 16 dólares, y el 10 % está dispuesto a pagar 16,01 a 18 dólares por el plato.

De 12 a 14 dólares es el precio que 14 personas estarían dispuestos a pagar por consumir este plato, es el menor rango que escogieron del precio pero es un precio muy accesible para estas personas a cual se quiere llegar.

El precio de este plato es muy bueno para la cantidad de proteína que posee, por eso las personas con solo mirar el plato saben que tiene una buena cantidad y que en otros establecimientos no van a encontrar este tipo de corte con la misma cantidad y a ese precio y sobre todo la calidad de la carne.

Encuesta del Plato No. 03

ARM STEAK EN SALSA DE 4 QUESOS

1.- Pregunta N. 01

¿La cantidad del plato le pareció?

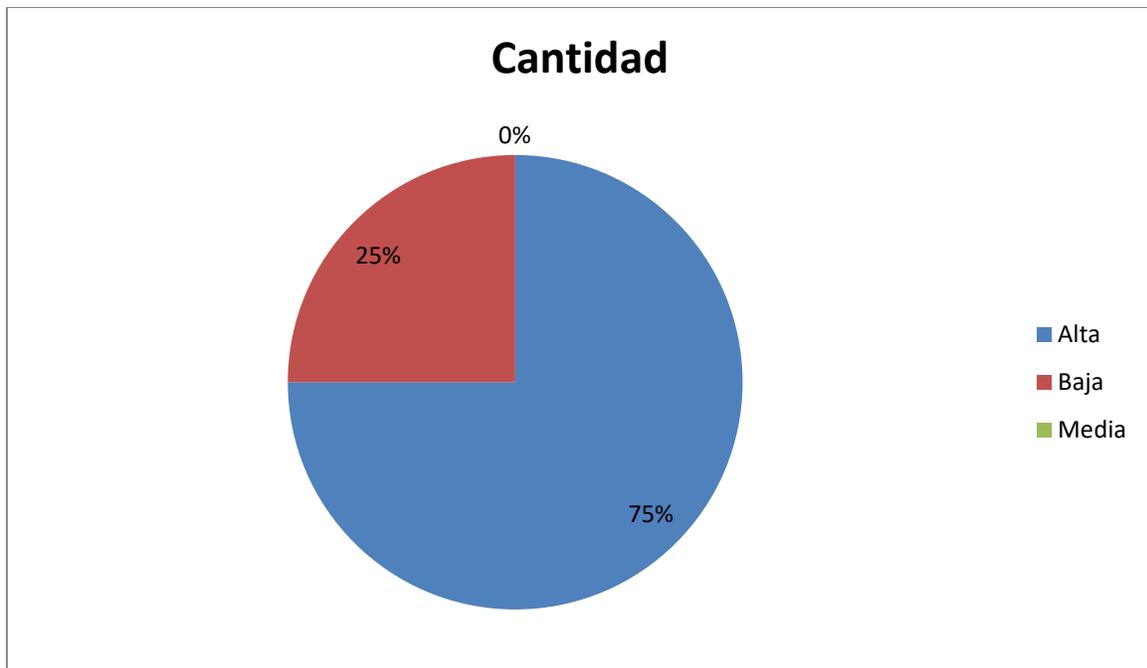
Cuadro N. 30

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Alta	15	75%
Media	5	25%
Baja	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Grafico N. 27



Fuente: Cuadro N. 25

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 75% les parece que la cantidad del plato es Alta, el 25% les parece que la cantidad del plato es Media y el 0% le parece que la cantidad del plato es Baja.

A 15 personas encuestadas le parece que la cantidad del plato es alta, es decir que el plato para estas personas es ideal y tiene las características que ellos requieren que tenga un plato.

En cambio a 5 personas le parece que la cantidad del el plato es media, este plato tiende a satisfacer a personas que son de buen comer y que sean medios carnívoros y le guste lo exótico porque este plato lleva una salsa de 4 quesos.

2.- Pregunta N. 02

¿Qué opina sobre el sabor del plato?

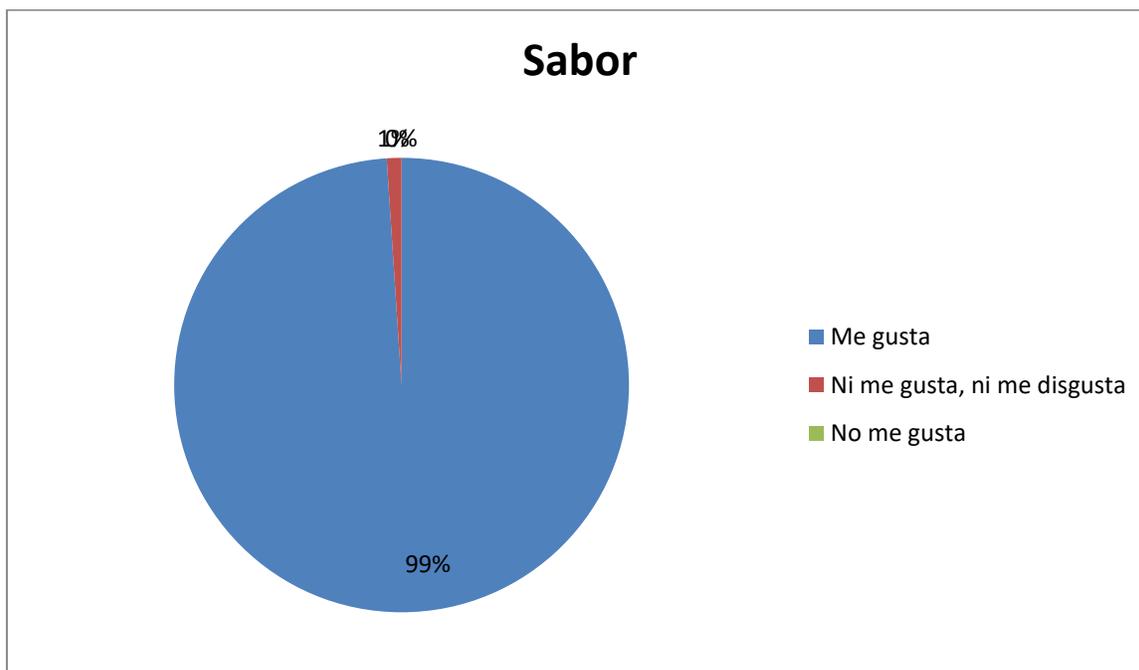
Cuadro N. 31

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Me gusta	19	95%
Ni me gusta, ni me disgusta	1	5%
No me gusta	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Grafico N. 28



Fuente: Cuadro N. 26

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de los empleados encuestados de las empresas, el 95% les gusta el sabor del plato, el 5% ni les gusta ni les disgusta el sabor del plato, y el 0% no les gusta.

Este plato es el que mejor aceptabilidad tuvo con las personas que degustaron los 3 platos, este es un plato que contiene una salsa la cual queda muy bien para el asado perfecto y el término perfecto el cual se debe sacar esta carne.

El Arm Steak tiene un sabor muy bueno el cual les gusto casi a todos los encuestados y solo a 1 persona que ni le gusto ni le disgusto.

3.- Pregunta N. 03

¿Qué le pareció los colores del plato?

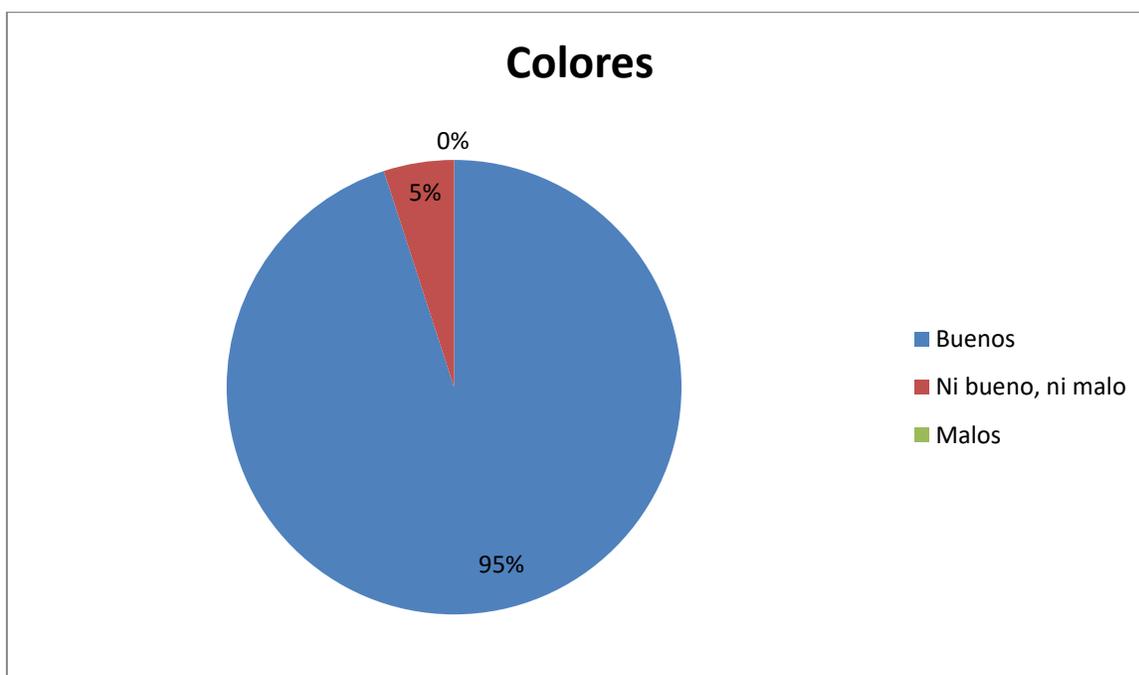
Cuadro N. 32

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
Buenos	19	95%
Ni buenos, ni malos	1	5%
Malos	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 29



Fuente: Cuadro N. 26

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de las personas encuestadas de las empresas, el 95% le parece que los colores son buenos, el 5% les parece que son ni buenos, ni malos, y el 0% les parece que los colores son malos.

Este plato tiene unos colores muy llamativos por su asado perfecto y brillante y la salsa de igual forma que hacen un combinado perfecto de colores.

Por esta razón a las personas encuestadas les pareció que los colores van muy bien y queda perfecto el decorado del plato.

A 19 personas les gusto los colores del plato y solo a una persona ni le gusto ni le disgusto los colores que pintaba el plato.

4.- Pregunta N. 04

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este plato?

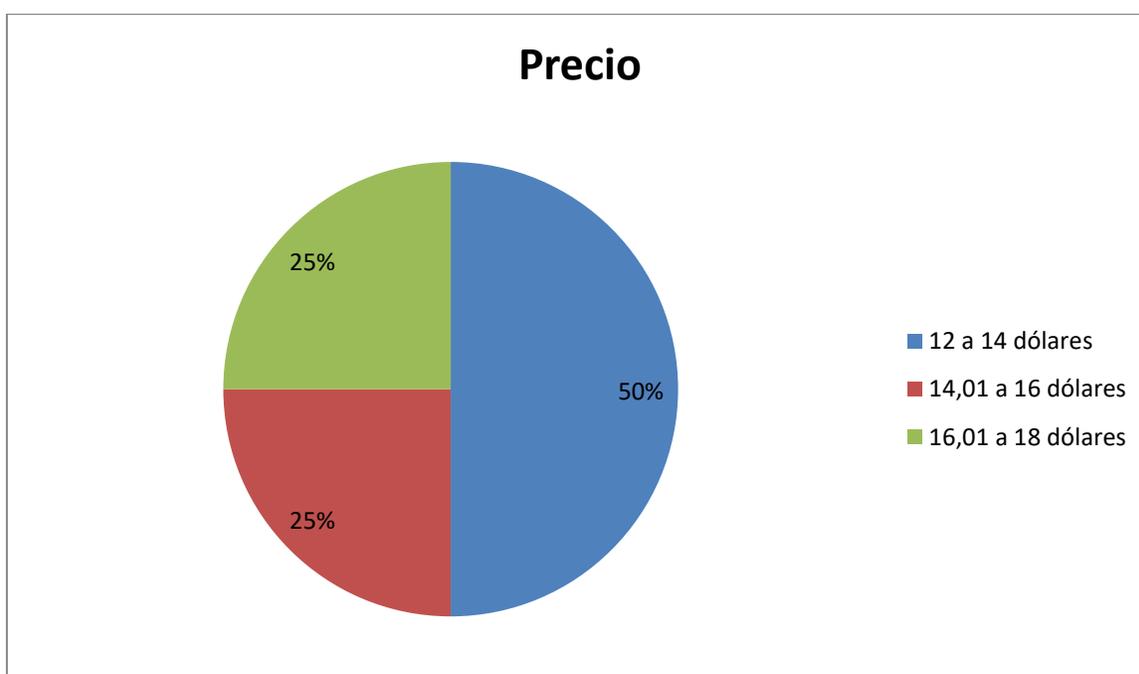
Cuadro N. 33

Opciones	Frecuencia	Frecuencia (%)
12 – 14 dólares	10	50%
14,01 – 16 dólares	5	25%
16,01 – 18 dólares	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de las empresas escogidas el día 16 de Enero del 2015.

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Gráfico N. 30



Fuente: Cuadro N. 27

Elaborado por: Gusqui, H. 2015

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Del 100% de las persona encuestadas de las empresas, el 50% estaría dispuesto a pagar de 12 a 14 dólares, el 25% estaría dispuesto a pagar de 14,01 a 16 dólares y el 25% estaría dispuesto a pagar de 16,01 a 18 dólares por el plato.

Por ser el plato que más aceptabilidad tuvo por las personas encuestadas, su precio es muy cómodo a pagar para este mercado, 10 personas están dispuestas a pagar de 12 a 14 dólares.

La intención que se tiene al poner los precios en rangos es para al momento de poner los precios en la carta, escoger el de menos precio para que se tenga más allegada al establecimiento de parte de los clientes externos y así convertirlo en nuestros clientes fieles además de brindarles un buen servicio.

CONCLUSIONES

Se concluye que al realizar el Focus Group a los empleados del municipio que tienen un nivel económico estable y ganan más de 800 dólares mensuales, y además es el mercado a quienes se requiere llegar para el desarrollo de esta investigación.

Se obtuvo unos resultados muy favorables es decir resultados veraces que nos ayudara a desarrollar una Carta muy bien elaborada que será hecha al gusto del cliente, es decir no está realizada al gusto del propietario del restaurante, está realizada de acuerdo a los gustos y necesidades del mercado potencial, así que esta propuesta tendrá muy buenos resultados al momento que se inaugure el restaurante hacia los clientes externos con su nueva carta.

De acuerdo a los resultados obtenidos del Focus Group el Plato que más aceptabilidad tuvo hacia el mercado potencial es el Arm Steak, este es un tipo de Corte internacional muy suave y con un aroma a carne de res muy agradable.

Para que este corte sea de buena calidad el Chef Carlos Vega de la Hostería “El Toril” ha seguido todos los procedimientos para que la carne sea de calidad, es decir la res que se a faenado en el camal en su edad adecuada que es de 3 años y el Chef mismo a despostado la res sacando unos corte extraordinarios que no se va a encontrar en otros establecimientos de Alimentos y Bebidas, y además dejando los corte en una temperatura de exactamente cero grados durante 3 días para que la carne alcance su maduración total y además es el tiempo que dura el Rigor mortis, este es el motivo el cual se tiene una carne de calidad.

Entre estos cortes tenemos el Arm Steak el cual fue determinado como el plato estrella que se ofertará en el restaurante “La Capea”, viene acompañado con una salsa de cuatro quesos y una guarnición media suave como puré de papas, papas al horno y una ensalada con brócolis, zanahoria, tomate, pimientos, la idea es como contiene una muy buena cantidad de carne, la cantidad de la guarnición debe ser suave y en la ensalada recompensarle para que cumpla las características nutricionales de un plato.

Este plato es de tipo fusión medio a lo Argentino por los asados de la carne y el término en el que se le saca a la carne, y la salsa es tipo francés que se hizo una fusión el cual les agrado mucho a las personas degustadoras.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que el resto del contenido de la Carta se desarrolle siguiendo el mismo tipo de línea del Plato estrella, es decir se pondrá una gama de diferentes tipos de asados con otros tipos de corte añadiendo un corte de carne blanca, no se pondrá una línea muy diferente, porque el restaurante solo cuenta con el Chef Carlos Vega y si en horas pico piden platos de diferente línea, se necesitará otra persona para que realice ese plato, también se debe tomar muy en cuenta en la estructura y el personal que se cuenta en cocina para la realización de una Carta.

Para las ensaladas y las guarniciones se pondrá una variedad para que el cliente pueda elegir con cual desea servirse su plato, se tomó en cuenta las cantidades que debe ir en un plato equilibrado.

Para realizar las entradas se elaboró preparaciones de la misma línea del plato estrella, también se tomó en cuenta con los insumos que se compra para realizar los plato principales.

Al realizar la Carta de postres se realizó preparaciones no tan complicadas, es decir preparaciones que no sean de realizar al momento, preparaciones que se pueda realizar un lunes y que nos dure toda la semana como un Chesse Cake de Oreo.

Y para las bebidas se tendrá una gama de cocteles tradicionales, como son personas ejecutivas que acudirán al restaurante por negocios para pasar el momento se les ofrecerá una bebida que contendrá licor, y también se tendrá una gama de bebidas generales como jugos naturales.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTÁNDAR			
NOMBRE:	Arm Steak en salsa de 4 quesos		
PAX:	1		Valor Referencial

Elaboración de las recetas estándar ^{axi)}					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
900	g.	Arm Steak	1,2	454	2,378854626
5	g.	Sal	0,6	454	0,00660793
2	g.	pimienta	0,8	100	0,016
5	g.	hierbas	0,25	100	0,0125
5	g.	Ajo	0,25	50	0,025
100	c.c.	crema de leche	4,5	1000	0,45
5	g.	mantequilla	0,6	454	0,00660793
10	g.	harina	0,5	454	0,011013216
2	g.	nuez moscada	2	80	0,05
15	g.	queso fontina	5,5	300	0,275
15	g.	queso gruyer	6	250	0,36
15	g.	queso mozzarella	4,5	300	0,225
15	g.	queso parmesano	2	100	0,3
				COSTO POR RACIÓN	4,1165837
				SUBTOTAL (33%)	12,48
				SERVICIO (10%)	1,25
				IMP IVA (12%)	1,50
				P.V.P	15,23

Plato Estrella

Nombre de la receta:	ARM STEAK EN SALSA DE 4 QUESOS	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Arm Steak	900	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Salsa bechamel	½	tz.	
Queso fontina	15	g.	
Queso gruyer	15	g.	
Queso mozzarella	15	g.	
Queso parmesano	15	g.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar el Arm Steak en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).
- 3.- Para la salsa poner la base de salsa en un sartén y añadir los 4 tipos de quesos, esperar a que se derritan y servir.

ENTRADAS

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Carpaccio de Res al Balsámico				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
100	g.	Lomo Fino	1,2	454	0,26
10	g.	Alcaparras	2,5	150	0,17
10	c.c.	Vinagre Balsámico	2	100	0,20
5	g.	Queso Parmesano	2,5	100	0,13
1	g.	Perejil	0,25	100	0,00
				COSTO POR RACIÓN	0,76
				SUBTOTAL (33%)	2,30
				SERVICIO (10%)	0,23
				IMP IVA (12%)	0,28
				P.V.P	2,81

Nombre de la receta: CARPACCIO DE RES AL BALSÁMICO			
Porción-peso: 1 PAX			
Fecha de producción: 08/02/2015			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lomo Fino	100	g.	LIMPIAR, CORTAR
Alcaparras	10	g.	LAVAR
Vinagre Balsámico	10	c.c.	
Queso Parmesano	5	g.	
Perejil	1	g.	REPICAR
Aliño de casa	c/n		
Salpimentar	c/n		
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Parrilla			
Tabla de picar			
PROCEDIMIENTO			
1.- Limpiar el lomo fino y aliñar.			

2.- Cortar en láminas y colocar en la parrilla

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE: Pimiento Relleno					
Preparar la salsa para acompañar el Carpaccio.					
PAX:		1	Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
50	g.	Pimiento	0,5	300	0,08
20	g.	Camarón	4	454	0,18
1	g.	Albahaca	0,25	50	0,01
2	g.	Ajo	0,25	50	0,01
10	c.c.	Salsa de Tomate	4,5	2000	0,02
10	c.c.	Mayonesa	5	2000	0,03
10	c.c.	Mostaza	5	2000	0,03
5	c.c.	vino blanco	5	500	0,05
				COSTO POR RACIÓN	0,40
				SUBTOTAL (33%)	1,21
				SERVICIO (10%)	0,12
				IMP IVA (12%)	0,15
				P.V.P	1,48

Nombre de la receta:	PIMIENTO RELLENO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Pimiento	50	g.	MORRÓN
Camarón	20	g.	PELAR Y LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Salpimentar	c/n		
Salsa de Tomate	10	c.c.	
Mayonesa	10	c.c.	
Mostaza	10	c.c.	
Vino blanco	5	c.c.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Parrilla			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Hacer el pimiento morrón y luego colocarle en la parrilla.
- 2.- Para el relleno aliñar el camarón y poner en la parrilla y luego repicar.
- 3.- Preparar la salsa mezclando la mayonesa, salsa de tomate, mostaza, vino blanco y salpimentar.
- 4.- Mezclar con el camarón picado y rellenar el pimiento.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Camarones al Ajillo				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
150	g.	Camarón	4	454	1,32
60	g.	Pimientos	0,5	300	0,10
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
5	g.	Aji	3	454	0,03
50	c.c.	crema de leche	4,5	1000	0,23
10	c.c.	vino blanco	5	500	0,10
2	g.	Ajo	0,25	50	0,01
				COSTO POR RACIÓN	1,81
				SUBTOTAL (33%)	5,48
				SERVICIO (10%)	0,55
				IMP IVA (12%)	0,66

				P.V.P	6,69
--	--	--	--	--------------	------

Nombre de la receta:	CAMARONES AL AJILLO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Camarón	150	g.	PELAR Y LAVAR
Pimientos	60	g.	BRUNOISE
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Ají	5	g.	BRUNOISE
Crema de leche	50	c.c.	
Vino blanco	10	c.c.	
Ajo	2	g.	BRUNOISE
Salpimentar	c/n		
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Sartén			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- pelar el camarón y lavar (reservar las cascarras).
- 2.- Picar el pimiento rojo, verde, amarillo, la cebolla perla, ajo y el ají.
- 3.- Con la mitad de los ingredientes que se picó hacer un refrito y tostar la cascarras del camarón.
- 4.- Licuar el refrito de las cascarras y colar.
- 5.- Con la otra mitad hacer otro refrito y cocinar lo camarones, en el transcurso poner el líquido de lo que se licuo y añadir la crema de leche.
- 6.- Salpimentar si es necesario.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Brochetas de Carne de Res				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
100	g.	Carne de Res	1,2	454	0,26
5	g.	Pimiento	0,5	300	0,01
5	g.	Cebolla	0,5	454	0,01
50	g.	Chorizo	2	454	0,22
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	0,56
				SUBTOTAL (33%)	1,70
				SERVICIO (10%)	0,17
				IMP IVA (12%)	0,20
				P.V.P	2,07

Nombre de la receta: BROCHETAS DE CARNE DE RES Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD		MISE PLACE
Carne de Res	100	g.		LIMPIAR Y FILETEAR
Pimiento	5	g.		MORRÓN Y CORTAR EN PAISANE
Cebolla	5	g.	PAISANE	
Chorizo	50	g.		
Aliño de la casa	c/n			
Salpimentar	c/n			
UTENSILIOS				
Cuchillo cebollero				
Parrilla				
Tabla de picar				
Bolws				
PROCEDIMIENTO				
1.- Limpiar la carne de res y filetear. 2.- Picar la cebolla y el pimiento. 3.- Armar la brocheta con los ingredientes y colocar en la parrilla. 4.- Colocar el aliño de casa en el transcurso de su cocción.				

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Langostinos al Ajillo				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
150	g.	Langostinos	8	454	2,64
60	g.	Pimiento	0,5	300	0,10
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
5	g.	Ají	3	454	0,03
10	c.c.	vino blanco	5	500	0,10
50	c.c.	crema de leche	4,5	1000	0,23
2	g.	Ajo	0,25	50	0,01
				COSTO POR RACIÓN	3,13
				SUBTOTAL (33%)	9,48
				SERVICIO (10%)	0,95
				IMP IVA (12%)	1,14
				P.V.P	11,57

Nombre de la receta:	LANGOSTINOS AL AJILLO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Langostinos	150	g.	PELAR Y LAVAR
Pimientos	60	g.	BRUNOISE
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Ají	5	g.	BRUNOISE
Crema de leche	50	c.c.	
Vino blanco	10	c.c.	
Ajo	2	g.	BRUNOISE
Salpimentar	c/n		
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
sartén			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- pelar los langostinos y lavar (dejar con la cola y reservar las cascaras).
- 2.- Picar el pimiento rojo, verde, amarillo, la cebolla perla, ajo y el ají.
- 3.- Con la mitad de los ingredientes que se picó hacer un refrito y tostar la cascaras del langostino.
- 4.- Licuar el refrito de las cascaras y colar.
- 5.- Con la otra mitad hacer otro refrito y cocinar los langostinos, en el transcurso poner el líquido de lo que se licuo y añadir la crema de leche.
- 6.- Salpimentar si es necesario.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Cocktail de camarones				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
100	g.	Camarón	4	454	0,88
20	g.	Mayonesa	0,8	100	0,16
20	g.	Salsa de tomate	0,6	100	0,12
20	g.	Mostaza	0,6	100	0,12
5	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,025
1	g.	Sal	0,4	454	0,000881057
1	g.	Pimienta	0,8	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	1,34
				SUBTOTAL (33%)	4,06
				SERVICIO (10%)	0,41
				IMP IVA (12%)	0,49
				P.V.P	4,95

Nombre de la receta:	COCKTAIL DE CAMARONES	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Camarón	100	g.	PELAR Y LAVAR
Mayonesa	20	g.	
Salsa de tomate	20	g.	
Mostaza	20	g.	
Vino blanco	5	c.c.	
Salpimentar	c/n		
Fondo de vegetales	c/n		
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Sartén			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- pelar los Camarones y lavar.
- 2.- Cocinar los camarones en un fondo de vegetales de 2 a 3 minutos.
- 3.- mezclar los demás ingredientes para hacer la salsa.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Cocktail de langostinos				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
100	g.	Langostinos	8	454	1,76
20	g.	Mayonesa	0,8	100	0,16
20	g.	Salsa de tomate	0,6	100	0,12
20	g.	Mostaza	0,6	100	0,12
5	g.	Vino blanco	5	1000	0,03
1	g.	Sal	0,4	454	0,00
1	g.	Pimienta	0,8	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	2,22
				SUBTOTAL (33%)	6,73
				SERVICIO (10%)	0,67
				IMP IVA (12%)	0,81
				P.V.P	8,21

Nombre de la receta:	COCKTAIL DE LANGOSTINOS
Porción-peso:	1 PAX
Fecha de producción:	08/02/2015

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE
Langostinos	100	g.	
Mayonesa	20	g.	
Salsa de tomate	20	g.	
Mostaza	20	g.	
Vino blanco	5	c.c.	
Salpimentar	c/n		
Fondo de vegetales	c/n		
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Sartén			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- pelar los langostinos y lavar (dejar con la cola).
- 2.- Cocinar los camarones en un fondo de vegetales de 3 a 4 minutos.
- 3.- mezclar los demás ingredientes para hacer la salsa.

ESALADAS

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Ensalada César de Pollo				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Lechuga	0,5	454	0,088105727
20	g.	Tomate cherry	1,5	150	0,2
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,022026432
10	g.	Pan	1,5	200	0,075
20	c.c.	Aceite de oliva	3,5	250	0,28
5	g.	Mostaza	0,6	100	0,03
5	c.c.	Limón	1	454	0,011013216
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,016
2	g.	Sal	0,4	454	0,001762115
5	g.	Azúcar	0,6	454	0,00660793
5	g.	Queso parmesano	2	100	0,1
80	g.	Pollo	1,25	454	0,220264317
				COSTO POR RACIÓN	1,050779736
				SUBTOTAL (33%)	3,18
				SERVICIO (10%)	0,32
				IMP IVA (12%)	0,38
				P.V.P	3,88

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

Nombre de la receta:	ENSALADA CÉSAR DE POLLO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lechuga	80	g.	LAVAR
Tomate cherry	20	g.	MEDIAS LUNAS
Cebolla	20	g.	AROS
Pan	10	g.	CROTONES
Aceite de oliva	20	c.c.	
Mostaza	5	g.	
Limón	5	c.c.	
Pimienta	2	g.	
Sal	2	g.	
Azúcar	5	g.	
Queso parmesano	5	g.	
Pollo	80	g.	DESMENUSADO
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Cortar todos los ingredientes tal y como se indica en el mise place.
- 2.- Cocinar el pollo en un fondo de vegetales y desmenuzar.
- 3.- Para preparar la salsa mezclar la mostaza, el aceite de oliva, el limón, pimienta, sal, azúcar y mezclar todos los ingredientes.

NOMBRE:	Ensalada César de atún				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Lechuga	0,5	454	0,09
20	g.	Tomate cherry	1,5	150	0,20
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
10	g.	Pan	1,5	200	0,08
20	c.c.	Aceite de oliva	3,5	250	0,28
5	g.	Mostaza	0,6	100	0,03
5	c.c.	Limón	1	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
2	g.	Sal	0,4	454	0,00
5	g.	Azúcar	0,6	454	0,01
5	g.	Queso parmesano	2	100	0,10
50	g.	Atún	1,25	100	0,63
				COSTO POR RACIÓN	1,46
				SUBTOTAL (33%)	4,42
				SERVICIO (10%)	0,44
				IMP IVA (12%)	0,53
				P.V.P	5,40

Nombre de la receta:	ENSALADA CÉSAR DE ATÚN	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lechuga	80	g.	LAVAR
Tomate cherry	20	g.	MEDIAS LUNAS
Cebolla	20	g.	AROS
Pan	10	g.	CROTONES
Aceite de oliva	20	c.c.	
Mostaza	5	g.	
Limón	5	c.c.	
Pimienta	2	g.	
Sal	2	g.	
Azúcar	5	g.	
Queso parmesano	5	g.	
Atún	50	g.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Cortar todos los ingredientes tal y como se indica en el mise place.
- 2.- Para preparar la salsa mezclar la mostaza, el aceite de oliva, el limón, pimienta, sal, azúcar y mezclar todos los ingredientes con el atún.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	ensalada César de langostinos				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Lechuga	0,5	454	0,09
20	g.	Tomate cherry	1,5	150	0,20
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
10	g.	Pan	1,5	200	0,08
20	c.c.	Aceite de oliva	3,5	250	0,28
5	g.	Mostaza	0,6	100	0,03
5	c.c.	Limón	1	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
2	g.	Sal	0,4	454	0,00
5	g.	Azúcar	0,6	454	0,01
5	g.	Queso parmesano	2	100	0,10
50	g.	Langostinos	8	454	0,88
				COSTO POR RACIÓN	1,71
				SUBTOTAL (33%)	5,18
				SERVICIO (10%)	0,52
				IMP IVA (12%)	0,62
				P.V.P	6,32

Nombre de la receta:	ENSALADA CÉSAR DE LANGOSTINOS	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lechuga	80	g.	LAVAR
Tomate cherry	20	g.	MEDIAS LUNAS
Cebolla	20	g.	AROS
Pan	10	g.	CROTONES
Aceite de oliva	20	c.c.	
Mostaza	5	g.	
Limón	5	c.c.	
Pimienta	2	g.	
Sal	2	g.	
Azúcar	5	g.	
Queso parmesano	5	g.	
Langostinos	50	g.	LAVAR Y PELAR
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Cortar todos los ingredientes tal y como se indica en el mise place.
- 2.- Cocinar los langostinos en un fondo de vegetales durante 3 a 4 minutos.
- 3.- Para preparar la salsa mezclar la mostaza, el aceite de oliva, el limón, pimienta, sal, azúcar y mezclar todos los ingredientes con el atún.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Ensalada de camarón				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Lechuga	0,5	454	0,09
20	g.	Tomate cherry	1,5	150	0,20
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
10	g.	Pan	1,5	200	0,08
20	c.c.	Aceite de oliva	3,5	250	0,28
5	g.	Mostaza	0,6	100	0,03
5	c.c.	Limón	1	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
2	g.	Sal	0,4	454	0,00
5	g.	Azúcar	0,6	454	0,01
5	g.	Queso parmesano	2	100	0,10
60	g.	Camarón	4	454	0,53
				COSTO POR RACIÓN	1,36
				SUBTOTAL (33%)	4,12
				SERVICIO (10%)	0,41
				IMP IVA (12%)	0,49
				P.V.P	5,03

Nombre de la receta:	ENSALADA CÉSAR DE CAMARON	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lechuga	80	g.	LAVAR
Tomate cherry	20	g.	MEDIAS LUNAS
Cebolla	20	g.	AROS
Pan	10	g.	CROTONES
Aceite de oliva	20	c.c.	
Mostaza	5	g.	
Limón	5	c.c.	
Pimienta	2	g.	
Sal	2	g.	
Azúcar	5	g.	
Queso parmesano	5	g.	
Camarón	60	g.	LAVAR Y PELAR
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Cortar todos los ingredientes tal y como se indica en el mise place.
- 2.- Cocinar los camarones en un fondo de vegetales durante 2 a 3 minutos.
- 3.- Para preparar la salsa mezclar la mostaza, el aceite de oliva, el limón, pimienta, sal, azúcar y mezclar todos los ingredientes con el atún.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Ensalada Mar y Tierra				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Lechuga	0,5	454	0,09
20	g.	Tomate cherry	1,5	150	0,20
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
10	g.	Pan	1,5	200	0,08
20	c.c.	Aceite de oliva	3,5	250	0,28
5	g.	Mostaza	0,6	100	0,03
5	c.c.	Limón	1	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
2	g.	Sal	0,4	454	0,00
5	g.	Azúcar	0,6	454	0,01
5	g.	Queso parmesano	2	100	0,10
50	g.	Pollo	1,25	454	0,14
30	g.	Atún	1,25	100	0,38
30	g.	Langostinos	8	454	0,53
30	g.	Camarón	4	454	0,26
				COSTO POR RACIÓN	2,14
				SUBTOTAL (33%)	6,48
				SERVICIO (10%)	0,65
				IMP IVA (12%)	0,78
				P.V.P	7,91

Nombre de la receta:	ENSALADA MAR Y TIERRA	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lechuga	80	g.	LAVAR
Tomate cherry	20	g.	MEDIAS LUNAS
Cebolla	20	g.	AROS
Pan	10	g.	CROTONES
Aceite de oliva	20	c.c.	
Mostaza	5	g.	
Limón	5	c.c.	
Pimienta	2	g.	
Sal	2	g.	
Azúcar	5	g.	
Queso parmesano	5	g.	
Pollo	50	g.	DESMENUSAR
Atún	30	g.	
Langostinos	30	g.	PELAR Y LAVAR
Camarón	30	g.	PELAR Y LAVAR
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Cortar todos los ingredientes tal y como se indica en el mise place.
- 2.- Cocinar los camarones y los langostinos en un fondo de vegetales durante 2 a 3 minutos.
- 3.- Cocinar el pollo en un fondo de vegetales y desmenuzar.
- 4.- Para preparar la salsa mezclar la mostaza, el aceite de oliva, el limón, pimienta, sal, azúcar y mezclar todos los ingredientes con el atún

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Ensalada Caprecce				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Tomate	0,5	454	0,09
10	g.	Albahaca	0,25	100	0,03
100	g.	Queso mozzarella	5,5	700	0,79
20	c.c.	Aceite de oliva	3,5	250	0,28
2	g.	Sal	0,4	454	0,00
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
				COSTO POR RACIÓN	1,20
				SUBTOTAL (33%)	3,64
				SERVICIO (10%)	0,36
				IMP IVA (12%)	0,44
				P.V.P	4,44

Nombre de la receta: ENSALADA CAPRECCE Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	
Tomate	80	g.	
Albahaca	10	g.	
Queso mozzarella	100	g.	
Aceite de oliva	20	c.c.	
Sal	2	g.	
Pimienta	2	g.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Tabla de picar			
Bolws			
PROCEDIMIENTO			
1.- Cortar todos los ingredientes tal y como se indica en el mise place. 2.- Mezclar todos los ingredientes y servir bien decorado.			

PLATOS PRINCIPALES

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Arm Steak en salsa mar y tierra				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
900	g.	Arm Steak	1,2	454	2,38
50	g.	Langostinos	8	454	0,88
50	g.	Camarones	4	454	0,44
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
50	c.c.	Crema de leche	4,5	1000	0,23
10	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,05
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
				COSTO POR RACIÓN	4,07
				SUBTOTAL (33%)	12,48
				SERVICIO (10%)	1,25
				IMP IVA (12%)	1,50
				P.V.P	15,23



HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Rib Steak al grill con salsa de vino tinto		ARMAS DE FIERRO SA MAR Y		
Nombre de la receta:	TIERRA		Valor Referencia		
Porción-peso:	1 PAX		(Mercado Mayorista, S		
Fecha de producción:	08/02/2015		Aki, Pronaca		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO TOTAL
INGREDIENTES		CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	
500	g.	Rib Steak	900 g.	1,2	454 1,32
					LIMPIAR, LAVAR
50	c.c.	Vino tinto	c/n	6	454 0,66
10	g.	Mantequilla	50 g.	0,6	454 0,01
					PELAR Y LAVAR
5	g.	Maicena	50 g.	0,8	454 0,02
					PELAR Y LAVAR
5	g.	Sal	½ tz.	0,6	454 0,01
2	g.	Pimienta	5 g.	0,8	100 0,02
					BRUNOISE
5	g.	Hierbas	10 g.	0,25	100 0,01
					BRUNOISE
5	c.c.	Ajo	50 c.c.	0,25	50 0,03
20	g.	Cebolla	10 c.c.	0,5	454 0,02
			5 g.		
			2 g.		
			5 g.		
UTENSILIOS				COSTO POR RACIÓN	
Cuchillo cebollero				SUBTOTAL	
Cacerola				(33%)	
Parrilla				SERVICIO	
Tabla de picar				(10%)	
Bolws				IMP IVA (12%)	
				P.V.P	

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar el Arm Steak en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).
- 3.- Para la salsa hacer un refrito con la cebolla el ajo y la mantequilla y añadir los langostinos y camarones y el vino blanco.
- 4.- Añadir el fondo de camarón y para terminar colocamos la crema de leche.

Nombre de la receta: RIB STEAK EN SALSA DE VINO TINTO
Porción-peso: 1 PAX
Fecha de producción: 08/02/2015



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Rib Steak	500	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n		
Vino tinto	50	c.c.	
Fondo oscuro	½	tz.	
Mantequilla	10	g.	
Maicena	5	g.	
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICAR
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar el Rib Steak en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a ¾).
- 3.- Para la salsa hacer un refrito con la cebolla, y la mantequilla y añadir el vino tinto y el fondo oscuro.
- 4.- Añadir la mantequilla y espesar con maicena.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Rib Steak al grill				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
500	g.	Rib Steak	1,2	454	1,32
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	1,38
				SUBTOTAL (33%)	4,18
				SERVICIO (10%)	0,42
				IMP IVA (12%)	0,50
				P.V.P	5,10

Nombre de la receta: RIB STEAK AL GRILL Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	
Rib Steak	500	g.	
Aliño de casa	c/n		
MISE PLACE			
			LIMPIAR, LAVAR
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Bolws			
PROCEDIMIENTO			
1.- Colocar el Arm Steak en la parrilla. 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).			

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Chuck Steak al grill				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
700	g.	Chuck Steak	1,2	454	1,85
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	1,91
				SUBTOTAL (33%)	5,79
				SERVICIO (10%)	0,58
				IMP IVA (12%)	0,59
				P.V.P	7,06

Nombre de la receta: CHUCK STEAK AL GRILL Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD		MISE PLACE
Chuck Steak	700	g.		LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n			
UTENSILIOS				
Cuchillo cebollero				
Cacerola				
Parrilla				
Tabla de picar				
Bolws				
PROCEDIMIENTO				
1.- Colocar el Chuck Steak en la parrilla. 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).				

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Chuck Steak al oporto				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
700	g.	Chuck Steak	1,2	454	1,85
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
100	c.c.	Vino de oporto	8	1000	0,80
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
5	g.	Maicena	0,8	200	0,02
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
				COSTO POR RACIÓN	2,77
				SUBTOTAL (33%)	8,39
				SERVICIO (10%)	0,84
				IMP IVA (12%)	1,01
				P.V.P	10,24

Nombre de la receta:	CHUCK STEAK AL OPORTO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Chuck Steak	700	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n		
Sal	500	g.	
Pimienta	5	g.	
Hierbas	2	g.	
Ajo	5	g.	
Vino de oporto	5	g.	
Mantequilla	100	c.c.	
Maicena	10	g.	
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar el Chuck Steak en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).
- 3.- Para la salsa hacer un refrito con la cebolla, ajo y mantequilla y colocar el vino de oporto.
- 4.- Poner el fondo oscuro y espesar con maicena.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	T-Bone de 2 caras al grill				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
500	g.	T-Bone	1,2	454	1,32
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	1,38
				SUBTOTAL (33%)	4,18
				SERVICIO (10%)	0,42
				IMP IVA (12%)	0,50
				P.V.P	5,10

Nombre de la receta: T-BONE DE 2 CARAS AL GRILL Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD		MISE PLACE
T-Bone	700	g.		LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n			
UTENSILIOS				
Cuchillo cebollero				
Cacerola				
Parrilla				
Tabla de picar				
Bolws				
PROCEDIMIENTO				
1.- Colocar el t-bone en la parrilla. 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).				

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Chuletón de cuello al grill				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
900	g.	Chuletón de cuello	1,2	454	2,38
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
				COSTO POR RACIÓN	2,44
				SUBTOTAL (33%)	7,39
				SERVICIO (10%)	0,74
				IMP IVA (12%)	0,89
				P.V.P	9,02

Nombre de la receta: CHULETON DE CUELLO AL GRILL Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD		MISE PLACE
Chuletón de cuello	900	g.		LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n			
UTENSILIOS				
Cuchillo cebollero				
Cacerola				
Parrilla				
Tabla de picar				
Bolws				
PROCEDIMIENTO				
1.- Colocar el chuletón de cuello en la parrilla. 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).				

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Chuletón de cuello al balsámico				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDA	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
900	g.	Chuletón de cuello	1,2	454	2,38
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
20	c.c.	Vinagre balsámico	2	100	0,40
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
20	g.	Cebolla paiteña	0,5	454	0,02
				COSTO POR RACIÓN	2,90
				SUBTOTAL (33%)	8,79
				SERVICIO (10%)	0,88
				IMP IVA (12%)	1,05
				P.V.P	10,72

Nombre de la receta:	CHULETÓN DE CUELLO AL BALSÁMICO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Chuletón de cuello	900	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n		
Mantequilla	10	g.	
Vinagre balsámico	20	c.c.	
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Cebolla paiteña	20	g.	BRUNOISE
Ajo	5	g.	
Fondo oscuro	½	tz.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar el Chuletón de cuello en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción (el término de la carne se debe sacar a $\frac{3}{4}$).
- 3.- Para la salsa hacer un refrito con la cebolla, ajo y mantequilla y colocar el vinagre balsámico.
- 4.- Poner el fondo oscuro y espesar con maicena.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Filet Mignon en salsa de champiñones				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
300	g.	Lomo fino	1,2	454	0,79
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
50	g.	Champiñones	1,25	150	0,42
50	c.c.	Crema de leche	4,5	1000	0,23
20	g.	Tocino	6	454	0,26
10	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,05
				COSTO POR RACIÓN	1,84
				SUBTOTAL (33%)	5,58
				SERVICIO (10%)	0,56
				IMP IVA (12%)	0,67
				P.V.P	6,80

Nombre de la receta:	FILET MIGNON EN SALSA DE CHAMPIÑONES	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Lomo fino	300	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICADO
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Mantequilla	10	g.	
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Champiñones	50	g.	
Crema de leche	50	c.c.	
Tocino	20	g.	
Vino blanco	10	c.c.	
Fondo oscuro	½	tz.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Hilo de bridar			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Darle forma al lomo fino con el hilo de bridar
- 2.- Sellar el lomo fino añadiendo las especies.
- 3.- Llevar a la parrilla el lomo fino y aliñarle durante el proceso de cocción.
- 4.- Enrollar de tocino el lomo fino y poner otra vez a la parrilla para que se haga el tocino.
- 5.- Para la salsa en una cacerola hacer un refrito con el ajo, cebolla y mantequilla y añadir lo champiñones.
- 6.- Anadir el fondo oscuro y espesar con maicena.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Suprema de pollo al grill en salsa de pomodoro				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
300	g.	Pechuga de pollo	1,25	454	0,83
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
100	g.	Tomate de carne	0,5	454	0,11
20	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,10
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
5	g.	Hogos secos	0,6	50	0,06
20	g.	Pasta de tomate	1	100	0,20
				COSTO POR RACIÓN	1,39
				SUBTOTAL (33%)	4,21
				SERVICIO (10%)	0,42
				IMP IVA (12%)	0,51
				P.V.P	5,14

Nombre de la receta:	SUPREMA DE POLLO AL GRILL EN		
	SALSA DE POMODORO		
	Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015		

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Pechuga de pollo	300	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICADO
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Tomate de carne	100	g.	LAVAR
Vino blanco	20	c.c.	
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Mantequilla	10	g.	
Hogos secos	5	g.	REMOJADOS
Pasta de tomate	20	g.	
Fondo de ave	½	tz.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Poner a la parrilla la pechuga de pollo y aliñar durante el proceso.
- 2.- para la salsa hacer un refrito y colocar los tomates y el vino blanco y dejar que se haga puré el tomate.
- 3.- Añadir los hongos secos remojados y el fondo de ave.
- 4.- Dejar hervir, enfriamos y licuamos y tamizamos el contenido.
- 5.- Colocamos otra vez en la cacerola y añadimos la pasta de tomate y salpimentamos.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Suprema de pollo en salsa de almendras				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
300	g.	Pechuga de pollo	1,25	454	0,83
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
25	g.	Almendras	1,5	50	0,75
20	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,10
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
50	g.	Tomate de carne	0,5	454	0,06
10	g.	Pan	1,5	200	0,08
20	c.c.	Leche	0,8	1000	0,02
				COSTO POR RACIÓN	1,90
				SUBTOTAL (33%)	5,76
				SERVICIO (10%)	0,58
				IMP IVA (12%)	0,69
				P.V.P	7,02

Nombre de la receta:	SUPREMA DE POLLO AL GRILL EN SALSA DE ALMENDRAS	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Pechuga de pollo	300	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICADO
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Almendras	25	g.	TOSTAR Y REPICAR
Vino blanco	20	c.c.	
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Tomate de carne	50	g.	CONCASSE
Pan	10	g.	REMOJADOS
Leche	20	c.c.	
Fondo de ave	½	tz.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Poner a la parrilla la pechuga de pollo y aliñar durante el proceso.
- 2.- para la salsa tostamos las almendras y reservamos.
- 3.- Hacemos un refrito y colocamos las almendras y el tomate concasse.
- 4.- Colocamos el vino blanco el fondo de ave y la leche y dejar hervir.
- 5.- Dejar enfriar y licuar junto con el pan, salpimentar.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Suprema de pollo al grill en salsa BBQ				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
300	g.	Pechuga de pollo	1,25	454	0,83
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
50	g.	Salsa de tomate	0,6	100	0,30
10	c.c.	Vinagre balsámico	2	150	0,13
5	g.	Azúcar	0,5	454	0,01
5	g.	Azúcar morena	0,4	454	0,00
50	g.	Mostaza	0,6	100	0,30
20	c.c.	Salsa de carne	2,5	200	0,25
5	c.c.	Limón	1	454	0,01
				COSTO POR RACIÓN	1,89
				SUBTOTAL (33%)	5,73
				SERVICIO (10%)	0,57
				IMP IVA (12%)	0,69
				P.V.P	6,99

Nombre de la receta:	SUPREMA DE POLLO AL GRILL EN SALSA BBQ	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Pechuga de pollo	300	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICADO
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Salsa de tomate	50	g.	
Vinagre balsámico	10	c.c.	
Azúcar	5	g.	
Azúcar morena	5	g.	
Mostaza	50	g.	
Salsa de carne	20	c.c.	
Limón	5	c.c.	
Fondo de ave	½	tz.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Poner a la parrilla la pechuga de pollo y aliñar durante el proceso.
- 2.- Reducir el vinagre balsámico en una cacerola.
- 3.- Añadimos el fondo de ave y enseguida la salsa de tomate y la salsa de carne y dejamos hervir.
- 4.- Colocamos la mostaza, el azúcar y por último el limón.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Chuleta de cerdo en salsa de piña				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
400	g.	Chuleta de cerdo	2,5	454	2,20
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
80	g.	Piña	1	1000	0,08
10	g.	Azúcar	0,5	454	0,01
5	g.	Canela	0,25	50	0,03
20	c.c.	Salsa de carne	2,5	200	0,25
				COSTO POR RACIÓN	2,63
				SUBTOTAL (33%)	7,97
				SERVICIO (10%)	0,80
				IMP IVA (12%0	0,96
				P.V.P	9,72

Nombre de la receta:	CHULETA DE CERDO EN SALSA DE PIÑA	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Chuleta de cerdo	400	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICADO
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Piña	80	g.	DADOS MEDIANOS
Azúcar	10	g.	
Canela	5	g.	
Salsa de carne	20	c.c.	
Fondo oscuro	½	tz.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Poner a la parrilla la chuleta de cerdo y aliñar durante el proceso.
- 2.- Para la salsa hacer un refrito y colocar la piña con el azúcar y la canela y dejar cocinar.
- 3.- Añadimos el fondo oscuro y enseguida la salsa de carne y salpimentar.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Chuleta de cerdo en salsa de langostinos				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
400	g.	Chuleta de cerdo	2,5	454	2,20
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
80	g.	Langostinos	8	454	1,41
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
50	c.c.	Crema de leche	4,5	1000	0,23
10	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,05
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
				COSTO POR RACIÓN	3,98
				SUBTOTAL (33%)	12,06
				SERVICIO (10%)	1,21
				IMP IVA (12%)	1,45
				P.V.P	14,71

Nombre de la receta:	CHULETA DE CERDO EN SALSA DE LANGOSTINOS	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Chuleta de cerdo	400	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de la casa	c/n		
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICADO
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Langostinos	80	g.	PELADOS Y LAVADOS
Mantequilla	10	g.	
Crema de leche	50	c.c.	
Vino blanco	10	c.c.	
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Poner a la parrilla la chuleta de cerdo y aliñar durante el proceso.
- 2.- Para la salsa hacer un refrito con la cebolla el ajo y la mantequilla y añadir los langostinos y el vino blanco.
- 3.- Añadir el fondo de camarón y para terminar colocamos la crema de leche y salpimentamos.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Costilla de cerdo al grill en salsa BBQ				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
500	g.	Costilla de cerdo	5	1000	2,50
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
50	g.	Salsa de tomate	0,6	100	0,30
10	c.c.	Vinagre balsámico	2	150	0,13
5	g.	Azúcar	0,5	454	0,01
5	g.	Azúcar morena	0,4	454	0,00
50	g.	Mostaza	0,6	100	0,30
20	c.c.	Salsa de carne	2,5	200	0,25
5	c.c.	Limón	1	454	0,01
				COSTO POR RACIÓN	3,56
				SUBTOTAL (33%)	10,79
				SERVICIO (10%)	1,08
				IMP IVA (12%)	1,29
				P.V.P	13,16

Nombre de la receta: COSTILLA DE CERDO AL GRILL EN SALSAS BBQ Porción-peso: 1 PAX Fecha de producción: 08/02/2015				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD		MISE PLACE
Costilla de cerdo	500	g.		LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n			
Sal	5	g.		
Pimienta	2	g.		
Hierbas	5	g.	REPICAR	
Ajo	5	g.	BRUNOISE	
Salsa de tomate	50	g.		
Vinagre balsámico	10	c.c.		
Azúcar	5	g.		
Azúcar morena	5	g.		
Mostaza	50	g.		
Salsa de carne	20	c.c.		
Limón	5	c.c.		
UTENSILIOS				
Cuchillo cebollero				
Cacerola				
Parrilla				
Tabla de picar				
Cuchara de palo				
Bolws				
PROCEDIMIENTO				
1.- Colocar las costillas de cerdo en la parrilla. 2.- Aliñar durante su proceso de cocción 3.- Reducir el vinagre balsámico en una cacerola. 4.- Añadir el fondo de ave y enseguida la salsa de tomate y la salsa de carne y dejamos hervir. 5.- Colocar la mostaza, el azúcar y por último el limón.				

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Tilapia al grill en salsa mar y tierra				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
350	g.	Tilapia	4,5	1000	1,58
50	g.	Langostinos	8	454	0,88
50	g.	Camarones	4	454	0,44
20	g.	Cebolla	0,5	454	0,02
5	g.	Ajo	0,25	50	0,03
10	g.	Mantequilla	0,6	454	0,01
50	c.c.	Crema de leche	4,5	1000	0,23
10	c.c.	Vino blanco	5	1000	0,05
5	g.	Sal	0,6	454	0,01
2	g.	Pimienta	0,8	100	0,02
5	g.	Hierbas	0,25	100	0,01
				COSTO POR RACIÓN	3,27
				SUBTOTAL (33%)	9,91
				SERVICIO (10%)	0,99
				IMP IVA (12%)	1,19
				P.V.P	12,09

Nombre de la receta:	TILAPIA AL GRILL EN SALSA MAR Y TIERRA	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Tilapia	350	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n		
Langostinos	50	g.	PELAR, LAVAR
Camarones	50	g.	PELAR, LAVAR
Cebolla	20	g.	BRUNOISE
Ajo	5	g.	BRUNOISE
Mantequilla	10	g.	
Crema de leche	50	c.c.	
Vino blanco	10	c.c.	
Sal	5	g.	
Pimienta	2	g.	
Hierbas	5	g.	REPICAR
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar la tilapia en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción
- 3.- Para la salsa hacer un refrito con la cebolla el ajo y la mantequilla y añadir los langostinos y camarones y el vino blanco.
- 4.- Añadir el fondo de camarón y para terminar colocamos la crema de leche.

PARRILLADA

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Parrillada Individual				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
200	g.	Cuadril de Res	0,5	454	0,22
150	g.	Presa de pollo	1,3	454	0,43
150	g.	Chuleta de Cerdo	2	454	0,66
50	g.	Chorizo	2	454	0,22
50	g.	Morcilla	1	454	0,11
50	g.	Anticucho	1	454	0,11
				COSTO POR RACIÓN	1,75
				SUBTOTAL (33%)	5,30
				SERVICIO (10%)	0,53
				IMP IVA (12%)	0,64
				P.V.P	6,47

Nombre de la receta:	PARRILLADA INDIVIDUAL
Porción-peso:	1 PAX
Fecha de producción:	08/02/2015



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Cuadril de Res	200	g.	LIMPIAR, LAVAR
Presa de pollo	150	g.	LIMPIAR, LAVAR
Chuleta de Cerdo	150	g.	PELAR, LAVAR
Chorizo	50	g.	PELAR, LAVAR
Morcilla	50	g.	
Anticucho	50	g.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar en cuadril de res, la presa de pollo, la chuleta de cerdo en la parrilla.
- 2.- Después colocar el chorizo, la morcilla y el anticucho en la parrilla y esperar su cocción.
- 3.- Mientras su proceso colocamos el aliño de casa.
- 4.- Servir en una bandeja.

MENÚ INFANTIL (COMBOS)

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Filete de pollo, papas fritas, ensalada, vaso de cola, helado				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
180	g.	Pechuga de pollo	1,25	454	0,50
90	g.	Papas	0,4	300	0,12
50	c.c.	Aceite	2,5	1000	0,13
90	g.	Ensalada de la casa	1	1000	0,09
150	c.c.	Gaseosa	1	1000	0,15
50	g.	Helado	4,5	454	0,50
610				COSTO POR RACIÓN	1,48
				SUBTOTAL (33%)	4,48
				SERVICIO (10%)	0,45
				IMP IVA (12%)	0,54
				P.V.P	5,47

Nombre de la receta:	FILETE DE POLLO, PAPAS FRITAS, VASO DE COLA, ENSALADA, COPA DE HELADO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Pechuga de pollo	180	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n		
Papas	90	g.	PELAR, BASTONES
Aceite	50	c.c.	
Ensalada de la casa	90	g.	
Gaseosa	150	c.c.	
Helado	50	g.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar el filete de pollo en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción
- 3.- Freír la papas tienen que salir crocantes.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Filete de tilapia, papas fritas, ensalada, vaso de cola, helado				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
180	g.	Tilapia	4	1000	0,72
90	g.	Papas	0,4	300	0,12
50	c.c.	Aceite	2,5	1000	0,13
90	g.	Ensalada de la casa	1	1000	0,09
150	c.c.	Gaseosa	1	1000	0,15
50	g.	Helado	4,5	454	0,50
				COSTO POR RACIÓN	1,70
				SUBTOTAL (33%)	5,15
				SERVICIO (10%)	0,52
				IMP IVA (12%)	0,62
				P.V.P	6,28

Nombre de la receta:	FILETE DE TILAPIA, PAPAS FRITAS, VASO DE COLA, ENSALADA, COPA DE HELADO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Tilapia	180	g.	LIMPIAR, LAVAR
Aliño de casa	c/n		
Papas	90	g.	PELAR, BASTONES
Aceite	50	c.c.	
Ensalada de la casa	90	g.	
Gaseosa	250	c.c.	
Helado	80	g.	
UTENSILIOS			
Cuchillo cebollero			
Cacerola			
Parrilla			
Tabla de picar			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Colocar la tilapia en la parrilla.
- 2.- Aliñar durante su proceso de cocción
- 3.- Freír la papas tienen que salir crocantes.

POSTRES

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Brownie de chocolate con salsa inglesa				
PAX:	4		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
100	g.	Chocolate	3	454	0,66
60	g.	Mantequilla	0,8	454	0,11
75	g.	Azúcar	0,5	454	0,08
45	g.	Harina	0,4	454	0,04
50	g.	Nueces	2,5	454	0,28
120	g.	Huevos	0,15	60	0,30
250	c.c.	Leche	0,75	1000	0,19
50	g.	Yemas de huevo	0,15	60	0,13
60	g.	Azúcar	0,5	454	0,07
2	c.c.	Esencia de vainilla	1,5	100	0,03
				PRECIO TOTAL	1,87
				COSTOS POR RACIÓN	0,47
				SUBTOTAL (33%)	1,42
				SERVICIO (10%)	0,14
				IMP IVA (12%)	0,17
				P.V.P	1,74

Nombre de la receta:	BROWNIE DE CHOCOLATE CON SALSA INGLESA	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Chocolate	100	g.	BAÑO MARÍA
Mantequilla	60	g.	CLARIFICAR
Azúcar	75	g.	
Harina	45	g.	TAMIZAR
Nueces	50	g.	TOSTAR, TROCEAR
Huevos	120	g.	
Leche	250	c.c.	
Yemas de huevo	50	g.	
Azúcar	60	g.	
Esencia de vainilla	2	c.c.	
UTENSILIOS			
Sartén			
Cacerola			
Batidora de mano			
Horno			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Derretir la mantequilla y mezclar con el azúcar.
- 2.- Añadir los huevos y un pizca de sal y se añade la harina de poco en poco para que no quede grumos.
- 3.- Derretir el chocolate a baño maría y unir a la mezcla anterior, poner también las nueces y poner en el horno durante una hora a una temperatura de 170 grados.
- 4.- Para la salsa calentar la leche con la mitad del azúcar e ir incorporando las yemas y para terminar colocamos esencia de vainilla.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Brownie de chocolate con salsa de maracuyá				
PAX:	4		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
100	g.	Chocolate	3	454	0,66
60	g.	Mantequilla	0,8	454	0,11
75	g.	Azúcar	0,5	454	0,08
45	g.	Harina	0,4	454	0,04
50	g.	Nueces	2,5	454	0,28
120	g.	Huevos	0,15	60	0,30
100	cc.	Pulpa de maracuyá	3	1000	0,30
60	g.	Azúcar	0,5	454	0,07
				PRECIO TOTAL	1,83
				COSTOS POR RACIÓN	0,46
				SUBTOTAL (33%)	1,39
				SERVICIO (10%)	0,14
				IMP IVA (12%)	0,17
				P.V.P	1,70

Nombre de la receta:	BROWNIE DE CHOCOLATE CON SALSA DE MARACUYÁ	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Chocolate	100	g.	BAÑO MARÍA
Mantequilla	60	g.	CLARIFICAR
Azúcar	75	g.	
Harina	45	g.	TAMIZAR
Nueces	50	g.	TOSTAR, TROCEAR
Huevos	120	g.	
Pulpa de maracuyá	100	cc.	
Azúcar	60	g.	
UTENSILIOS			
Sartén			
Cacerola			
Batidora de mano			
Horno			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Derretir la mantequilla y mezclar con el azúcar.
- 2.- Añadir los huevos y un pizca de sal y se añade la harina de poco en poco para que no quede grumos.
- 3.- Derretir el chocolate a baño maría y unir a la mezcla anterior, poner también las nueces y poner en el horno durante una hora a una temperatura de 170 grados.
- 4.- Para la salsa calentar la pulpa de maracuyá y añadir el azúcar.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Fresas bañadas en chocolate con crema				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
80	g.	Fresas	2	454	0,35
60	g.	Azúcar	0,5	454	0,07
20	g.	Chocolate	3	454	0,13
20	g.	Crema chantilly	5	1000	0,10
20	cc.	Leche	0,75	454	0,03
				COSTO POR RACIÓN	0,68
				SUBTOTAL (33%)	2,06
				SERVICIO (10%)	0,21
				IMP IVA (12%)	0,25
				P.V.P	2,51

Nombre de la receta:	FRESAS BAÑADAS EN CHOCOLATE CON CREMA	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Fresas	80	g.	LAVAR
Azúcar	60	g.	
Chocolate	20	g.	BAÑO MARÍA
Crema chantilly	20	g.	
Leche	20	cc.	FRÍA
UTENSILIOS			
Sartén			
Cacerola			
Batidora de mano			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Lavar las fresas y decorar para su presentación.
- 2.- Derretir en chocolate en baño maría y bañarle sobre las fresas.
- 3.- mezclar la leche con la pre mezcla para la crema chantilly.
- 4.- Colocar en una copa bien decorado.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR

NOMBRE:	Copa de helado La Capea				
PAX:	1		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
120	g.	Helado	4,5	1000	0,54
10	c.c.	Milano	3	1000	0,03
10	g.	Galletas	1,5	300	0,05
				COSTO POR RACIÓN	0,62
				SUBTOTAL (33%)	1,88
				SERVICIO (10%)	0,19
				IMP IVA (12%)	0,23
				P.V.P	2,29



Nombre de la receta: COPA DE HELADO LA CAPEA
Porción-peso: 1 PAX
Fecha de producción: 08/02/2015

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Helado	120	g.	
Milano	10	c.c.	
Galletas	10	g.	
UTENSILIOS			
Sartén			
Cacerola			
Batidora de mano			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

1.- Servir el helado en una copa bien presentado.

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTÁNDAR					
NOMBRE:	Chesse Cake de oreo				
PAX:	5		Valor Referencial (Mercado Mayorista, Supermaxi, Aki, Pronaca)		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	VALOR COMPRA	CANTIDAD DE COMPRA	VALOR TOTAL
250	g.	Galletas oreo	0,8	100	2,00
50	g.	Mantequilla	0,8	454	0,09
5	c.c.	Esencia de vainilla	1,5	100	0,08
600	c.c.	Nata de leche	1	1000	0,60
250	g.	Queso	3	700	1,07
250	g.	Chocolate blanco	3	454	1,65
150	g.	Azúcar	0,5	454	0,17
100	c.c.	Leche	0,75	1000	0,08
				PRECIO TOTAL	5,73
				COSTO POR RACIÓN	1,15
				SUBTOTAL (33%)	3,48
				SERVICIO (10%)	0,35
				IMP IVA (12%)	0,42
				P.V.P	4,25

Nombre de la receta:	CHESSE CAKE DE OREO	
Porción-peso:	1 PAX	
Fecha de producción:	08/02/2015	

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE
Galletas oreo	250	g.	TROCEAR
Mantequilla	50	g.	CLARIFICAR
Esencia de vainilla	5	c.c.	
Nata de leche	600	c.c.	
Queso	250	g.	
Chocolate blanco	250	g.	BAÑO MARÍA
Azúcar	150	g.	
Leche	100	c.c.	
UTENSILIOS			
Sartén			
Cacerola			
Batidora de mano			
Horno			
Cuchara de palo			
Bolws			

PROCEDIMIENTO

- 1.- Trocear las galletas oreo hasta hacer polvo y derretir la mantequilla.
- 2.- Mezclar las galletas y la mantequilla junto a la esencia de vainilla, se lo puede mezclar directamente en el molde y después meter al refrigerador para que se endurezca.
- 3.- Mezclar la nata de leche y la leche y reservar.
- 4.- Mezclar el azúcar y la gelatina sin sabor y reservar.
- 5.- Mezclar la nata de leche con el chocolate y poner a hervir, cuando ya esté hirviendo añadir la mezcla anterior del queso y también la esencia de vainilla.
- 6.- Ya cuando todo este disuelto incorporar la mezcla de la gelatina sin sabor.
- 7.- Ya que hay hervido nuevamente retirar del fuego y colocar el resto de galletas oreo troceado y esa mezcla poner en el molde y meter al refrigerador de 5 a 6 horas.

VII. CONCLUSIONES

- Al determinar los gustos y necesidades del mercado potencial, las personas encuestadas de las empresas les gusta salir a un restaurante en familia y en muchas ocasiones por negocios, para degustar de un plato que contenga un género cárnico, la cantidad del plato debe ser alta y el precio están dispuesto a pagar lo necesario.
- Al realizar el Focus Group se determinó que el plato estrella que se ofertara en del Restaurante “La Capea” es el Arm Steak con una salsa de 4 quesos, y siguiendo la misma línea del plato estrella y los parámetros que se debe tener en cuenta, se realizó la Carta para el establecimiento.
- Se concluye que al desarrollar una carta para una hostería se debe realizar la receta de producción y la receta administrativa para su buen funcionamiento y rentabilidad del establecimiento.
- Finalmente al diseñar la carta para el restaurante “La Capea” se concluye que la implementación de la Carta en el establecimiento, tendrá aceptabilidad hacia el mercado potencial.

VIII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda determinar bien los instrumentos de investigación que se va a aplicar, para obtener toda la información necesaria, y tener como resultado una propuesta bien planteada.
- Se sugiere que al momento de realizar la invitación para el Focus Group, se lo realice de manera formal, es decir se entregue a las respectivas autoridades la invitación para que ellos puedan ayudar a reunir a las personas que se necesite para la investigación.
- Al realizar la hoja de costeo de la receta estándar se debe tener en cuenta el tipo de establecimiento en el que se está realizando la carta, para poder determinar el formato idóneo, y así obtener una carta rentable de acuerdo a los gastos que tiene el establecimiento.
- Es recomendable que al realizar la carta se tramite convenios con empresas proveedoras conocidas para reducir costos, sacar patrocinios y por ende tener mayor publicidad al momento que se haga la apertura del restaurante.

IX. BIBLIOGRAFIA

Camacho Mackenzie, C. (1999). *Guía Práctica de Nutrición Infantil*. Colombia: Gamma.

- Castellano, I. (2012). *Procesos de servicio en restauración*. Madrid: Síntesis.
- De La Torre, F. (2006). *Administración Hotelera 2: alimentos y Bebidas*. Mexico: Trillas.
- Deobold, B., Van, D, & Meyer, J. (2006). Investigación descriptiva. *NoeMagico*. Recuperado el 04 de Enero de 2015, de NoeMagico: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Erazo, J. (2013). Instalaciones. *Hosteria el Toril*. Recuperado el 10 de 03 de 2014, de Hosteria el Toril: www.hosteriaeltoril.com
- Erazo, R. (2000). Historia. *Hosteria el Toril*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2014, de HOSTERIA EL TORIL: <http://www.hosteriaeltoril.com/>
- Fossas, F. (2008). *Que comer consejos y curiosidades de la nutrición*. Barcelona: Oceano
- Gallego, F. J. (2004). *Diccionario de hosteleria*. España: Thomson.
- Gallego, F., & Tablado, F. (2004). *Manual de higiene y seguridad alimentaria en hotelería*. Australia: Thomson Paraninfo.
- Gutiérrez, & Bello, J. (2000). *Ciencias bromatológicas principios generales de los alimentos*. Madrid: Diaz de Santos.
- Hernández, S. (2004). Investigación no experimental. *EcuRed*. Recuperado el 05 de Enero de 2015, de EcuRed: http://www.ecured.cu/index.php/Investigaci%C3%B3n_no_experimental
- INTER- FORUM. (2009). *REVISTA INTER- FORUM*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <http://www.revistainterforum.com>
- Mendoza, M. (2010). *Composición y propiedades de los alimentos*. Mexico: McGranw-Hill INTERAMERICANA
- Merton, K. (2003). Teoría y estructura sociales. Filadelfia. p. 34

Morales Anzaldúa, M. (1994). *La evaluación sensorial de los Alimentos*. Zaragoza - España: Acriba .

Noboa, G. (2002). Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para alimentos procesados. *Decreto Ejecutivo 3253, Registro Oficial 696* (págs. 6 - 21). Quito: Comunicamos, Noticias.

Pérez, N. (2011). *Consejos de pre elaboración y cocción en cocina*. Madrid: Síntesis.

Torresani, M. E. (2006). *Aprendamos a comer sin calorías*. Buenos Aires: Akadia.

X. ANEXOS

ANEXO No 01



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA



ESCUELA DE GASTRONOMIA

OBJETIVO: Realizar una encuesta a 3 empresas públicas en la ciudad de Riobamba.

INDICACIONES:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y señale su respuesta.

Número	Pregunta	Respuesta
1	Género	a) Masculino
		b) Femenino
2	Edad	a) 20 - 25 años
		b) 26 - 35 años
		c) 36 - 45 años
		d) 46 en adelante
3	Costumbres al salir en días de descanso	a) Búsqueda de opción gastronómica
		b) Recreacional o familiar con opción gastronómica
		c) Recreacional o turística sin opción gastronómica
		d) Otros
4	Preferencias de zona de recreación	a) Dentro de provincia
		b) Fuera de provincia

5	Tipo de centro de esparcimiento que busca el cliente	a) Balnearios
		b) Complejos recreacionales
		c) Sitios ecológicos o de aventura
		d) Restaurantes o sitios de comida
		e) Otros
6	Es determinante en el cliente la opción gastronómica	a) Si
		b) No
7	La preferencia gastronómica del tipo de cliente se basa en:	a) Nutricional
		b) Cantidad
		c) Sabor
		d) Precio
8	Valor promedio que se presupuesta por un menú de adulto	a) 4 - 5 dólares
		b) 5,01 - 6,50 dólares
		c) 6,51 - 8 dólares
		d) Menor a rangos
		e) Mayor a rangos
9	Presupuesto para menú de niños (hasta 10 años)	a) 2 - 3 dólares
		b) 3,01 - 4,50 dólares
		c) 4,51 - 6 dólares
		d) Menor a rangos
		e) Mayor a rangos
10	Tiempos de costumbre del ciudadano promedio para comer fuera de casa	a) 1 vez a la semana
		b) 1 vez al mes
		c) 1 vez cada 3 meses
11	Cuáles son lo motivos por los que usted cena fuera de casa	a) Laboral o negocios
		b) Familiar

		c) Ocasiones especiales
12	¿Qué tipo de cocina o comida prefiere degustar al momento de salir a cenar fuera de casa?	a) Carnes
		b) Pescado/mariscos
		c) Vegetariana
		d) Internacional
		e) Autóctona

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO No 02



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA



ESCUELA DE GASTRONOMIA

OBJETIVO: Determinar el plato estrella que se ofertará en el restaurante “La Capea”

INDICACIONES:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y señale su respuesta.

ENCUESTA

1. La cantidad del plato le pareció:

	Alta	Media	Baja
Plato 1			
Plato 2			
Plato 3			

2. ¿Qué opina sobre el sabor del plato?

	Me gusta	Ni me gusta, ni me disgusta	No me gusta
Plato 1			
Plato 2			
Plato 3			

3. ¿Qué le pareció los colores de plato?

	Buenos	Ni bueno, ni malo	Malo
Plato 1			

Plato 2			
Plato 3			

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

Plato 1: **a)** \$ 7 – 8 **b)** \$ 8,01 – 10 **c)** \$ 10,01 – 12

Plato 2: **a)** \$ 12 – 14 **b)** \$ 14,01 – 16 **c)** \$ 16,01 – 18

Plato 3: **a)** \$ 10,50 – 11,50 **b)** \$ 11,51 – 13,50 **c)** \$ 13,51 – 15,50

5. El ambiente le pareció:

a) Bueno b) Ni bueno, ni malo c) Malo

6. La ubicación de la Hostería “El Toril” se encuentra:

a) Cercana b) Lejana

7. ¿Cada cuánto tiempo usted regresaría a este establecimiento?

a) 1 vez a la semana b) Más de 1 vez a la semana c) 1 vez al mes

d) otro tiempo (especificar)

8. ¿Qué tipo de ambiente busca usted al salir al momento de salir a degustar un menú? ¿Por qué?

a) Profesional _____

b) Familiar _____

c) Social _____

9. Escriba su opinión personal sobre los componentes del plato.

Plato 1:

Plato 2:

Plato 3:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO No 03

FOTOS DEL FOCUS GROUP

PREPARANDO LOS PLATOS



INVITADOS

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba (GADM)



PRESENTACIÓN DE LOS PLATOS



DEGUSTACIÓN DE LOS PLATOS

