



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
CAFETERÍA CON ESTILO RÚSTICO EN EL CANTÓN  
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. 2017.”**

**Trabajo de titulación**

**Tipo:** Emprendimientos

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTOR:** SERGIO GEOVANNY USCA TIUPULO

**TUTOR:** ING. SILVIA TAPIA

Riobamba-Ecuador

2018

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

**CERTIFICACIÓN**

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación: Tipo “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA CON ESTILO RÚSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017”; de responsabilidad del señor SERGIO GEOVANNY USCA TIUPULO, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

**FIRMA**

**Ing.** Silvia Gabriela Tapia Segura Msc.  
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

\_\_\_\_\_

**Lic.** Fabián Mauricio Gaibor Monar Msc.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

\_\_\_\_\_

**Ing.** Rafael Inty Salto Hidalgo  
DOCUMENTALISTA

\_\_\_\_\_

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento ha sido revisado y autorizado para su publicación.

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura Msc  
DIRECTOR/A DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Lic. Fabián Mauricio Gaibor Monar Msc.  
MIEMBRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

**© 2018 Sergio Geovanny Usca Tiupulo**

Yo Sergio Geovanny Usca Tiupulo soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Sergio Geovanny Usca Tiupulo  
C.I. 060576162-6

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios por brindarme la salud y la sabiduría para poder cumplir con mis metas, agradezco infinitamente a mis padres por brindarme su apoyo incondicional sobre todas las cosas mostrándome su interés y afecto para que sea un hombre de bien, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas para estudiar y ejercer una profesión, a mis docentes por impartirme sus conocimientos con el fin de formar un buen profesional digno de servir a la sociedad.

Sergio

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicarles el presente trabajo a mis queridos padres, ya que siempre han estado apoyándome en las buenas y en las malas encaminándome a seguir mi carrera, dedicando su tiempo y recursos para que pueda cumplir con mi objetivo.

Sergio

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	v
<b>DEDICATORIA</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	xv
<b>SUMMARY</b> .....	xvi
<b>CAPITULO I</b> .....	1
<b>1. ASPECTOS GENERALES</b> .....	1
<b>1.1. Introducción</b> .....	1
<b>1.2. Objetivos</b> .....	2
<i>1.2.1. Objetivo general</i> .....	2
<i>1.2.2. Objetivos específicos</i> .....	2
<b>2.1. Marco teórico</b> .....	3
<i>2.1.2. El café</i> .....	3
<i>2.1.3. Servicio en cafeterías</i> .....	5
<i>2.1.4. Ubicación estratégica</i> .....	8
<i>2.1.5. Cultura Indígena de Chimborazo</i> .....	10
<i>2.1.6. ¿Qué es un proyecto?</i> .....	12
<i>2.1.7. ¿Qué es Rústico?</i> .....	15
<i>2.1.8. ¿Qué es Temática?</i> .....	15
<i>2.1.9. ¿Qué es Tradicional?</i> .....	16
<i>2.1.10. ¿Qué es Autóctono?</i> .....	16
<b>CAPÍTULO III</b> .....	19
<b>METODOLOGÍA</b> .....	19
<b>3.1. Tipo y diseño de la investigación</b> .....	19
<b>3.2. Técnicas de recolección de datos</b> .....	19
<b>3.3. Fuente de investigación</b> .....	19
<b>3.4. Segmento de mercado</b> .....	20

3.5. Universo .....	20
3.6. Muestra .....	21
3.7. Estratificación.....	22
3.8. Encuesta .....	22
3.8.1. <i>Tabulación y análisis de resultados</i> .....	23
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	35
<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b> .....	35
4.1. <b>Introducción</b> .....	35
4.2. <b>Identificación de la idea</b> .....	36
4.2.1 <i>lluvia de ideas</i> .....	36
4.2.3. <i>Descripción de la idea seleccionada</i> .....	37
4.2.4. <i>Justificación</i> .....	37
4.2.5. <i>Nombre del emprendimiento</i> .....	38
4.2.6. <i>Descripción del emprendimiento</i> .....	38
4.2.7. <i>Misión y visión</i> .....	39
4.2.8. <i>Aplicación del foda</i> .....	41
4.3. <b>Estudio de mercado</b> .....	42
4.3.1 <i>Demanda</i> .....	42
4.3.2. <i>Oferta</i> .....	42
4.3.3. <i>Proyección de la demanda y oferta</i> .....	42
4.3.3.1 <i>Crecimiento poblacional</i> .....	42
4.3.4. <i>Mix de mercado</i> .....	46
4.3.5. <i>Análisis del sector</i> .....	48
4.3.6. <i>Cargos y funciones del área comercial</i> .....	48
3.3.7. <i>Determinación de gastos del área comercial</i> .....	49
4.4. <b>Estudio técnico</b> .....	50
4.4.1. <i>Determinación del tamaño</i> .....	50
4.4.2. <i>Capacidad del emprendimiento</i> .....	50
4.4.3. <i>Materia prima</i> .....	50

4.4.4. Localización.....	51
4.4.5. Proceso de producción .....	53
4.4.6. Proveedores .....	53
4.4.7. Receta estándar .....	56
4.4.8. Requerimiento de talento humano .....	57
4.4.9. Diseño de la planta.....	58
4.4.10. Estructura de costos de producción.....	59
4.4.11. Determinación de activos fijos para producción.....	65
4.4.12. Programa pre operativo o gastos de experimentación .....	66
4.5. Estudio administrativo, legal y ambiental .....	67
4.5.1. Organización .....	67
4.5.2. Organigrama estructural .....	67
4.5.3. Organigrama funcional .....	68
4.5.4. Proceso de selección y contratación del talento humano .....	69
4.5.5. Manual de funciones.....	72
4.5.6. Marco legal.....	72
4.6. Estudio financiero .....	75
4.6.1. Análisis de la inversión .....	75
4.6.2. Presupuestos .....	77
4.6.3. Estado de pérdidas y ganancias .....	78
4.6.4. Estado de situación financiera .....	79
4.6.5. Estado de Flujo del Efectivo .....	79
4.6.6. Evaluación Económica .....	80
4.6.7. Evaluación Financiera .....	81
4.6.8. Evaluación social .....	84
4.6.9. Evaluación ambiental .....	85
4.30. Conclusiones y Recomendaciones.....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3</b> Segmento del mercado.....	20
<b>Tabla 2-3</b> Estratificación.....	22
<b>Tabla 3-3:</b> Valor Económico.....	23
<b>Tabla 4-3:</b> Aspectos importantes cafetería.....	24
<b>Tabla 5-3:</b> Publicidad.....	25
<b>Tabla 6-3:</b> Preferencia de productos.....	26
<b>Tabla 7-3:</b> Preferencia del servicio.....	27
<b>Tabla 8-3:</b> Preferencia de vestimenta.....	28
<b>Tabla 9-3:</b> Preferencia de bebidas.....	29
<b>Tabla 10-3:</b> Satisfacción del cliente.....	30
<b>Tabla 11-3:</b> Preferencia de logotipo.....	31
<b>Tabla 12-3:</b> Preferencia de slogan.....	32
<b>Tabla 13-3:</b> Horario de atención.....	33
<b>Tabla 14-3:</b> Preferencia de productos de la cafetería.....	34
<b>Tabla 1-4:</b> Lluvia de ideas.....	36
<b>Tabla 2-4:</b> Selección y evaluación de la idea.....	37
<b>Tabla 3-4:</b> Selección y evaluación final de la idea.....	37
<b>Tabla 4-4:</b> Nombre del emprendimiento.....	38
<b>Tabla 5-4:</b> Distingos y ventajas competitivas.....	40
<b>Tabla 6-4:</b> Aplicación foda.....	41
<b>Tabla 7-4:</b> Crecimiento poblacional.....	42
<b>Tabla 8-4:</b> Demanda proyectada.....	43
<b>Tabla 9-4:</b> Proyección de la oferta.....	44
<b>Tabla 10-4:</b> Demanda insatisfecha.....	45
<b>Tabla 11-4:</b> Cargos y funciones del área comercial.....	48
<b>Tabla 12-4:</b> Gasto promoción.....	49
<b>Tabla 13-4:</b> Gasto del área comercial.....	49
<b>Tabla 14-4:</b> Costo materia prima.....	50
<b>Tabla 15-4:</b> Localización.....	51
<b>Tabla 16-4:</b> Proveedores.....	53
<b>Tabla 17-4:</b> Flujograma producción.....	55
<b>Tabla 18-4:</b> Servicios Básicos.....	59
<b>Tabla 19-4:</b> Mantenimiento.....	59
<b>Tabla 20-4:</b> Maquinaria y equipo.....	60
<b>Tabla 21-4:</b> Combustible.....	60

<b>Tabla 22-4:</b> Depreciación activos fijos .....	61
<b>Tabla 23-4:</b> Materia Prima .....	61
<b>Tabla 24-4:</b> MOD Producción.....	62
<b>Tabla 25-4:</b> CIF Menaje y Vajilla .....	63
<b>Tabla 26-4:</b> Suministros y Materiales .....	64
<b>Tabla 27-4:</b> Materiales Indirectos .....	64
<b>Tabla 28-4:</b> CIF Inventario .....	64
<b>Tabla 29-4:</b> Maquinaria y Equipos.....	65
<b>Tabla 30-4:</b> Activos Fijos Muebles y Enseres.....	65
<b>Tabla 31-4:</b> Total de Activos Fijos .....	66
<b>Tabla 32-4:</b> Programa pre operativo del emprendimiento .....	66
<b>Tabla 33-4:</b> Profesiográficas del Gerente.....	69
<b>Tabla 34-4:</b> Profesiográfica del cocinero .....	70
<b>Tabla 35-4:</b> Profesiográfica del ayudante de cocina .....	70
<b>Tabla 36-4:</b> Profesiográfica del cajero/mesero .....	71
<b>Tabla 37-4:</b> Permisos funcionamiento .....	73
<b>Tabla 38-4:</b> Inversión del proyecto .....	75
<b>Tabla 39-4:</b> Fuentes del financiamiento.....	76
<b>Tabla 40-4:</b> Estructura de costos y gastos.....	77
<b>Tabla 41-4:</b> Gastos de administración.....	77
<b>Tabla 42-4:</b> Gasto de venta .....	78
<b>Tabla 43-4:</b> Gasto financiero.....	78
<b>Tabla 44-4:</b> Estado proforma de resultado .....	78
<b>Tabla 45-4:</b> Balance general .....	79
<b>Tabla 46-4:</b> Flujo del efectivo .....	79
<b>Tabla 47-4:</b> Valor actual neto.....	81
<b>Tabla 48-4:</b> Tasa interna de retorno (TIR) .....	81
<b>Tabla 49-4:</b> Relación beneficio costo.....	82
<b>Tabla 50-4:</b> Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	82
<b>Tabla 51-4:</b> Punto de equilibrio .....	83
<b>Tabla 52-4:</b> Utilidades.....	83
<b>Tabla 53-4:</b> Evaluación social.....	84

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico 1-3:</b> Promedio valor Económico .....	23
<b>Grafico 2-3:</b> Aspectos Importantes Cafetería.....	24
<b>Grafico 3-3:</b> Publicidad.....	25
<b>Grafico 4-3:</b> Preferencia de Productos .....	26
<b>Grafico 5-3:</b> Preferencia del servicio .....	27
<b>Grafico 6-3:</b> Preferencia de vestimenta.....	28
<b>Grafico 7-3:</b> Preferencia de bebidas.....	29
<b>Grafico 8-3:</b> Satisfacción del cliente.....	30
<b>Grafico 9-3:</b> Preferencia de logotipo.....	31
<b>Grafico 10-3:</b> Preferencia slogan .....	32
<b>Grafico 11-3:</b> Horario de atención .....	33
<b>Grafico 12-3:</b> Preferencia de productos de la cafetería.....	34
<b>Grafico 1-4:</b> Crecimiento poblacional.....	43
<b>Grafico 2-4:</b> Demanda proyectada .....	44
<b>Grafico 3-4:</b> Proyección oferta.....	44
<b>Grafico 4-4:</b> Demanda insatisfecha.....	45
<b>Grafico 5-4:</b> Organigrama estructural .....	67
<b>Grafico 6-4:</b> Organigrama funcional.....	68
<b>Grafico 7-4:</b> Punto de equilibrio .....	84

## *ÍNDICE DE ILUSTRACIONES*

<b>Ilustración 1-4:</b> Logo empresa.....	46
<b>Ilustración 2-4:</b> Tarjeta de presentación .....	47
<b>Ilustración 3-4:</b> Macro localización.....	52
<b>Ilustración 4-4:</b> Micro localización.....	52
<b>Ilustración 5-4:</b> Proceso de producción .....	54
<b>Ilustración 6-4:</b> Receta estándar .....	56
<b>Ilustración 7-4:</b> Diseño de la planta.....	58

## **LISTADO DE ANEXOS**

**Anexo A:** Cuestionario

**Anexo B:** Encuesta

**Anexo C:** Recetas estándar

**Anexo D:** Carta

**Anexo E:** Manual de funciones

## RESUMEN

En el siguiente estudio de factibilidad se dará conocer la creación de una cafetería con estilo rústico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. La muestra con la que se trabajó para la recolección de información fue de 138 personas, con lo que se logró percibir que la propuesta es factible ya que hay demanda insatisfecha con un alto nivel de aceptabilidad del mercado potencial en el sector, el estudio técnico se determinó la capacidad del emprendimiento, localización, recetas estándar, el diseño de la planta para que el producto final se despache sin ningún problema y controlar que no haya mermas o sobreproducción, también en el estudio Ambiental se tiene en cuenta factores entre ellos están la clasificación y reciclaje de materiales orgánicos e inorgánicos, reducción de consumo de agua para esto se realizó una mitigación del impacto ambiental que ayudara a la conservación del medio ambiente, En el estudio Administrativo se determinó manuales de funciones, y procesos de contratación con el fin que los empleados cumplan con las expectativas, para lo cual se realizó fichas profesiográficas para su selección respectiva. En el estudio legal se fundamenta en la ley del artesano, beneficio de ley y requisitos para el funcionamiento del establecimiento, en el estudio financiero se detalló los siguientes resultados positivos donde constan los presupuestos y características necesarias en el cual se obtuvo un Valor Total de Inversión de \$21.407,41 para poder ejecutar la idea del negocio. Como conclusión del emprendimiento obtuvimos que el proyecto es rentable ya que el VAN es de \$42.952,20, LA TIR es de 70%, la relación beneficio costo es de \$1.92, el periodo de recuperación de la inversión será en dos años cinco meses y doce días. Lo que indica que el proyecto es viable, se concluye que recalando la importancia que tiene el realizar un plan de empresa identificando, describiendo y analizando una oportunidad de negocio concreta. Se recomienda mantener la creatividad de la infraestructura, productos y servicios en la cafetería rústica, y así cumplir con la expectativa de los clientes.

**Palabras clave:** <TECNOLOGÍAS Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <EMPRENDIMIENTO >, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <CAFETERÍA>.

## SUMMARY

In the following feasibility study will be stated the creation of a cafeteria with a rustic style in Riobamba canton, Chimborazo province. The sample that was used for the collection of information was 138 people. With this information, it was possible to notice that the proposal is feasible since there is unmet need with a high level of acceptability of the potential market in the sector. The technical study determined the capacity of the enterprise, location, standard recipes, the design of the plant so that the final product is dispatched without any problem and control that there is no loss or overproduction, also in the Environmental study is taken into account factors among them are the classification and recycling of organic and inorganic materials, reduction of water consumption in this way a mitigation of the environmental impact was made that will help the conservation of the environment. In the Administrative study, function manuals and hiring processes were determined in order that the employees get the expectations. With the purpose of making the respective selection, professional sheets were made. The legal study is based on the law of the Artisan, benefit of law and requirements for the operation of the establishment. In the financial study the following positive results are detailed which include the budgets and necessary characteristics. In the results, a Total Investment Value of \$ 21.407,41 was obtained to be able to execute the business idea. As a conclusion of the project, it was gotten that the project is profitable as the NPV is of \$42.952,20, the IRR is of 70%, the cost benefit ratio is of \$ 1.92, and the period of recovery of the investment will be in two years five months and twelve days. It indicates that the project is viable. It is concluded emphasizing the importance of carrying out a business plan, identifying, describing and analyzing a specific business opportunity. It is recommended to keep the creativity of the infrastructure, products and services in the rustic cafeteria, and thus fulfill the expectations of customers.

**Keywords:** <TECHNOLOGIES AND MEDICAL SCIENCES>, <GASTRONOMY>, <ENTREPRENEURSHIP>, <FEASIBILITY STUDY>, <CAFETERIA>

## CAPITULO I

### 1. ASPECTOS GENERALES

#### 1.1. Introducción

El Ecuador es reconocido por tener una amplia variedad de productos tales que con diferentes preparaciones expone superioridad gastronómica a nivel de Latino América, esta es reconocida por su cocina criolla donde se emplea productos antiguos indígenas como es la papa, maíz, trigo, camote, lenteja que combinados con carnes, pescados y mariscos hace que nuestra cultura haya creado infinitos platos tradicionales.

Mimbre cafetería tiene como objetivo el dar a conocer sobre las costumbres y tradiciones, haciendo referencia a los productos autóctonos, infraestructura y vestimenta antigua indígena que se van extinguiendo en nuestra región, vínculos que no se deben olvidar con el paso del tiempo, al contrario, se heredan y lo que se busca es recapturar la atención de posibles clientes potenciales del cantón Riobamba, siempre teniendo en cuenta la calidad en los productos y el servicio, así se estaría contribuyendo al sistema turístico de nuestro país.

La factibilidad del emprendimiento detalla todos los estudios realizados en el proceso de investigación empezando por plantear los objetivos generales y específicos, marco teórico, metodología de investigación descriptiva, cualitativa y de campo; estudio de mercado donde se aplicó encuestas a un número específico de personas de la zona urbana donde se determinó gustos y preferencias y previo a esto la demanda satisfecha e insatisfecha, así también como el mix de mercado; en el estudio técnico se realizó recetas estándar, fichas profesiográficas, capacidad, localización y diseño de la planta.

El estudio legal, administrativo, ambiental, financiero determina beneficios de ley, respectivos permisos, organigramas estructural y funcional, selección y contratación del talento humano, mitigación del impacto ambiental con las acciones remediales para terminar la viabilidad del proyecto de emprendimiento.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

- Desarrollar el proyecto de factibilidad para la creación de la cafetería con estilo rústico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Realizar el estudio de mercado para conocer las preferencias actuales de los clientes en las cafeterías.
- Realizar el plan de empresa con los estudios, administrativos, legales, ambientales y financieros, donde se pueda cuantificar los valores que permitan avanzar con el proyecto.
- Determinar la viabilidad financiera, económica, social y ambiental del proyecto, para determinar su factibilidad.
- Determinar el estilo rústico idóneo para la cafetería, en relación a la infraestructura, productos y servicios, que se realiza entre otros en el estudio técnico.

## CAPITULO II

### 2.1. Marco teórico

#### 2.1.2. *El café*

##### 2.1.2.1. *Café*

Dada la importancia alcanzada por el café y siendo una de las bebidas más consumidas es conveniente dar a conocer estas notas, así como las vicisitudes por las que ha pasado. Son millones de personas que viven del cultivo del café, en España se bebe el café desde la mañana hasta por la noche igual a media mañana y a media tarde, no solo recalcando las propiedades, características del mismo, sino considerando que el café es la base de reuniones, tertulias y consecución de nuevas amistades. (Gallego, 2006)

##### 2.1.2.2. *Origen del café*

Cuenta la leyenda que, hacía la mitad del siglo XV, había un pastor en Etiopía que tenía un rebaño de cabras. Durante varios días observó que las cabras que apacentaba por la noche, daban muestra de un nerviosismo que les impedía descansar. Asombrado, el pastor contó a los monjes. Después de unas horas de meditación llegaron a la conclusión que las cabras debieron de comer alguna planta que le produjera este efecto. Acompañaron al pastor a donde apacentaba las cabras, vieron que existía allí una gran cantidad de arbustos, cuyas hojas habían sido comidas por los animales, cogieron algunos frutos de la planta y vieron que hervidos en agua e ingerida su infusión les permitía pasar más despejados la noche en oración, esta noticia se propago rápidamente por los contornos desde Etiopía se pasó a la Arabia, donde empezó a extenderse su consumo. (Gallego, 2006)

En los albores del siglo XVII los marinos venecianos trajeron el café a Europa desde Turquía. Al principio había un recelo hacia su consumo debido a que esta era considerada como bebida de infieles. El papa decidió probarlo y mencionó que es una bebida exquisita logrando que los europeos logren acostumbrarse a ella. (Gallego, 2006)

A finales del siglo XVII se apertura en Marsella el primer establecimiento, el primer café, que tomó su nombre de la bebida ya famosa. A partir de este momento empezaron las vicisitudes. Muchos médicos exigieron que se prohibiera su consumo. A pesar de todo el establecimiento consiguió mucha fama. (Gallego, 2006)

El consumo del café creció rápidamente, pasó a Inglaterra, y en Londres se inauguró el primer café en St. Michaels Avenue, Hamburgo, Núremberg y Regensburgo entraron a formar parte como las ciudades que tienen café, llegando a existir en Europa a finales del siglo XVII más de trecientos establecimientos. (Gallego, 2006)

### *2.1.2.3. Cultivo del Café*

Dada la delicadeza de la planta productora de café, hay que considerar climas propicios para su desarrollo los cuales tenemos los terrenos cálidos y tropicales, siendo el frio, los calores fuertes y los vientos sus mayores enemigos. (Gallego, 2006)

Las semillas que mejores frutos dan son de aquellas que proceden de arbustos con buen vigor, normalmente el café comienza a florecer en el tercer año de su plantación siendo importante el clima, así como el terreno. La flor del café es delicada ya que en las veinticuatro horas se marchita, el fruto tarda en madurar de seis a diez meses, a los tres años de su siembra empieza a dar frutos hasta alcanzar sus seis años de producción. El cafeto dura de treinta a cincuenta años, dependiendo de la penetración de las raíces en la tierra. (Gallego, 2006)

Las plantas de café productoras proceden de la especie *coffea arábica* originaria de Abisinia entre otras como es el Robusta y Libérica. La plantación se realiza en forma simétrica en distancia de dos a cuatro metros esto facilita su recolección, es necesario la poda ya que esta hace que el árbol se vigorice y crezca aproximadamente tres metros. Al momento de su recolección en seco lo que más se emplea es la extensión de la misma para el proceso de desecación a base de calor del sol, cuando estén suficientemente secas se las puede almacenar y conservar el tiempo que se desee. (Gallego, 2006)

### ***2.1.3. Servicio en cafeterías***

#### ***2.1.3.1. Cafeterías***

Establecimientos de denominación ofertante que se enfoca principalmente en el servicio de bebidas frías y calientes (helados, batidos, refrescos, infusiones etc.). Platos fríos y calientes simples o combinados, elaborados generalmente en la plancha (sándwiches, bocadillos, hamburguesas, raciones etc.). (Garcia Ortiz, 2012)

Se oferta al público en general mediante el precio, para ser consumido en barra o en mesa en cualquier hora del día que permanezca abierto el establecimiento. En el sector de las cafeterías ha mantenido en la última década un ritmo alto de expansión donde se agrupan administrativamente la mayoría de establecimientos. (Garcia Ortiz, 2012)

#### ***2.1.3.2. Clasificación de las cafeterías***

Las categorías de cafeterías se dividen en:

- Especial distintivo
- Primera distintivo
- Segunda distintivo

Cada categoría tiene que cumplir con los requisitos que establecen la ley. El distintivo de cada categoría debe exhibirse en el exterior de su respectivo establecimiento, así como en los documentos impresos (cartas, facturas. Etc.). (Garcia Ortiz, 2012)

#### ***2.1.3.3. Tipos de café que se puede elaborar***

- Café con leche.

En una taza mediana, mitad café y mitad de leche. Esta forma de ser servido puede variarse, según el cliente nos lo pida, corto o largo de café, poniendo un poco menos de la mitad de café. Es necesario advertirse que se debe montar el servicio de café, es decir, platillo, cucharita y azúcar mientras sale el café de la máquina.

(Garcia Ortiz, 2012)

- Café solo o Moka.

En taza pequeña o de café solo, simplemente, un café que puede ser cortó o largo, a gusto del cliente. (Garcia Ortiz, 2012)

- Cortado.

Es un café solo, con unas gotas de leche.

- Café Vienés.

Es un café solo, con una cucharadita de nata montada.

- Café Royal.

Impregnar un terrón de azúcar en chartreuse amarillo, ponerlo en una taza de café solo y hacer un café. (Garcia Ortiz, 2012)

- Piccolino.

Es un café muy corto y concentrado, típicamente italiano (espresso ristretto) (Garcia Ortiz, 2012)

- Capuccino.

Tomar un vaso mediano y resistente al fuego poner la mitad de leche; calentar, procurando que haga espuma (teniendo cuidado de no introducir mucho el pivote del calentador). Mientras, hacer un café solo y dejarlo caer por las paredes del vaso. También se puede emplear con un café solo en taza mediana, terminado con doble crema. (Garcia Ortiz, 2012)

- Café Americano.

Este café es propio de desayunos, sobre todo para clientes quienes no tienen acostumbrado el paladar a un café más fuerte, se debe servir en taza grande un café solo, acompañado con una jarra de agua caliente y el cliente se va sirviendo rebajándolo a su gusto. (Garcia Ortiz, 2012)

#### 2.1.3.4. Aporte energético del café

El café es una de las bebidas más consumidas a nivel mundial, tiene grandes propiedades para la salud debido al nivel de antioxidantes, también considerando el grado de valor nutricional, en una taza de café elaborada con dos gramos de café, podemos encontrar cantidades bajas de calorías ya que la mayor parte está constituida por hidratos y proteínas. (Gottau, 2010)

El café se compone de cantidades importantes de vitamina B importantes para el funcionamiento neuromuscular del organismo, antioxidantes, se estima que de dos a tres tazas de café al día aportan buenos nutrientes, casi sin aportar calorías al organismo. La creencia de que el café engorda es falsa a menos que usemos cantidades elevadas de azúcar. (Gottau, 2010)

#### 2.1.3.5. Aporte nutricional del café

El moderado consumo de café estimula el sistema nervioso y mejora la concentración mental, esta semilla tostada de cafeto cuenta con otras propiedades en cuanto a tratamientos de salud. A pesar de contener cerca de 1000 sustancias químicas naturales, el consumo moderado de esta bebida como límite puede ser hasta tres tazas de café, según los estudios tiene un efecto protector y de disminución de riesgo frente a enfermedades cardiovasculares, no afecta los niveles de glucosa en la sangre, contiene una baja concentración de sodio y potasio y su consumo se permite para tratamientos dietéticos para bajar o controlar el peso ya que no aporta calorías, salvo los otros ingredientes añadidos como es la azúcar, leche, etc. que normalmente se incluyen. (Abu, 2013)

La cafeína es conocido como el alcaloide del café, estimula el sistema nervioso y mejora la capacidad mental su efecto es notorio a los 20 minutos luego de su ingesta, este beneficio viene bien para quienes estudian, trabajan largas jornadas o labores que requieren de alta concentración. (Abu, 2013)

El consumo de café no es recomendable para quienes practican algún deporte ya que tiene propiedades diuréticas y puede ser perjudicial debido a la pérdida de agua y electrolitos. Las mujeres embarazadas, así como la persona que padece de gastritis, debe evitar el café ya que la bebida puede elevar la presión, igual para los pacientes con hipertensión, arritmias cardíacas problemas cardiovasculares en general, se recomienda consultar con su médico. (Abu, 2013)

#### ***2.1.4. Ubicación estratégica***

La ubicación es principal para que exista afluencia de clientes y estos puedan disfrutar cuando visiten el negocio con gusto y sin complicaciones, tomar en cuenta las vías de comunicación para llegar al local y el tipo de la zona, en este caso que no sea conflictiva, peligrosa o de difícil acceso, es importante de tener un estacionamiento propio, en algunos casos de nada sirve el espectacular diseño de la empresa y contar con los mejores productos a precios accesibles si no logras que las personas lleguen sin mayores problemas. (Martínez, 2014)

##### ***2.1.4.1. Estudia el mercado***

Es recomendable invertir tiempo para conocer el mercado por medio de charlas comerciales y eventos que tus consumidores consideren importantes, podrás convivir de cerca con ellos, también se debe de dar tiempo para observar y analizar que está haciendo tu competencia, como para conocer cuál de los productos y servicios son los más aceptados por la demanda, otro punto importante es mantener las tendencias del mercado por medio de publicaciones e involucrarse y participar en cámaras y organizaciones gremiales. (Martínez, 2014)

Invierte tiempo para ser un experto conocedor de tu mercado. Asiste a exposiciones comerciales y eventos que tus consumidores consideren importantes. Ahí podrás convivir de cerca con ellos. También aprovecha la ocasión tanto para observar qué está haciendo tu competencia como para detectar qué tipo de productos y servicios son los más demandados. (Martínez, 2014)

##### ***2.1.4.2. Llena las expectativas***

Cumplir con lo que promete la empresa es importante, generar satisfacción total e ir un poco más allá sorprendiendo al cliente con un servicio y productos de calidad brindando algo superior a lo que ellos esperaban. Para lograrlo es necesario que conozcas a tu cliente, es recomendable reunir a todo tu equipo de trabajo e intercambiar ideas sobre los perfiles de tus clientes, considera que cualquier momento es bueno para generar el factor sorpresa, teniendo la seguridad de cuando y como hacerlo. (Entrepreneur, 2015)

### *2.1.4.3. Factores para atraer a los clientes*

- La rapidez

La rapidez es fundamental, en este tipo de situaciones por que el tiempo dedicado a tomar el café no suele ir más allá de unos minutos, minutos que nadie quiere desperdiciar esperando el servicio o al momento de pagar la cuenta. (Martínez, 2014)

- Productos complementarios

Muchos clientes van a una cafetería a desayunar o almorzar. Por ello, uno de los elementos importantes es la variedad de opciones que ofrezca la cafetería. (Martínez, 2014)

- Wi-Fi y Periódicos

Uno de los propósitos del café de la mañana es ojear el periódico físico u online, actualizar las redes sociales, consultar el e-mail o trabajar en el ordenador. Por ello, disponer de conexión wi-fi y de los periódicos de la mañana serán elementos que el cliente apreciará. (Martínez, 2014)

- Percepción de seguridad

Como todas las percepciones, son difíciles de describir. Los negocios en los que hay mucha gente, que están situados en lugares muy turísticos o cerca de transportes nacionales e internacionales suelen ser los preferidos por los ladrones, y obligan al cliente a estar en cierto estado de tensión, que es perjudicial para el negocio. (Martínez, 2014)

Como se puede observar, los elementos de la experiencia de cliente que pueden intervenir en cualquier compra, por pequeña que esta sea, son muchos y deben ser analizados y trabajados desde la óptica del cliente, su comportamiento y preferencias en lugar de basarse únicamente en el precio. (Martínez, 2014)

- Detalles

Presentación en el café con una forma en la espuma, que venga acompañado con una galleta o bombón, que con los pinchos haya una buena ración de pan, que haya opciones como leche desnatada, azúcar moreno, etc. (Martínez, 2014)

- Iluminación

La iluminación excesiva o insuficiente también es un factor de incomodidad. El punto justo, que se deberá adaptar al momento del día y las condiciones de luz exteriores, será uno de los principales factores que contribuirán a crear un ambiente acogedor. (Martínez, 2014)

- Música

Como se mencionó antes, un cliente suele ir a una cafetería a conversar, leer el periódico, o trabajar en el ordenador. Para todas estas actividades, es bueno que haya una música ambiental que proporcione intimidad. Sin embargo, el tipo de música, el volumen y la calidad de sonido, deben ser bien elegidos para que no sean intrusivos o en todo caso molestos. (Martínez, 2014)

### ***2.1.5. Cultura Indígena de Chimborazo***

#### *2.1.5.1. Coltas*

La provincia de Chimborazo se caracteriza por tener una población indígena más numerosa que otra provincia. Hay una población aproximada de 250.000 indígenas. Los grupos de mayor identificación por su vestimenta son los Cachas, Lictos, Coltas, Calpis y Pulucates. (Romero, 2012)

#### *2.1.5.2. Vestimenta*

En cuanto a la vestimenta el hombre lleva un pantalón blanco, alpargata de caucho, camisa cerrada blanca, poncho Coco de diferentes colores dependiendo del rango, poncho de trabajo la jirga, siquipata poncho, chusma; sombrero de lana, si es ritual sombrero bicolor blanco-verde. (Romero, 2012)

Mientras que la mujer lleva un anaco azul oscuro de lana, camisón blanco bordado, una bayeta de colores vivos sujetados con Tupo de plata o de acero blanco, chumbi: mama chumbi, cahuiña, labor chumbi. Cinta de pelo cusco, quingo etc. Sombrero de lana blanca con filo bordado y adornado con cintas de vivos colores y bordado, ushuta. (Romero, 2012)

### *2.1.5.3. El atuendo marca a la mujer de Chimborazo*

Parques, plazas y mercados de la provincia de Chimborazo se llenan de colores en los días de feria, las mujeres indígenas que llegan a la ciudad de diferentes cantones utilizan trajes que se asemejan por sus colores vivos y bordados. La provincia se encuentra situada en el centro del país estas se identifican como descendientes de los Puruháes. (Márquez, 2015)

Nuestra ropa es el mayor símbolo de identidad, a pesar de las nuevas modas y tendencias que ha hecho que se modifique, la esencia sigue siendo la misma, valoramos mucho lo que nos hace diferente. (Márquez, 2015)

En la parroquia de Calpi, ubicado al noroeste de Riobamba, las mujeres usan anacos negros sujetos a la cintura con una faja Kawiña y una faja chumbi. También usan un camisón largo con figuras bordadas a la altura del pecho y mangas, que se coloca abajo del anaco, sobre sus hombros dos fachalinas largas de colores distintos que asegura con un tupo de plata. Estas prendas se fabrican con la lana del borrego y en la antigüedad se les daba colores naturales extraídos de las verduras, plantas y flores. (Márquez, 2015)

En el cantón Colta y Guamate, se usa las prendas de modo diferente los anacos se forman más ceñidos al cuerpo y con una línea bordada sobre el dobladillo. Las mujeres de Guamate especialmente utilizan telas más pesadas, además washkas (collares) de piedras blancas, azules y rojas, en los dos cantones las mujeres usan sombreros negros de ala corta y sin adornos. (Márquez, 2015)

A comparación de Alausí, sur de la provincia, el colocar una pluma de pavo real o plumas de gallina teñidas de colores vivos hace diferente a la mujer de Alausí, se dice que mientras más decorado sea el sombrero y más grandes sean las piedras de las washkas esto significa que la chica es de mejor posición económica. También usan polleras largas hasta las rodillas estas se elaboran con tela de paño y se usan hasta dos al mismo tiempo dependiendo del sitio del páramo. (Márquez, 2015)

- Calpi

Se usa sombrero blanco de ala corta, fachalinas largas, anaco negro ceñido en la cintura es lo que distingue a la mujer de Calpi, todas estas son fabricadas con lana de borrego. (Márquez, 2015)

- Cajabamba

Anaco negro ceñido, fajas con símbolos que representa la cosmovisión indígena, rebozo angosto distinguen a las mujeres de Colta, también complementado con apargatas y sombrero.

(Márquez, 2015)

- Ozogoche

Las polleras amplias con bordados dorados, lentejuelas sobre el dobladillo es la prenda que más identifica a la mujer de Alausí, usando hasta dos faldas por encima del gélido del páramo, también usan sombrero. (Márquez, 2015)

- Pungalá

Sombrero hecho de lana de borrego decorados con cinta de colores vivos, usan un rebozo largo y una makana en los hombros usado para llevar cargas, una washka roja complementa su atuendo. (Márquez, 2015)

- Tipín

Sombrero negro sin adornos, este es uno de los cantones con mayor diversidad de atuendos, rebozo largo, anaco y una delgada cinta que se coloca sobre los hombros con un tupullí.

(Márquez, 2015)

#### ***2.1.6. ¿Qué es un proyecto?***

Un proyecto es una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas necesidades humanas, el proyecto es la respuesta a una idea para la solución de un problema o aprovechar una oportunidad de negocio. Un proyecto de inversión es un plan que se le asigna un determinado capital más insumos de varios tipos para producir un bien o un servicio útil a la sociedad. Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio, habrá la necesidad de invertir, hacerlo es la mejor forma de producir bienes o servicios. (Pacheco Coello, 2016)

El proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad usando recursos humanos, materiales y tecnológicos, mediante un documento escrito donde comprende una serie de estudios que permiten al inversionista si es viable la realización del proyecto. (Córdoba Padilla, 2011)

#### *2.1.6.1. Estudio de mercado*

El estudio de mercado pretende conocer y hacer un análisis de la demanda y oferta, es decir conocer quien serán los posibles consumidores del producto o servicio a proporcionar, así como conocer las empresas que ya ofrecen ese servicio (competencia). (Breyner Martinez, 2010)

El estudio de mercado tiene como objetivo suministrar información necesaria para la decisión final de intervenir en un proyecto, su importancia radica en que se evitan gastos, las decisiones se toman basadas en un mercado real, el conocer el ambiente donde la empresa realizara sus actividades económicas, mediante esto se sabe si en proyecto va a satisfacer una necesidad real, ilustra las fortalezas y debilidades de la competencia. (Breyner Martinez, 2010)

#### *2.1.6.2. Estudio técnico*

El estudio técnico espera conocer las necesidades de la empresa y los requerimientos para producir el bien o servicio que se desea proporcionar.

El estudio técnico de un proyecto consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado ya este sea un bien o servicio, pretende resolver las preguntas referente a donde, cuando, cuanto, cómo y con qué reproducir, lo que en el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto propio. (Breyner Martinez, 2010)

El estudio técnico tiene como objetivo verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear. Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción. (Breyner Martinez, 2010)

### *2.1.6.3. Estudio ambiental*

Conocido como evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA), previo a su ejecución en las posibles consecuencias de un proyecto sobre salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y calidad de servicios ambientales. La EIA se ha vuelto preceptiva ya que la evaluación negativa puede ser diversas según la legislación según el rigor con la que esta se aplique puede ir desde la paralización de definitiva del proyecto hasta su ignorancia completa. (Herrera, 2008)

La EIA se refiere siempre a un proyecto específico, teniendo en cuenta particularidades como tipo de obra, materiales a ser usados, procedimientos constructivos, trabajos de mantenimiento en la fase operativa, tecnologías e insumos. (Herrera, 2008)

Este es un instrumento importante para la evaluación del impacto ambiental de una intervención. Que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo. (Herrera, 2008)

### *2.1.6.4. Función financiera de las empresas*

La función financiera está relacionada con la obtención de la mezcla de financiamiento externo y de los accionistas para financiar la inversión de los activos que se requieren para operar y crecer, las decisiones de inversión y financiamiento que llevan a cabo las empresas y donde se refleja la operación normal de la empresa en cuanto a ingresos y egresos todo esto detalla los informes financieros que anualmente se evalúan contablemente cada empresa, y cuando son los informes que genera la administración para accionistas, como para administración tributaria estos son los siguientes: (Espinoza, 2007)

- Balance general
- El estado de resultados
- El estado de utilidades retenidas
- El estado de flujo de efectivo

### **2.1.7. ¿Qué es Rústico?**

Se califica como rústico a aquello que carece de sofisticación y que se inclina más a elementos naturales para su desarrollo, en dicho sentido una cabaña puede ser calificado como rústica si esta se encuentra construida de madera y no presenta instalaciones de lujo. Últimamente se ha experimentado un notable auge el cual ha dado a llamar estilo rústico al nivel decorativo, con lo que se logra dar forma a hogares cálidos, confortables, relajados que incitan al descanso y que apuestan por la tradición. (Definiciones.de, 2018)

El material más importante es la madera, que le da un ambiente de calidez y que deja patente la presencia de la naturaleza, de manera habitual opta por el pino y está presente en los techos como en las paredes, el suelo hasta en los muebles. (Definiciones.de, 2018)

Se opta por la introducción de elementos tradicionales como las chimeneas y las cocinas a leña. Por regla general, donde ese estil o hace más palpable es en las casas de campo y en los hoteles rurales. (Definiciones.de, 2018)

### **2.1.8. ¿Qué es Temática?**

Cuando hablamos de temática se hace referencia al tema que aparece en una exposición, en una presentación, en una charla o en un sin fin de situaciones diferente. El termino como tal puede ser usado como sustantivo como, por ejemplo: se puede decir que la temática de una fiesta es vestir de rosa, o también como adjetivo calificativo, por ejemplo: cuando se dice que es una fiesta temática lo cual quiere decir que hay un tema específico. (DefinicionABC, 2018)

La palabra tema es sinónimo de otras palabras como cuestión, asunto materia. El tema es lo que define por ejemplo: a una conversación si se habla en tema de política o de espectáculos, de una clase de una exposición de una discusión etc. (DefinicionABC, 2018)

La palabra temático se usa para hacer referencia a situaciones, circunstancias o eventos que se caracterizan por especializarse en algo o por contar con elementos característicos y bien definidos que son, al mismo tiempo, diferenciados de otros. Así, es común hablar, por ejemplo: de parques temáticos. (DefinicionABC, 2018)

### ***2.1.9. ¿Qué es Tradicional?***

La palabra tradicional se usa como adjetivo a ser aplicado a todo aquello que tenga que ver con la o las tradiciones de un pueblo, comunidad o sociedad. Estas tradiciones son por lo general pasadas de generación en generación como parte del legado de los antepasados en donde puede incluir todo tipo de valores, costumbres, formas de pensamiento, creencias y prácticas. (Definiciones.de, 2018)

Las tradiciones buscan mantener lo existente y recuperar todo aquello que haya podido ser perdido ante el avance de la modernidad. (DefinicionABC, 2018)

Entendemos por tradicional diferentes tipos de costumbres y creencia que caracterizan de manera específica a cada comunidad y que sirven para diferenciarla de las demás. En este sentido cobran especial importancia elementos como, sistema de leyes, la gastronomía, la indumentaria, las expresiones culturales, la religión, la historia, el lenguaje o la estructura de pensamiento de un pueblo o comunidad. (DefinicionABC, 2018)

### ***2.1.10. ¿Qué es Autóctono?***

Autóctono es un adjetivo que puede aplicarse al ser vivo, al producto o al lugar que es originario o nativo del país el que se encuentra, lo autóctono es algo propio de un sitio, los productos típicos de una zona también se conocen como autóctonos por ejemplo queso autóctono porque es elaborado de forma artesanal en un pueblo. (Definiciones.de, 2018)

## **2.2. Marco conceptual**

**CAFÉ:** Es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. El cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto, presenta hojas opuestas de tonalidad verduzca, sus flores son blancas y sus frutos se exhiben en baya roja. (Pérez J. , 2012)

**CAFETERÍA:** Es un establecimiento donde se sirve café. Por lo general estos recintos también ofrecen otras infusiones y bebidas, e incluso ciertos tipos de comida, Las cafeterías pueden tener características muy distintas entre sí. (Pérez J. , 2010)

**CREACIÓN:** La creación es la formación de algo que previamente no existía. La idea de la creación tiene tres grandes vertientes una de carácter mítico y religioso, otra de índole científico y otra que pertenece a la lengua corriente. (Editorial Definición, 2015)

**CUANTIFICAR:** Cuantificar es un verbo que se refiere a la acción de enunciar una cantidad. Lo cuantitativo, por lo tanto, consiste en la expresión de una magnitud a través de números. (Pérez J. , 2012)

**CULTURA:** El término cultura, que proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso. (Definiciones.de, 2018)

**EMPRENDIMIENTO:** La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto. (Gerencie.com, 2010)

**ESTILO:** El concepto de estilo tiene su origen en el término latino stilus. La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos, aunque su uso más habitual está asociado a la apariencia, la estética o la delineación de algo. (Pérez J. , 2010)

**FACTIBILIDAD:** Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Alegsa, 2016)

**PROYECTO:** Es el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada. (Pérez J. , 2012)

**INDÍGENA:** Indígena es aquel originario del país de que se trata. Poblador originario del territorio que habita, para que una población sea considerada como indígena, debe poder acreditarse que su establecimiento en el territorio en cuestión precede al de otros pueblos y que su presencia es estable y prolongada. (Pérez Porto, 2014)

**RENTABILIDAD:** Condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad) la rentabilidad asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. (Pérez Porto, 2014)

**RÚSTICO:** Proviene de la palabra latina rusticus (que significa "rural"), a su vez de rus (que significa "campo"), terreno que se encuentra afuera de una zona urbana y que permite realizar tareas agrícolas. (Definiciones.de, 2018)

**TRADICIÓN:** El latín traditio, la tradición es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. Se trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural. (Pérez J. , 2010)

**VIABILIDAD:** Lo primero que tenemos que hacer, antes de entrar de lleno en el análisis del término viabilidad, es determinar su origen etimológico. Y esa tarea nos lleva a descubrir que aquel procede del francés viable, que a su vez se compone de dos vocablos latinos: vita, que puede traducirse como “vida”, y el sufijo –bilis, que es equivalente a “posibilidad”. (Pérez J. , 2012)

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de la investigación**

El método usado en el estudio es esta investigación es de tipo descriptiva, cualitativa y usando técnicas de investigación de campo, permitió conocer características sociales, económicas, ambientales, culturales y la afluencia de personas a nivel de cafeterías en la ciudad de Riobamba.

#### **3.2. Técnicas de recolección de datos**

En esta investigación se utiliza técnicas cualitativas y cuantitativas mediante recolección de datos por medio de encuestas y entrevistas, estos fundamentos son analizados, interpretados y sustentados en fuentes confiables mismas que apoyaron a las técnicas de experimentación y de campo que nos brinda datos reales para la continuidad del desarrollo del emprendimiento.

#### **3.3. Fuente de investigación**

Como fuente primaria se tomó información obtenida de las encuestas donde se realizó un cuestionario de 20 preguntas como prueba piloto dirigida a los habitantes del cantón Riobamba zona urbana, de las cuales se seleccionó 12 preguntas estas ofrecieron información necesaria de los gustos y preferencias de los posibles clientes potenciales.

Como fuente secundaria se utilizó datos bibliográficos mediante libros, folletos que ayudo a obtener suficiente información concreta para continuar con la realización del proyecto.

También se obtuvo datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del cantón Riobamba.

### 3.4. Segmento de mercado

**Tabla 1-3:** Segmento del mercado

<b>GEOGRÁFICAS</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
País	Ecuador
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Zona	Urbana
Número de habitantes	146.324
Tipo de clima	Frio
Idioma	Español
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	
Genero	Masculino-femenino
Nacionalidad	Ecuatoriano
Religión	Todas
Raza	Todas
<b>PSICOGRÁFICAS</b>	
Clase social	Media, Media-Alta, Alta
Lealtad	Siempre, a veces, rara vez, nunca
<b>CONDUCTUALES</b>	
Beneficio deseado	Tradiciones, Calidad, Gustos
Lealtad	Fuerte

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

### 3.5. Universo

El universo de estudio para la investigación contribuye a los habitantes de la ciudad de Riobamba que son 146,324 habitantes este dato se tomó del Instituto Nacional De Estadística Y Censos (INEC), se tomó la muestra finita, es decir la cantidad total de habitantes de la ciudad.

### 3.6. Muestra

Para el cálculo de la muestra del proyecto de emprendimiento se utilizará la siguiente fórmula para determinar la población finita, resultante el número de encuestas a realizarse.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 + pq}$$

n= Tamaño

z= Nivel de confianza (1.96)

E= Error dispuesto a cometer (0.05)

N= Población

P= Probabilidad de éxito (0.9)

Q= probabilidad de fracaso (0,1)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,9) * (0,1) * 146,324}{146,324 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,9) * (0,1)}$$
$$n = \frac{50590}{366}$$

n = 138 Encuestas

### 3.7. Estratificación

*Tabla 2-3: Estratificación*

<b>ESTRATIFICACIÓN CIUDAD DE RIOBAMBA</b>		
<b>Parroquia Urbana</b>	<b>N de Encuestas</b>	<b>Porcentaje %</b>
Lizarzaburu	27	20 %
Velazco	27	20 %
Veloz	14	10 %
Yaruqués	14	10 %
Maldonado	56	40 %
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2018

### 3.8. Encuesta

La encuesta se aplicó a 138 habitantes de la ciudad de Riobamba, por medio de una estratificación se aplicará las encuestas a las 5 parroquias urbanas de la ciudad, por medio de esta técnica se identificará el grado de aceptabilidad y satisfacción de los clientes, además reconoceremos sus gustos y preferencias para continuar con el estudio investigativo.

### 3.8.1. Tabulación y análisis de resultados

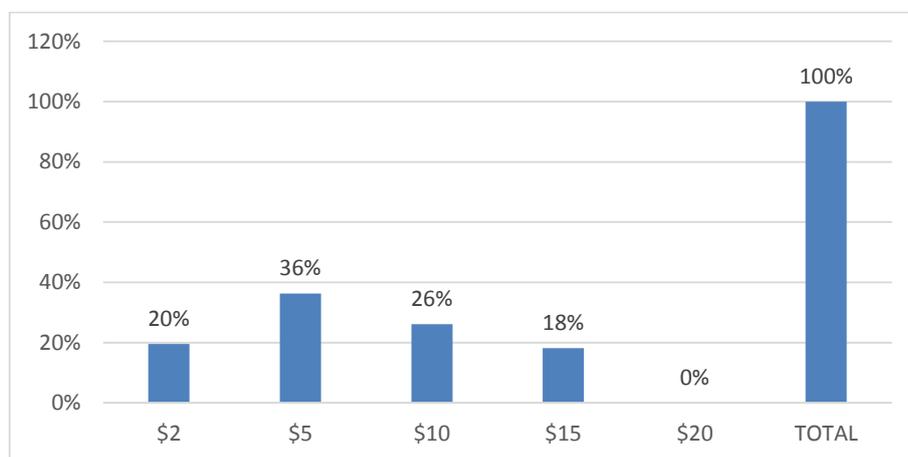
1.- ¿En promedio cuál sería el valor económico que estaría Usted dispuesto a pagar en una cafetería?

**Tabla 3-3:** Valor Económico

OPCIONES	Fr	Fa %
\$2	27	20%
\$5	50	36%
\$10	36	26%
\$15	25	18%
\$20 o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Gráfico 1-3:** Promedio valor Económico

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

La tabla muestra que, 50 personas encuestadas estarían dispuestas a realizar un gasto promedio de 5 dólares, al igual que las 36 personas encuestadas estarían dispuestas a gastar \$10 dólares, mientras que otros consumidores se manifestaron con valores a pagar de entre \$2, y \$15 de gasto diario en promedio. En el gráfico se indica el porcentaje de 36% y 26%, lo que muestra que los clientes prefieren precios accesibles como posibilidad a gastar de entre 5 a 10 dólares en una cafetería, esto indica que el valor económico a gastar se mantiene en un rango considerable.

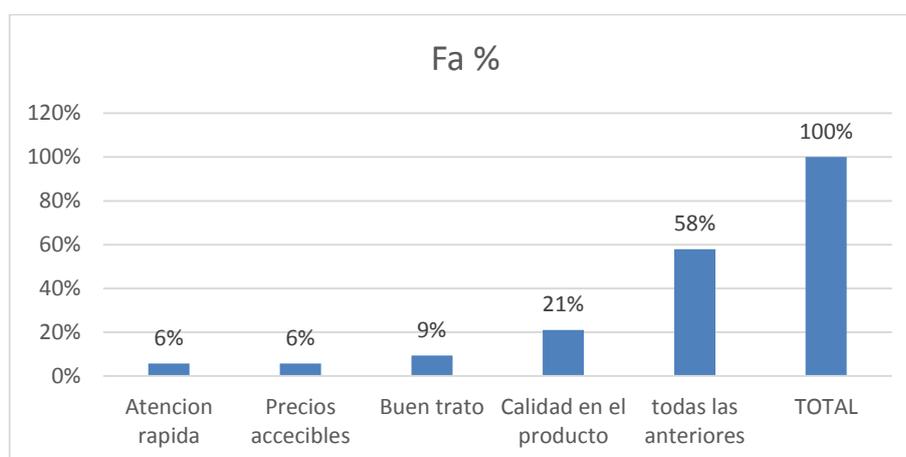
## 2.- ¿Qué aspecto es el más importante para Usted, cuando visita una cafetería?

**Tabla 4-3:** Aspectos importantes cafetería

OPCIONES	Fr	Fa %
Atención rápida	8	6%
Precios accesibles	8	6%
Buen trato	13	9%
Calidad en el producto	29	21%
Todas las anteriores	80	58%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Gráfico 2-3:** Aspectos Importantes Cafetería

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

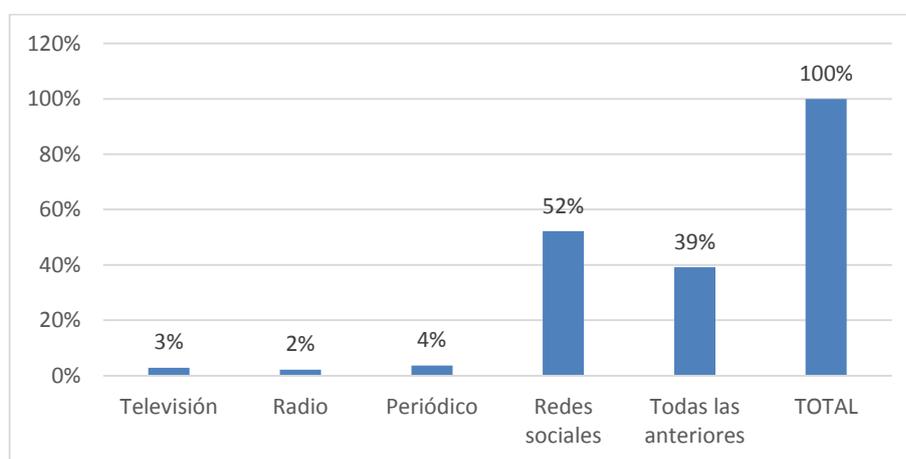
La tabla muestra que, 80 personas manifestaron que todos los aspectos son importantes para ellos algo que todo cliente busca y espera recibir empezando con la calidad en el producto, el buen trato, los precios accesibles y la atención rápida complementado con una buena presentación para su previo consumo. El gráfico describe el porcentaje de 58% en personas encuestadas que ven la importancia de un buen servicio en todos los aspectos.

**3.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría a Usted recibir información sobre la cafetería?**

**Tabla 5-3: Publicidad**

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
Televisión	4	3%
Radio	3	2%
Periódico	5	4%
Redes sociales	72	52%
Todas las anteriores	54	39%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017



**Grafico 3-3: Publicidad**

**Fuente:** Encuestas  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

El cuadro indica que la mayoría de las personas encuestadas, optan por las redes sociales como medio de comunicación para recibir información sobre la cafetería con un numero de 73 personas a favor, al igual que el grafico señala el porcentaje de 52% prefiriendo las redes sociales debido a que durante el tiempo se va modificando la manera de que los negocios interactúen con los clientes externos y esta de grandes resultados a nivel de publicidad.

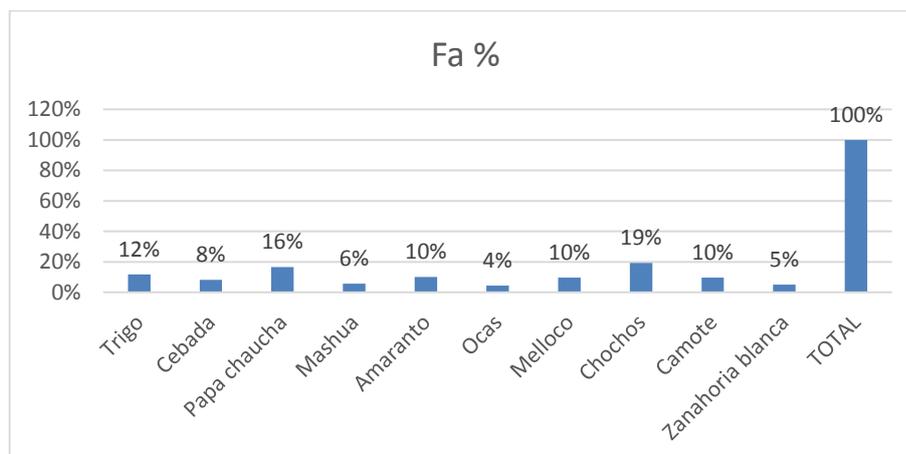
**4.- ¿De los siguientes productos tradicionales andinos, para Usted cuáles son de su preferencia?**

**Tabla 6-3:** Preferencia de productos

OPCIONES	Fr	Fa %
Trigo	46	12%
Cebada	32	8%
Papa chaucha	65	16%
Mashua	22	6%
amaranto	40	10%
Ocas	17	4%
Melloco	38	10%
Chochos	76	19%
Camote	38	10%
Zanahoria blanca	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>394</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Grafico 4-3:** Preferencia de Productos

Fuente: Encuesta

Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

Según los datos obtenidos, 76 personas optaron por el chocho, 65 personas por la papa chaucha, así también como el camote, melloco, amaranto y trigo con cifras de 38 y 46 personas. El grafico indica la preferencia del chocho con el 19%, seguido de la papa chaucha con el 16%, así como el camote, melloco, amaranto y trigo con porcentajes de 10% y 12% dando preferencia a los productos tradicionales por ser parte fundamental en la alimentación de las comunidades andinas de la provincia, reconocidos característicamente por su alto contenido calórico y de fácil cocción se ve beneficiosa la implementación de estos en la comida diaria.

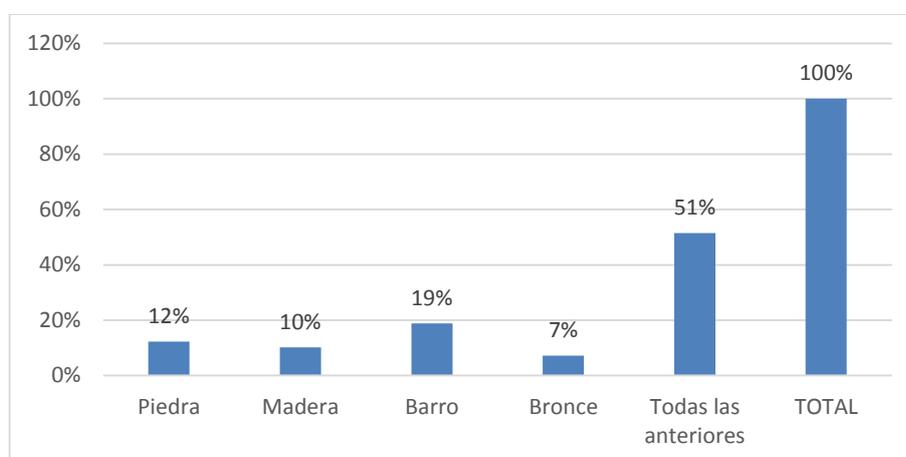
**5.- ¿De los siguientes materiales, cuales le gustaría a Usted que prevalezca en el servicio (vajilla) de la cafetería rústica?**

**Tabla 7-3:** Preferencia del servicio

OPCIONES	Fr	Fa %
<b>Piedra</b>	17	12%
<b>Madera</b>	14	10%
<b>Barro</b>	26	19%
<b>Bronce</b>	10	7%
<b>Todas las anteriores</b>	71	51%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017



**Grafico 5-3:** Preferencia del servicio

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a los datos obtenidos 71 personas acogen el servicio en todas las propuestas, estas constan de servicio (vajilla) en materiales como el barro, la piedra, la madera y el bronce estos materiales reúnen características únicas y propias que no se encuentra muy a menudo en la provincia. El grafico indica un porcentaje de 51 % en preferencia de todas las anteriores, este servicio busca llenar las expectativas de los clientes creando un ambiente y presentación diferente.

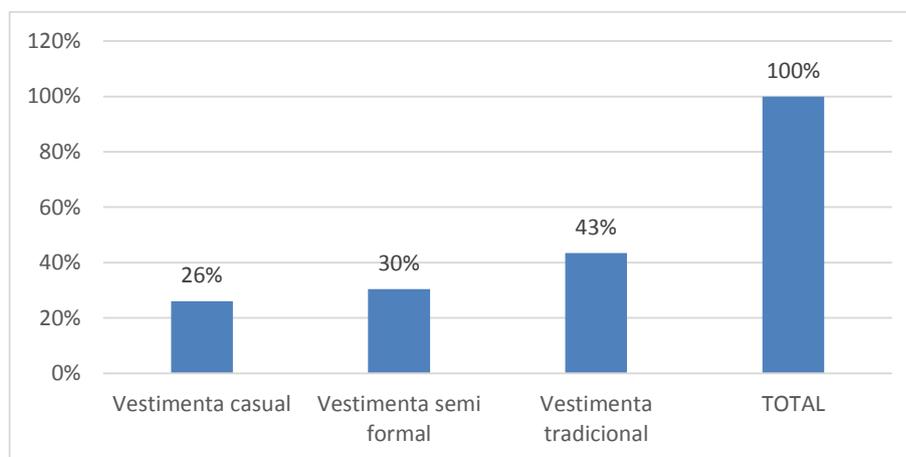
6.- ¿De los siguientes uniformes de servicio, cual le gustaría a Usted que se use en la cafetería?

**Tabla 8-3:** Preferencia de vestimenta

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
Vestimenta Casual	36	26%
Vestimenta Semiformal	42	30%
Vestimenta Tradicional	60	43%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017



**Grafico 6-3:** Preferencia de vestimenta

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

En base a los datos obtenidos, 60 personas encuestadas escogieron la vestimenta tradicional, 42 personas optaron por la vestimenta semiformal y 36 personas por la vestimenta casual. El grafico indica el porcentaje de 43% a favor de la propuesta de vestimenta tradicional para el uso del personal de servicio en la cafetería rústica, este plus es un rescate de la vestimenta tradicional de la mujer indígena chimboracense. La utilización de dicha vestimenta brinda un realce que no se encuentra a nivel de competencia, dando así una perspectiva diferente y demostrando que las raíces se mantienen.

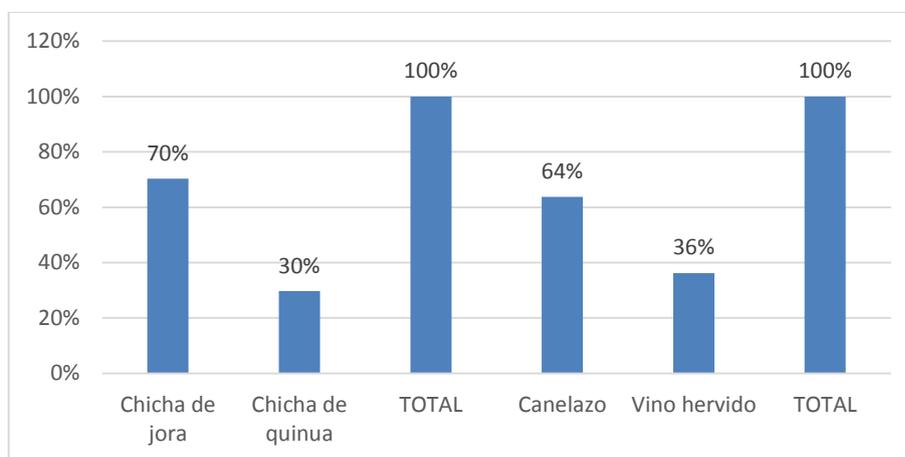
**7.- ¿De las siguientes bebidas tradicionales, ¿cuál de ellas le gustaría a Usted que se ofrezca en la cafetería?**

**Tabla 9-3: Preferencia de bebidas**

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
Chicha de jora	97	70%
Chicha de quinua	41	30%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>
Canelazo	88	64%
Vino hervido	50	36%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017



**Grafico 7-3: Preferencia de bebidas**

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a la encuesta realizada 97 personas optaron por el servicio de la chicha de jora como bebida tradicional no alcohólica, mientras que 88 personas encuestadas optaron que se sirva el canelazo como bebida tradicional alcohólica. En el grafico los porcentajes se muestran sobresalientes para la chicha de jora con 70% y el canelazo con el 64% Siendo estas dos las bebidas más preferidas, reconocidas por ser oriundas de sud américa y consumidas tradicionalmente en el Ecuador.

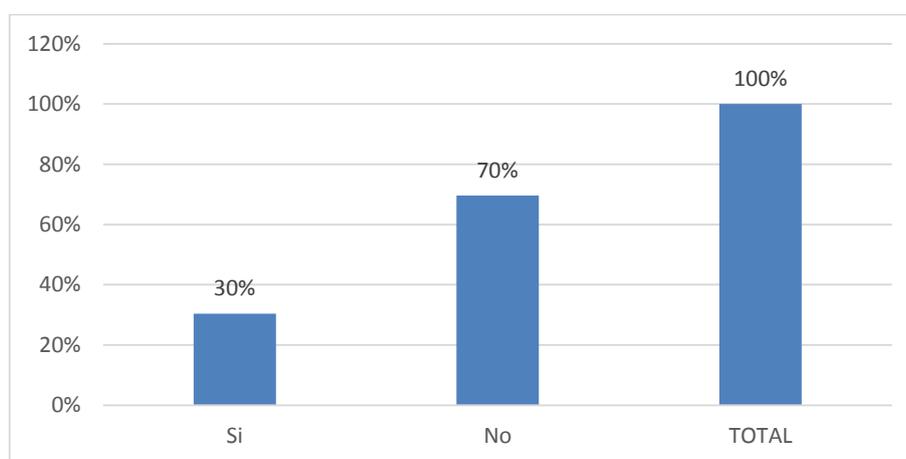
**8.- ¿Usted se encuentra satisfecho con los productos y servicios recibidos por otras cafeterías en la ciudad de Riobamba?**

**Tabla 10-3:** Satisfacción del cliente

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
Si	42	30%
No	96	70%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Gráfico 8-3:** Satisfacción del cliente

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

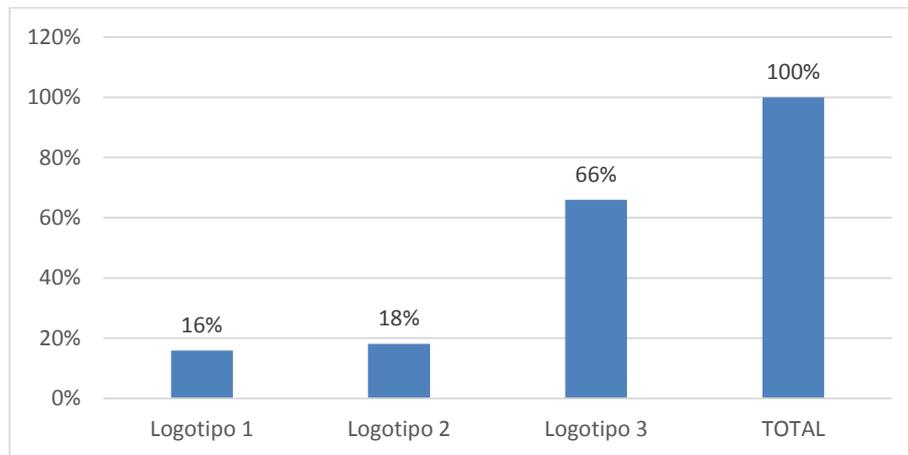
De acuerdo a los datos obtenidos, 96 personas encuestadas no están satisfechas con los servicios ofrecidos por otras cafeterías en la ciudad de Riobamba, mientras que 42 personas si se encuentran satisfechas por los servicios prestados. La grafica muestra un porcentaje del 70% de demanda insatisfecha lo que indica el énfasis que se debe de aplicar al momento de llenar las expectativas del cliente, brindándole la atención y el servicio de calidad que cualquier cliente merece.

### 9.- ¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría para la cafetería?

**Tabla 11-3:** Preferencia de logotipo

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
Logotipo 1	22	16%
Logotipo 2	25	18%
Logotipo 3	91	66%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017



**Gráfico 9-3:** Preferencia de logotipo

**Fuente:** Encuestas  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a los datos obtenidos en la presente encuesta, 91 personas prefieren el logotipo número 3 para la identificación previa del emprendimiento. En el gráfico se muestra el logotipo número tres, mostrando superioridad sobre el resto con un porcentaje del 66%, este con sus colores característicos mantiene un diseño exclusivo que será utilizado para identificar a la cafetería rústica.

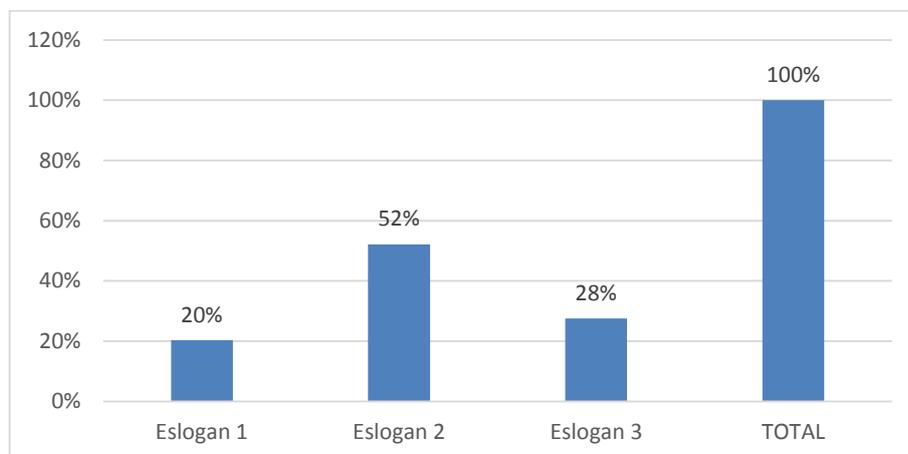
## 10.- ¿Que slogan le gustaría a Usted, para la cafetería?

**Tabla 12-3:** Preferencia de slogan

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
¡La alegría viene en tacitas!	28	20%
¡Pruébame, no te arrepentirás...!	72	52%
¡El café que te devuelve el ánimo!	38	28%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Gráfico 10-3:** Preferencia slogan

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la presente encuesta, 72 personas mencionan que les gustaría el eslogan número 2 para la presentación comercial de la cafetería. El gráfico indica un porcentaje de 52% para el slogan número 2 como la frase más original de todas las propuestas, esta crea y le da forma a una idea siendo importante, de palabras sencillas y que sea fácil de recordar características que se toma en cuenta.

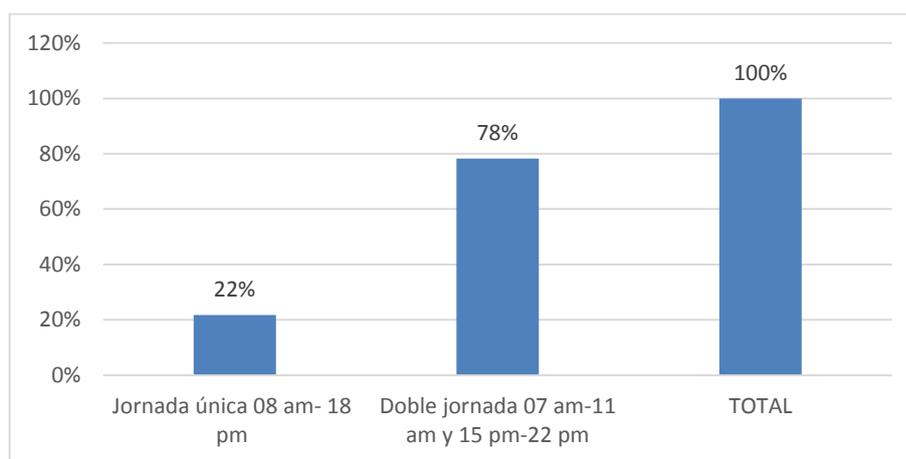
## 11.- ¿En qué horarios le gustaría que la cafetería ofrezca sus servicios?

**Tabla 13-3:** Horario de atención

<b>OPCIONES</b>	<b>Fr</b>	<b>Fa %</b>
Jornada única 08 am- 18 pm	30	22%
Doble jornada 07 am-11 am y 15 pm-22 pm	108	78%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Gráfico 11-3:** Horario de atención

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

Del total de la encuesta 108 personas supieron manifestar que el horario de atención fuera de doble jornada 07h00 am – 11h00 am y de 15h00 pm – 22h00 pm, mientras que 30 personas prefieren servicio de una jornada. La grafica indica el porcentaje de 78% en relación a la preferencia de doble jornada, la cafetería estaría puesta a disposición del público adaptada a su necesidad, buscando la total satisfacción del cliente cumpliendo con el horario establecido.

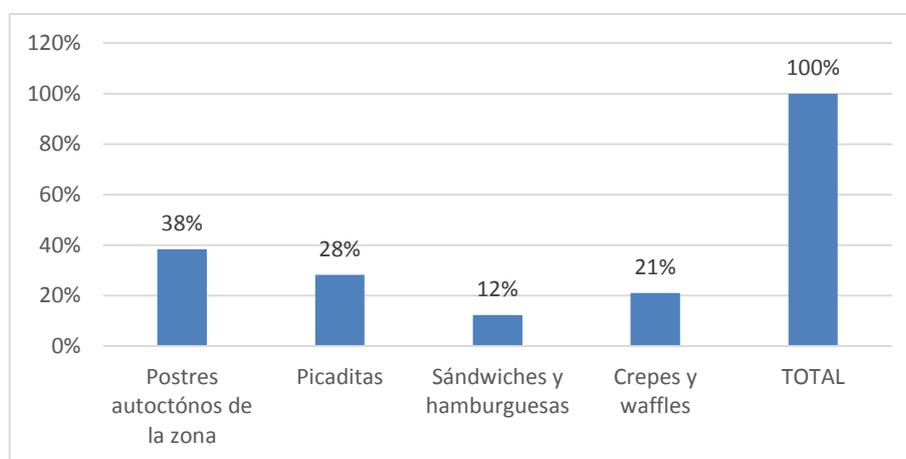
## 12.- ¿De los siguientes productos cuál de ellos le gustaría consumir en la cafetería?

**Tabla 14-3:** Preferencia de productos de la cafetería

OPCIONES	Fr	Fa %
Postres autóctonos de la zona	53	38%
Picaditas	39	28%
Sándwiches y hamburguesas	17	12%
Crepes y waffles	29	21%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017



**Gráfico 12-3:** Preferencia de productos de la cafetería

Fuente: Encuestas

Realizado por: Sergio Usca, 2017

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a los datos obtenidos, 53 personas prefieren que se ofrezcan postres autóctonos de la zona, teniendo aceptabilidad en la propuesta, mientras que 39 personas optan por las picaditas, 29 personas prefieren las crepes y waffles y solamente 17 personas adoptan la idea del servicio de sándwiches y hamburguesas. En la gráfica respectiva se aprecia el porcentaje de 38 % en preferencia a los postres autóctonos y con el 28% de preferencia por las picaditas, dicha preferencia se tomará muy en cuenta para la preparación de estos productos adaptándonos a la necesidad y la calidad que el cliente exige.

## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 4.1. Introducción

El emprendedor es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro, a la vez se le conoce como alguien que se aventura en una actividad de negocios siendo novedoso de alguna forma, así como personas que salen de la rutina y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente.

Un espíritu emprendedor es el proceso de asumir el riesgo, que consiste en comprar a ciertos precios y vender a precios inciertos, esto va ligado al manejo de negocios y básicamente a las transacciones comerciales, teniendo en cuenta la innovación, que podía aludir cambio o modificaciones sobre los procesos operativos, administrativos, de mercado, de productos, de factores e incluso de organización.

La importancia del espíritu emprendedor radica fundamentalmente en la ambición de progresar, tener éxito y un constante crecimiento, reflejado en ganancias o ingresos como también campos y mercados que abarca la compañía. Los emprendedores son personas con características particulares, personas con compromiso total, determinación y perseverancia, con capacidad para alcanzar las metas, con iniciativa y responsabilidad, con persistencia en la solución de problemas, realismo, autoconfianza.

Todos los procesos tienen un punto de inicio, existen diversas razones por las que la gente le gustaría crear una organización, y también existen muchas maneras de iniciarla, básicamente depende de sus valores objetivos personales y estilo de vida, se requiere de la capacidad y recursos necesarios para dirigir un negocio, en la sociedad el conocimiento se ha convertido en uno de los principales recursos para ser competitivo.

Un proyecto es considerado como la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, tendiente a resolver entre tantas una necesidad humana. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que impone un presupuesto. Los proyectos surgen de una manera fortuita, lo importante es la predisposición que tienes para crear

ese proyecto, empezamos describiendo el producto o servicio, por lo que se debe analizar diversos aspectos, dando la atención necesaria a la demanda, analizar el mercado.

Sñar, idear, explorar, arriesgarse, iniciar, liberar la creatividad y saber aprovechar las oportunidades, poseer un espíritu libre y creador, capaz de errar, pero también de amar y rectificar. Nuestro aporte a la sociedad es inestimable, porque proyectamos un futuro alentador para las actividades económicas y sociales.

## 4.2. Identificación de la idea

### 4.2.1 lluvia de ideas

**Tabla 15:** Lluvia de ideas

<b>PRODUCTO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>PROBLEMAS O NECESIDADES QUE SATISFACE</b>
Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. 2017.	Ofrecer productos de calidad inocuos para el consumo del cliente, y una gran variedad de platos a la carta, comida rápida, cafés, bebidas alcohólica y no alcohólicas, servicio de wi-fi	Que el cliente pueda satisfacer sus necesidades de alimentarse con alimentos propios del lugar, en un ambiente que genere confianza y tranquilidad.
Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería repostería en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo 2017.	Ofrecer productos con gran variedad de postres acompañado de una surtida calidad de cafés de diferentes precios además instalaciones amplias con área para niños y zona wi-fi.	Que el cliente pueda satisfacer sus necesidades de alimentarse y saciar aquellos antojitos, de postres y cafés.
Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería rústica en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. 2017.	La cafetería es un local de instalaciones amplias donde cuenta con muebles rústicos, ofrece un variado menú de productos y debidas, entre los principales cafés y sus derivados, genera un buen ambiente acompañada de música selecta. Cuenta con servicio de garaje y guardianía, área de juegos para niños, área de fumadores, wi-fi gratis,	La cafetería cubrirá necesidades de alimentos inocuos y bebidas de calidad, con sabores y aromas nuevos, a precios accesibles, se brindará un lugar de tranquilidad y confort que exige la demanda de clientes del sector.

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

#### 4.2.2. Selección y evaluación de la idea

**Tabla 16:** Selección y evaluación de la idea

<b>Criterios/ideas</b>	<b>Nivel innovación</b>	<b>Mercado potencial</b>	<b>Conocimiento técnico</b>	<b>Requerimiento de capital</b>	<b>Total</b>
Cafetería	2	3	3	3	11
Cafetería Repostería	3	4	3	3	13
Cafetería con estilo Rústico	5	4	4	4	17

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

Evaluación en rango de 1=mínimo a 5 =máximo

**Tabla 17:** Selección y evaluación final de la idea

<b>Criterios/ideas</b>	<b>Barreras de entrada</b>	<b>Disponibilidad de la M.P</b>	<b>Costo del producto</b>	<b>Total</b>
Cafetería	4	3	3	10
Cafetería Repostería	3	4	3	10
Cafetería con estilo Rústico	4	4	4	12

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

#### 4.2.3. Descripción de la idea seleccionada

La cafetería con estilo rústico está enfocada a la calidad del servicio con diferente infraestructura en el cual se transmitirá las épocas de antaño, donde prevalecía el barro, la madera, la piedra entre otros. Complementada de preparaciones a base de productos tradicionales andinos.

#### 4.2.4. Justificación

Una cafetería es un negocio claro de rentabilidad, más aún cuando se mantiene innovando siempre el local, la rusticidad y el plus que se le aplique dependerá del éxito del proyecto, meterse en la cabeza que el cliente es el motor que dará marcha al emprendimiento, creará la importancia que merecen los mismos.

Académicamente se logra aplicar las actitudes y aptitudes aprendidas en el periodo de formación académica de la ESPOCH, dentro de un área de producción alimentaria, en este caso una cafetería, esta aplicación de conocimientos y trato directo con la demanda de nuestros clientes, dará la oportunidad de estudiar al mercado donde nos dirigimos, también conocer a la competencia.

Socialmente generará fuentes de trabajo, contribuirá con la sociedad en el rescate costumbres que se están perdiendo, productos agrícolas, y equipos que se utilizaban antiguamente.

#### 4.2.5. Nombre del emprendimiento

**Tabla 18:** Nombre del emprendimiento

Atributos idea	Descriptivo	Original	Significativo	Agradable	Claro	Fácil de recordar	Total
Sal Luis coffee	4	4	5	5	5	4	27
Rey de Francia cafetería	4	5	4	4	5	5	27
La chimenea cafetería	4	4	5	4	5	4	26
Mimbre Cafetería	5	5	5	4	5	5	29

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

Se opta por la idea de Mimbre Cafetería con la idea de hacer referencia a este arbusto muy poco reconocido y comercial. Este material flexible e interesante se puede encontrar en cualquier parte del Ecuador y es usado generalmente para la elaboración de canastos, sillas, lámparas entre otras.

#### 4.2.6. Descripción del emprendimiento

Mimbre cafetería es un emprendimiento que tiene como la actividad de servicio INDUSTRIAL Y COMERCIAL, seleccionamos este tipo de proyecto debido a la demanda exigente de las personas que transitan por la avenida 9 de octubre, sector salida a San Luis, conociendo que es un mercado concurrente de demanda exigente de nuevas expectativas de la gastronomía ecuatoriana.

#### **4.2.7. Misión y visión**

##### **4.2.7.1. Misión**

Cafetería Mimbres es una empresa que pone al servicio de la ciudadanía Riobambeña un lugar de características fuera de lo común, ofreciendo un ambiente y servicio rústico, la cafetería cubre las necesidades de los clientes, con esta gama de servicios busca la satisfacción total de clientes potenciales que están en busca de un lugar exclusivo de relajación, ofreciendo productos de calidad y buen servicio acompañado de música selecta hace que la cafetería gane reconocimiento y prestigio día a día.

##### **4.2.7.2. Visión**

Cafetería Mimbres con su ambiente y servicio rústico, aspira liderar la cima del mercado local, expender y brindar lo más posible sus productos a nivel nacional y ser reconocidos por medio de franquicias usando nuestra marca, para satisfacer los requerimientos y exigencias de clientes de todo el país.

##### **4.2.7.3. Políticas**

- Garantizar la seguridad alimentaria con productos inocuos para el consumo de nuestros clientes.
- Trabajadores con ética y comportamiento profesional en el área de producción.
- Personal de trabajo deberá usar su uniforme completo y adecuado
- Aplicar las BPM en el área de producción.
- Ejecutar un extremo cuidado con los métodos y técnicas de elaboración.
- Trabajar conjuntamente con los colaboradores y darles un trato y pago justo.
- Mantener un control de productos que ingresan y salen de la bodega.

##### **4.2.7.4. Estrategias**

- Ofrecer rapidez y calidad al momento del servicio al cliente
- Mantener innovación en los montajes
- Capacitar a nuestros trabajadores para mejorar su rendimiento
- Buscar y trabajar con los mejores proveedores del mercado.

#### 4.2.7.5. Valores y principios

##### De trabajo

- Puntualidad
- Liderazgo
- Responsabilidad
- Compromiso
- 

##### Axiológicos

- Honestidad
- - Ética profesional
- -Colaborador
- -Lealtad

#### 4.2.7.6. Distingos y ventajas competitivas

**Tabla 19:** Distingos y ventajas competitivas

<b>DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS</b>	
<b>DISTINGOS COMPETITIVOS</b>	<b>VENTAJAS COMPETITIVAS</b>
La tendencia del emprendimiento es el servicio y ambientación rustica, que impondrá la diferencia, para esto se trabaja en los detalles de las instalaciones y también la vestimenta de nuestro personal de servicio, distingo que el cliente apreciará.	Siempre intentar mantener una buena comunicación con los comensales, esto ayudará a fidelizar y ganar preferencia al momento de buscar un sitio donde satisfacer sus necesidades.
Los precios que se va a ofrecer también serán un papel muy importante al momento de competir con el resto de locales de servicio alimentario, siempre y cuando no perjudique el sistema financiero de la cafetería.	La confianza y transparencia en la cafetería se tiene presente, así como las promociones y descuentos que se ofrece a los clientes que nos muestran su fidelidad hacia la cafetería.
La vajilla (piedra volcánica, vajilla de barro) donde se va a servir los productos en general, es el plus que ofrece la cafetería rústica, dándole otra cara al servicio del cliente en el ámbito gastronómico.	El buzón de sugerencias, para que el cliente pueda peticionar cualquier inquietud referente al servicio recibido, nos da la oportunidad de entenderlo y encaminar a la empresa a una mejora constante.

**Fuente:** Financiero

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

#### 4.2.8. Aplicación del foda

**Tabla 20:** Aplicación foda

<b>ANÁLISIS FODA</b>	
<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Materia prima de calidad. Innovación en nuestra infraestructura. Calidad en el servicio y ambiente acogedor.	Al principio solo se abastecerá a un sector de la ciudad. Presupuesto limitado. No encuentra posesionarse en el mercado.
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Buena red de proveedores, ofrecimiento de materia prima a bajo costo. Posibilidad de expandir nuestra marca a otro sector de la ciudad. Incremento de visita de turistas extranjeros.	Situación social y política inestable. Nuevas marcas o franquicias en el sector. Presencia de vendedores ambulantes.

**Fuente:** Financiero

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

### 4.3. Estudio de mercado

El estudio de mercado es la investigación descriptiva que consiste en la recopilación, análisis y la presentación de información describiendo características o funciones del mercado, tras este estudio de mercado nos orienta y ayuda a tomar mejores decisiones y controlar las acciones de marketing.

#### 4.3.1 Demanda

Para la determinación de demanda se usará información con datos de opinión pública actuales, que se recolecto mediante una encuesta aplicada a 138 habitantes la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba.

#### 4.3.2. Oferta

La oferta se obtuvo del resultado de la aplicación de 138 encuestas a los habitantes de la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba.

#### 4.3.3. Proyección de la demanda y oferta

Para poder determinar la proyección de la demanda y oferta, se ha tomado como pauta el índice de crecimiento poblacional que corresponde al Cantón Riobamba, mismo que es del 1.63%, estos datos se tomaron del último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010.

##### 4.3.3.1 Crecimiento poblacional

**Tabla 21: Crecimiento poblacional**  
**CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL CANTÓN RIOBAMBA**

N	AÑO	POBLACIÓN	CRECIMIENTO GEOMÉTRICO	CRECIMIENTO POBLACIONAL
1	2015	146324	( 1 + 0 ) <sup>5</sup>	158645
2	2016	146324	( 1 + 0 ) <sup>6</sup>	161230
3	2017	146324	( 1 + 0 ) <sup>7</sup>	163859
4	2018	146324	( 1 + 0 ) <sup>8</sup>	166529
5	2019	146324	( 1 + 0 ) <sup>9</sup>	169244
6	2020	146324	( 1 + 0 ) <sup>10</sup>	172003
7	2021	146324	( 1 + 0 ) <sup>11</sup>	174806
8	2022	146324	( 1 + 0 ) <sup>12</sup>	177656

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.



**Grafico 13:** Crecimiento poblacional

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

Basando se en el índice de crecimiento poblacional del Cantón Riobamba establecido en 1.63% según el último censo realizado por el INEC en el año 2010, se ha podido obtener los siguientes resultados para la proyección dentro de 5 años, tomando como punto de partida el año en marcha (2017), con una población de 163.859 habitantes y para el 2022 esta cifra cambiaría a 177656 habitantes que están dentro de la población económicamente activa

#### 4.3.3.2. Proyección de la demanda

Se determinó la proyección de la demanda a partir del nivel de aceptabilidad que tendría la cafetería donde se pudo identificar que el 45% de la población está dispuesto en acudir a consumir alimentos en el establecimiento, obteniendo como resultado un consumo mensual de \$337.40

**Tabla 22:** Demanda proyectada

<b>DEMANDA PROYECTADA</b>					
AÑOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE ACEPTABILIDAD	POBLACIÓN OBJETIVA	CONSUMO MENSUAL	DEMANDA ANUAL
2017	163859	45%	73736	337,4	24877998,8
2018	166529	45%	74938	337,4	25283510,2
2019	169244	45%	76160	337,4	25695631,4
2020	172003	45%	77401	337,4	26114470,2
2021	174806	45%	78663	337,4	26540136,1
2022	177656	45%	79945	337,4	26972740,3

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.



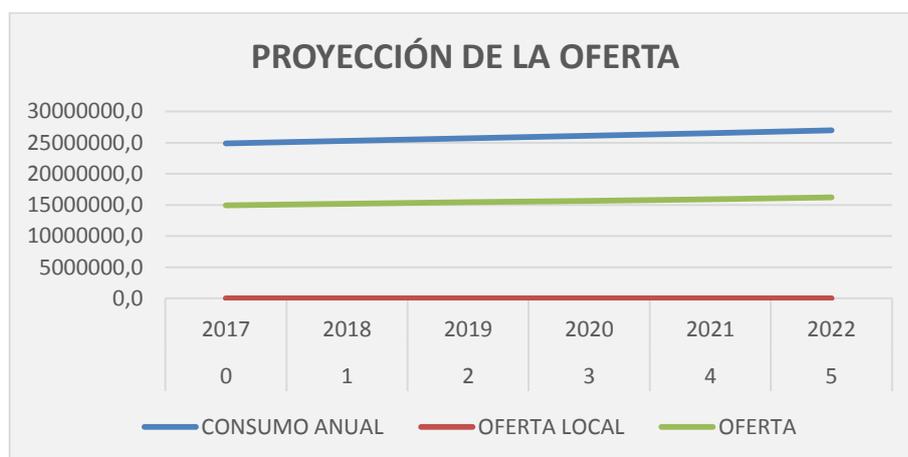
**Gráfico 14:** Demanda proyectada  
**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba  
**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

#### 4.3.3.3. Proyección de la Oferta

**Tabla 23:** Proyección de la oferta

<b>OFERTA PROYECTADA</b>				
NUMERO	AÑOS	CONSUMO ANUAL	OFERTA LOCAL	OFERTA
0	2017	24877998,8	60%	14926799,29
1	2018	25283510,2	60%	15170106,12
2	2019	25695631,4	60%	15417378,85
3	2020	26114470,2	60%	15668682,12
4	2021	26540136,1	60%	15924081,64
5	2022	26972740,3	60%	16183644,17

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.



**Gráfico 15:** Proyección oferta  
**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba  
**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

#### 4.3.3.4. Proyección de la demanda insatisfecha

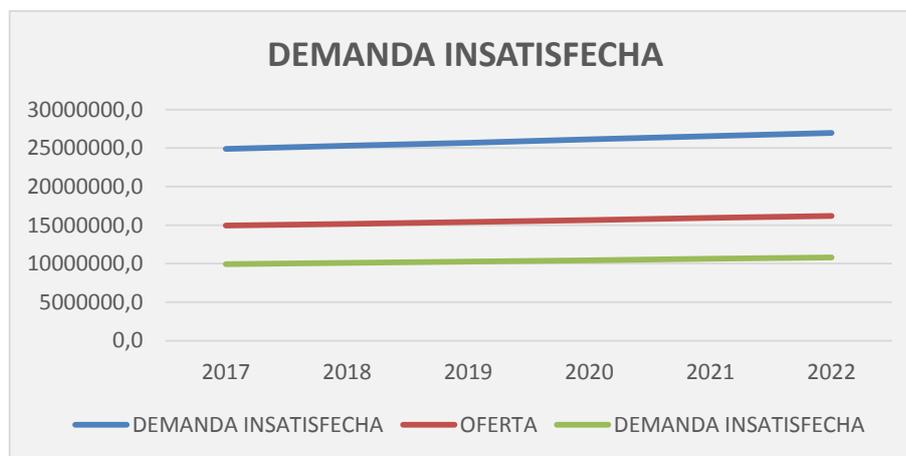
Tomando en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta que se aplicó a 138 personas del Cantón Riobamba, se pudo identificar que un 66% de las personas encuestadas no están satisfechas con los productos y/o servicios ofertados en las cafeterías del Cantón Riobamba, debido a factores como mal servicio y precios no acordes.

**Tabla 24:** Demanda insatisfecha

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	24877998,8	14926799,29	9951199,5
<b>2018</b>	25283510,2	15170106,12	10113404,1
<b>2019</b>	25695631,4	15417378,85	10278252,6
<b>2020</b>	26114470,2	15668682,12	10445788,1
<b>2021</b>	26540136,1	15924081,64	10616054,4
<b>2022</b>	26972740,3	16183644,17	10789096,1

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.



**Gráfico 16:** Demanda insatisfecha

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

#### **4.3.4. Mix de mercado**

##### **4.3.4.1. Producto**

###### **Nombre**

Nombre legal con el que presentamos el establecimiento de alimentos y bebidas es Mimbre Cafetería que significa servicio con tradición, representado principalmente por este arbusto en su decoración, este es el estilo que adopta principalmente el establecimiento complementado con productos de calidad, buena atención y eficiencia en donde el cliente encontrara una nueva experiencia de servicio.

###### **Logotipo de la empresa**



###### **Ilustración 1-4: Logo empresa**

**Fuente:** Encuesta a la ciudadanía de Riobamba

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

###### **Colores de identificación de la empresa**

**Azul:** se utiliza ampliamente para representar a la calma y la responsabilidad. El Azul celeste puede ser refrescante y agradable. Azules oscuros son más fuertes y confiables. El Azul también está asociado con la paz, y tiene connotaciones espirituales y religiosas en muchas culturas y tradiciones.

**Café:** es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales. A menudo el color café se utiliza para transmitir un concepto de producto inocuo, que no transmite enfermedades y del que se puede confiar.

**Verde:** El verde puede representar un nuevo comienzo y crecimiento. También significa la renovación y la abundancia. Alternativamente, el verde también puede representar la envidia o los celos, y la falta de experiencia.

###### **Slogan**

¡Pruébame, no te arrepentirás...!

### Tarjeta de presentación:



**Ilustración 2-4:** Tarjeta de presentación  
**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

#### 4.3.4.2. Precio

La aplicación de la encuesta a los futuros consumidores nos ayuda a determinar un precio referencial que es tomado en cuenta para poder establecer precios fijos, posterior al proceso de determinación de precio en el estudio técnico tomaremos en cuenta costos de producción y competidores en el sector.

#### 4.3.4.3. Plaza

El punto de venta o distribución como mayormente se le conoce es el proceso directo entre el producto o servicio y nuestros clientes, en nuestro caso es una venta directa, productor-consumidor, esto va a influenciar notablemente en nuestro margen de ganancia y satisfacción del consumidor.

#### 4.3.4.4. Promoción

Aquí vamos a dar a conocer nuestros clientes, canales y técnicas que van a dar a conocer de mejor manera nuestro producto. Las promociones que se ofrecerá en la cafetería se realizan tomando en cuenta la fidelidad de nuestros clientes.

- 2x1 los días martes y jueves en café americano.
- El cumpleaños recibirá un descuento del 40 % en su consumo personal.
- Tarjeta de descuento para cliente fiel.
- Por la compra de 2 platos a la carta reclame una bebida gratis.

#### 4.3.5. Análisis del sector

La presente investigación se llevará a cabo en la ciudad de Riobamba, Av. 9 de octubre, sector salida a San Luis.

#### 4.3.6. Cargos y funciones del área comercial

**Tabla 25:** Cargos y funciones del área comercial

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Cajero(a)/Mesero(a)	Chef ejecutivo	07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Comercial	Chef ejecutivo	13/06/17	\$ 562,79	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
Estará encargado de toda el área de servicio en el establecimiento, contacto directo con el cliente, encargado(a) de cobrar los pedidos.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio directo con los clientes para tomar la orden del cliente.</li> <li>- Encargado de la cobranza y el servicio de alimentos.</li> <li>- Encargado de pulir vajilla, cubiertos, vasos y tazas.</li> <li>- Encargado de dar la bienvenida al cliente.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos en el área de contabilidad y servicio.</li> <li>- Tener buen estado físico.</li> <li>- De buena presencia.</li> <li>- Experiencia de 2 años mínimo.</li> </ul>				

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

### 3.3.7. Determinación de gastos del área comercial

**Tabla 26:** Gasto promoción  
**GASTO PROMOCIÓN**

TIPO	CANTIDAD	C.ANUAL
Carta menú	10	40,00
Tarjeta de presentación	1000	50,00
Tríptico	2	4,00
Publicidad internet	1	50,00
<b>TOTAL</b>		<b>144,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

**Tabla 27:** Gasto del área comercial  
**GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas de madera redondas	7	40,00	280,00
Mesa de madera ovalada	1	80,00	80,00
Sillas tapizadas de mimbre	36	20,00	720,00
Barra de madera móvil	1	200,00	200,00
Rotulo	1	270,00	270,00
Televisor plasma lg 44 pulgadas	1	300,00	300,00
Caja registradora royal 585c x 280 cm	1	280,00	280,00
Caja amplificadora 12 bat.	1	90,00	90,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.280,00</b>	<b>2.220,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

#### 4.4. Estudio técnico

##### 4.4.1. Determinación del tamaño

Para la determinación del tamaño de la empresa vamos a usar la siguiente fórmula:

$$CI=CR+CO$$

$$CR= \text{CAPACIDAD REAL} \quad 68$$

$$CO= \text{CAPACIDAD OCIOSA} \quad 32$$

$$CI= \text{CAPACIDAD INSTALADA} \quad 100$$

**ANÁLISIS:** La capacidad de la cafetería es de 100 pax diarios y aplicando la fórmula de la **capacidad instalada** tenemos como resultado a producir una capacidad real de 68 pax y una capacidad ociosa de 25 pax diarios.

##### 4.4.2. Capacidad del emprendimiento

El emprendimiento denominado “MIMBRE” cafetería consta de 7 mesas con capacidad para 4 personas, y una 1 mesa con la capacidad para 8 personas. Las 8 mesas en el área de servicio deducen una capacidad para 36 personas dentro del establecimiento.

##### 4.4.3. Materia prima

**Tabla 28:** Costo materia prima  
**COSTO DE MATERIA PRIMA**

TIPO DE RECETA ESTÁNDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Empanadas de verde	10	70	280	3.360
Tortillas de maíz	10	70	280	3.360
Muchines de yuca	10	70	280	3.360
Bolones de verde	10	70	280	3.360
Humitas	10	70	280	3.360
Buñuelos con miel	10	70	280	3.360
Picadita de páramo	10	70	280	3.360
Picadita de mar	5	35	140	1.680
Hamburguesa andina	10	70	280	3.360
Dulce de higos con queso	5	35	140	1.680
Dulce de zapallo con queso	5	35	140	1.680
Morocho de dulce	5	35	140	1.680
Torta de camote	5	35	140	1.680

<b>Mousse de taxo</b>	5	35	140	1.680
<b>Quimbolitos</b>	10	70	280	3.360
<b>Jugo de naranja</b>	5	35	140	1.680
<b>Jugo de guanábana</b>	5	25	100	1.200
<b>Limonada imperial</b>	10	50	200	2.400
<b>Batido de mora</b>	5	25	100	1.200
<b>Batido de fresa y piña</b>	5	25	100	1.200
<b>Batido de fresa</b>	5	25	100	1.200
<b>Chocolate caliente</b>	10	50	200	2.400
<b>Café americano</b>	10	50	200	2.400
<b>Cappuccino</b>	10	50	200	2.400
<b>Mocachino</b>	10	50	200	2.400
<b>Agua aromática de anís</b>	10	50	200	2.400
<b>Canelazo</b>	5	25	100	1.200
<b>Chicha de jora</b>	5	25	100	1.200
<b>Chucula</b>	5	25	100	1.200
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>	<b>1.350</b>	<b>5.400</b>	<b>64.800</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

#### 4.4.4. Localización

**Tabla 29: Localización**

<b>Parámetros</b>	<b>Sector salida a San Luis, avenida 9 de Octubre</b>	<b>Sector la Dolorosa frente a la Unach</b>	<b>Sector del Estadio detrás del hotel Zeus</b>
<b>Servicios básicos</b>	5	4	2
<b>Disponibilidad de materia prima</b>	4	1	4
<b>Aceptación de mercado</b>	2	3	3
<b>Influencia del clima</b>	4	5	5
<b>Costo y disponibilidad de seguridad</b>	3	4	4
<b>Mano de obra directa</b>	4	2	3
<b>Costos de medio de transporte</b>	5	2	2
<b>Condiciones socio económicas</b>	4	3	3
<b>Proximidad de mercado</b>	5	4	2
<b>Incentivos tributarios</b>	4	2	2
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

Se toma en cuenta los parámetros para determinar la ubicación de este emprendimiento el cual es Ecuador en la provincia de Chimborazo, Ciudad de Riobamba en la Av. 9 de octubre, sector salida a San Luis.

#### 4.4.4.1. Macro y micro localización



#### **Ilustración 3-4: Macro localización**

Fuente: <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/ecuado>

Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

#### **Micro localización**



#### **Ilustración 4-4: Micro localización**

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.6858811,-78.6431492,3a,60y,250.77h,103.99t/data=!3m6!1e1!3m4!1s8FhRSa3HAVlkqNYTLbCJCw!2e0!7i13312!8i6656>

Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

#### 4.4.5. Proceso de producción

“Mimbre” Cafetería tendrá diversas áreas de producción como son:

1. **Compra/Selección;** materia prima seleccionada.
2. **Transporte;** Proceso de transferir la MP al lugar de recepción del establecimiento.
3. **Recepción;** adquisición de la materia prima.
4. **Almacenamiento y lavado;** distribución de alimentos perecederos y no perecederos.
5. **Mise en place;** pre elaboración de los productos.
6. **Producción;** elaboración de los productos.
7. **Montaje;** producto finalizado.
8. **Venta;** venta del producto.
9. **Servicio;** producto terminado entregado al cliente.

#### 4.4.6. Proveedores

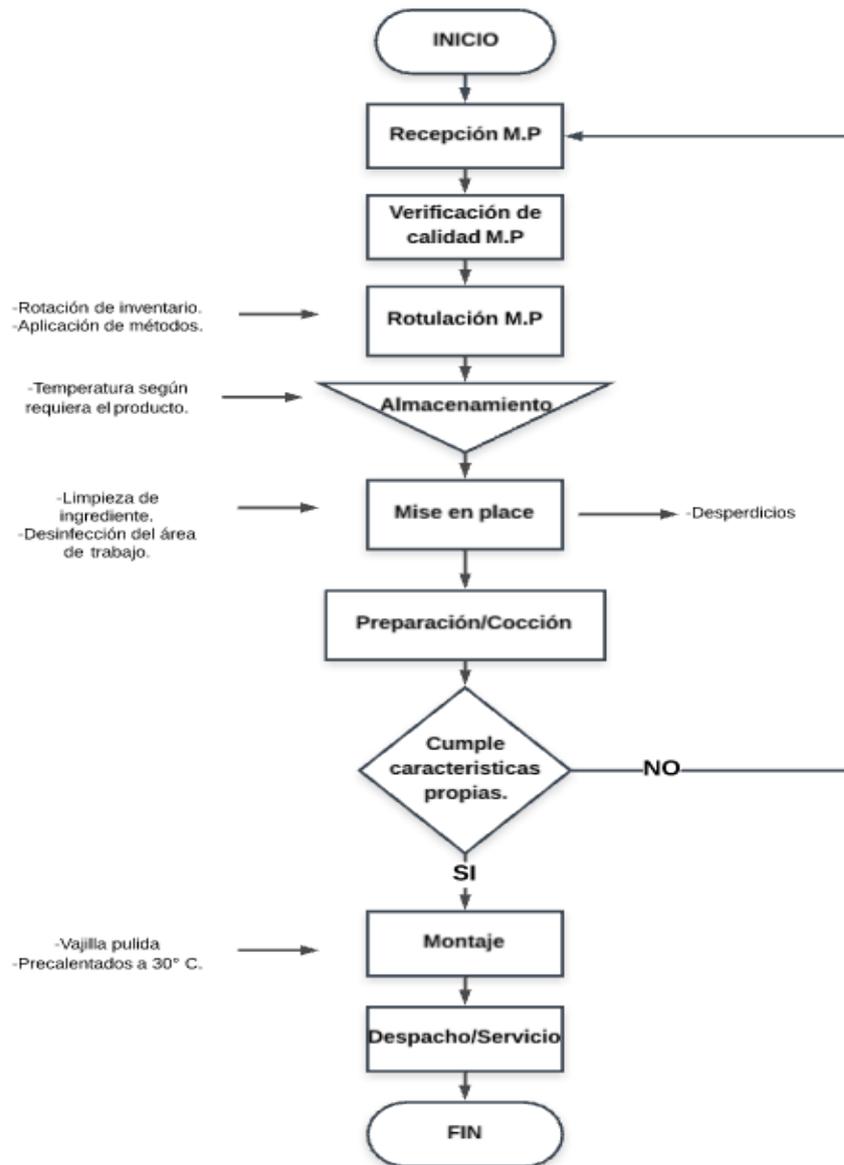
**Tabla 30:** Proveedores

<b>LISTA DE PROVEEDORES</b>		
<b>N.-</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PROVEEDOR</b>
1	FRUTAS	EMMAPA RIOBAMBA
2	LEGUMBRES	EMMAPA RIOBAMBA
3	LÁCTEOS	LÁCTEOS SANTILLAN
4	CARNES	CÁRNICOS SAN PEDRO
5	PESCADOS Y MARISCOS	MERCADO LA CONDAMINE
6	ABARROTOS	DICOSAVI
7	CAFÉ EN GRANO	CAFÉ CENTINELA MANABÍ
8	CARNE DE LLAMA	COMUNIDAD CORONA REAL-CALPI

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

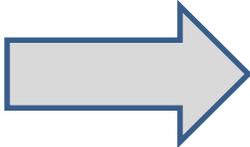
Diagrama de flujo



**Ilustración 5-4:** Proceso de producción  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

Flujograma de producción

**Tabla 31:** Flujograma producción

<b>FLUJOGRAMA PRODUCCIÓN</b>	
	OPERACIÓN
	DEMORA
	TRANSPORTE
	INSPECCIÓN
	ALMACENAMIENTO

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Sergio Usca, 2017.

#### 4.4.7. Receta estándar

La receta la podemos encontrar en el Anexo “C” Recetas estándar.

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <small>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR</small> </div> </div>												
<b>CÓDIGO:</b>	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: HAMBURGUESA ANDINA						fecha: 26/04/2018	# pas:	2			
029	TIPO DE MENU:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (HAMBURGUESA)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X	Otros				
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	CARNE DE LLAMA	200	g	MOLER-PESAR	MATIGNON	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	1000	3	0.60	
2	HUEVO	1	u	PESADO	CASCADO	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	30	2.9	0.10	
3	AJO	30	g	LAVADO-PESADO	BRUNOISE	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	454	1.5	0.10	
4	PAN MOLIDO	40	g	PESADO	-	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	454	0.5	0.04	
5	SAL	8	g	PESADO	-	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	1000	0.4	0.00	
6	PIMIENTA	5	g	PESADO	-	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	250	1	0.02	
7	PAN PARA HAMBURGUESA	2	u	PESADO	TRANSVERSAL	-	-	HAMBURGUESA	8	1	0.25	
8	QUESO CHEDAR	2	u	PESADO	-	-	-	HAMBURGUESA	12	2	0.33	
9	LECHUGA CRESPA	50	g	PESADO	TROCEADO	-	-	HAMBURGUESA	454	0.4	0.04	
10	TOMATE DE CARNE	50	g	PESADO	RODAJAS	-	-	HAMBURGUESA	454	0.5	0.06	
11	CEBOLLA COLORADA	50	g	PESADO	RODAJAS	-	-	HAMBURGUESA	454	0.5	0.06	
12	MAYONESA	60	g	PESADO	-	-	-	HAMBURGUESA	454	1	0.13	
13	MOSTAZA	40	g	PESADO	-	-	-	HAMBURGUESA	454	1	0.09	
14	PAPA CHAUCHA	200	g	PESADO	GAJOS	CONCENTRACION	FREIR	GUARNICION	1000	1	0.20	
15	ACEITE	100	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	FREIR	GUARNICION	1000	2	0.20	
<b>PREPARACION:</b> Tomamos la carne de llama y mezclamos con el ajo, huevos, pan molido, sal y pimienta, formamos bolitas de 200 gr aproximadamente, con la ayuda de papel plástico film la masa y colocamos en la plancha hasta que tome un color característico. Acompañamos con pan, mayonesa, lechuga, tomate, cebolla, carne hamburguesa, queso cheddar, mostaza y finalmente papa chaucha frita.									C.T		2.22	
									C.X.P		1.11	
									ERROR	3%	0.03	
									IVA	12%	0.13	
									C.GERENCIA	20%	0.22	
									P.V.P		3.50	

#### Ilustración 6-4: Receta estándar

Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

#### **4.4.8. Requerimiento de talento humano**

##### **4.4.8.1. Área de producción**

#### **Cocinero**

##### **Funciones:**

- Responsable de organizar y planificar el trabajo dentro del área de producción.
- Dominar la interpretación y elaboración de menús.
- Conocimiento sobre manipulación de alimentos.
- Charlas y capacitaciones a sus subordinados en la cocina.

##### **Perfil:**

- Titulo o certificaciones aprobadas en el área de cocina.
- Experiencia de 2 años mínimo.
- Buenas referencias de trabajo.

#### **Ayudante de cocina**

##### **Funciones:**

- Colaborar con lo que le disponga el cocinero.
- Mantener el área de producción total orden.
- Mantener limpios utensilios, materiales de cocina y equipos.

##### **Perfil:**

- Conocimientos básicos en el área de cocina, certificados de cursos de cocina.
- Eficiencia y flexibilidad en horario laboral.
- Tener buen estado físico.
- Experiencia de 2 años mínimo.

#### 4.4.9. Diseño de la planta



**Ilustración 7-4:** Diseño de la planta  
Elaborado por: Sergio Usca, 2017.

#### **Análisis:**

La cafetería estará conformada por el área de producción en donde se elabora y montan los alimentos y bebidas esta se encontrará muy cerca del área de servicio, facilitando el transporte de los mismos y esta estará conformada por equipos, materiales y utensilios de cocina. La bodega se mantendrá en conexión con la cocina y estará equipada con refrigeradores y congeladores para el previo almacenaje de los alimentos y bebidas también esta se mantendrá junto al área de recepción de materia prima en donde se mantendrá un riguroso control de calidad. El comedor estará constituido por 7 mesas redondas con 4 sillas para cada mesa y una mesa familiar de forma ovalada con 8 sillas sumado todo esto tenemos la capacidad de atención para 36 clientes, al costado se encuentra la caja para realizar la respectiva cancelación del consumo del menú. Dispondrá de dos servicios sanitarios a disposición de los clientes y mantendrá visible las señaléticas respectivas de acuerdo al género, También contará con servicio de estacionamiento privado para la estadía temporal de los clientes. Finalmente, el establecimiento constará de una salida de emergencia para la correcta evacuación en caso de cualquier inconveniente.

#### 4.4.10. Estructura de costos de producción

**Tabla 32: Servicios Básicos**

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
<b>TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO \$ MENSUAL</b>	<b>COSTO \$ ANUAL</b>
<b>Luz</b>	200	0,11	kw/h	22,00	264,00
<b>Teléfono</b>	150	0,09	mm	13,50	162,00
<b>Internet</b>	Ilimitado	22,00	Megas	22,00	264,00
<b>Agua</b>	26	0,49	m3	12,74	152,88
<b>TOTAL</b>				<b>70,24</b>	<b>842,88</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### Análisis

En los costos de servicios básicos se obtiene un total mensual de \$70,24 los cuales se distribuyen en luz, teléfono, internet y agua beneficios que son necesarios para el funcionamiento del establecimiento.

**Tabla 33: Mantenimiento**

<b>MANTENIMIENTO</b>						
<b>EQUIPOS/INSTALACIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>COSTO \$ SEMESTRAL</b>	<b>COSTO \$ ANUAL</b>	
<b>Horno semi industrial</b>	2	6 MESES	EQUINDECA	15,00	30,00	
<b>Congelador mabe</b>	2	6 MESES	MABE	13,00	26,00	
<b>Refrigerador mabe</b>	2	6 MESES	MABE	13,00	26,00	
<b>Microondas mabe</b>	2	6 MESES	MABE	10,00	20,00	
<b>Cocina industrial</b>	2	6 MESES	HORNOS ANDINOS	13,00	26,00	
<b>Batidora eléctrica oster</b>	2	6 MESES	EQUINDECA	10,00	20,00	
<b>Molino para café</b>	2	6 MESES	EQUINDECA	10,00	20,00	
<b>Licuada oster</b>	2	6 MESES	EQUINDECA	10,00	20,00	
<b>Tuberías y plagas</b>	2	6 MESES	TRULY NOLEN	50,00	100,00	
<b>TOTAL</b>				<b>144,00</b>	<b>288,00</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### Análisis

En esta tabla situamos todos los equipos sometidos a un mantenimiento periódico para su respectivo cuidado o conservación dando un gasto total semestral de \$144.

Activo fijo producción

**Tabla 34: Maquinaria y equipo  
MAQUINARIA Y EQUIPOS**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Molino para café	1	40,00	40,00
Congelador mabe 9 pies	1	360,00	360,00
Refrigerador mabe rma 250 litros	1	410,00	410,00
Exprimidor industrial de naranjas	1	80,00	80,00
Horno semi industrial 3 latas	1	220,00	220,00
Microondas mabe cuf inoxidable	1	155,00	155,00
Cocina industrial en acero 4 quemadores	1	230,00	230,00
Plancha y freidora	1	235,00	235,00
Campana extractora de olores	1	107,00	107,00
Batidora electrica oster 5 velocidades	1	40,00	40,00
Tanque de gas industrial	1	100,00	100,00
Licudadora oster clásica	1	70,00	70,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>2.047,00</b>	<b>2.047,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 35: Combustible  
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES**

COMBUSTIBLES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Gas domestico	4	3,00	12,00	36,00	144,00
<b>TOTAL</b>				<b>90,00</b>	<b>360,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

### Análisis

En la tabla de Combustibles y Lubricantes encontramos el consumo mensual de 1 unidad de gas industrial y 4 unidades de gas doméstico, obteniendo así un gasto total anual de \$360.

**Tabla 36:** Depreciación activos fijos

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>BIEN</b>	<b>VALOR (SIN IVA )</b>	<b>AÑOS VIDA</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR ANUAL</b>
<b>Maquinaria y equipos</b>	2.047,00	10	204,70	184,23
<b>Equipo de computo</b>	550,00	3	16,50	177,83
<b>Muebles y enseres</b>	2.290,00	10	229,00	206,10
<b>TOTAL</b>	<b>4.887,00</b>		<b>450,20</b>	<b>568,16</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

Tomando en cuenta los estándares de depreciación de los enseres se llegó a un precio de depreciación anual de 568,16 dólares que son de maquinarias y equipos, equipo de cómputo y muebles y enseres.

#### 4.4.10.1. Materia prima

**Tabla 37: Materia Prima**  
**COSTO DE MATERIA PRIMA**

<b>TIPO DE RECETA ESTÁNDAR</b>	<b>CANTIDAD DIARIA</b>	<b>CANTIDAD SEMANAL</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>COSTO POR PAX</b>	<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>	<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>
<b>Empanadas de verde</b>	10	70	280	3.360	0,34	95,34	1.144,12
<b>Tortillas de maíz</b>	10	70	280	3.360	0,28	79,74	956,91
<b>muchines de yuca</b>	10	70	280	3.360	0,32	0,72	1.078,82
<b>Bolones de verde</b>	10	70	280	3.360	0,34	96,16	1.153,92
<b>Humitas</b>	10	70	280	3.360	0,34	96,21	1.154,54
<b>Buñuelos con miel</b>	10	70	280	3.360	0,30	82,69	992,26
<b>Picadita de paramo</b>	10	70	280	3.360	1,76	491,51	5.898,09
<b>Picadita de mar</b>	5	35	140	1.680	1,55	217,04	2.604,50
<b>Hamburgues a andina</b>	10	70	280	3.360	1,11	310,91	3.730,98
<b>Dulce de higos con queso</b>	5	35	140	1.680	0,33	46,01	552,11
<b>Dulce de zapallo con queso</b>	5	35	140	1.680	0,31	42,85	514,18
<b>Morocho de dulce</b>	5	35	140	1.680	0,27	37,38	448,54
<b>Torta de camote</b>	5	35	140	1.680	0,27	37,20	446,38

Mousse de taxo	5	35	140	1.680	0,34	47,66	571,92
Quimbolitos	10	70	280	3.360	0,34	96,07	1.152,8 7
Jugo de naranja	5	35	140	1.680	0,25	35,56	426,72
Jugo de guanábana	5	25	100	1.200	0,33	32,50	390,00
Limonada imperial	10	50	200	2.400	0,32	63,33	760,00
Batido de mora	5	25	100	1.200	0,35	34,50	414,00
Batido de fresa y piña	5	25	100	1.200	0,34	34,18	410,12
Batido de fresa	5	25	100	1.200	0,33	32,88	394,59
Chocolate caliente	10	50	200	2.400	0,30	59,01	708,17
Café americano	10	50	200	2.400	0,28	56,94	683,27
Cappuccino	10	50	200	2.400	0,29	58,88	706,53
Mocacino	10	50	200	2.400	0,35	69,46	833,54
Agua aromática de anís	10	50	200	2.400	0,11	21,22	254,59
Canelazo	5	25	100	1.200	0,17	17,28	207,39
Chicha de jora	5	25	100	1.200	0,21	21,18	254,15
Chucula	5	25	100	1.200	0,33	32,62	391,46
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>	<b>1.350</b>	<b>5.400</b>	<b>64.800</b>	<b>12,15</b>	<b>2.347,04</b>	<b>29.234, 60</b>
				<b>COSTO TOTAL PROMEDIO</b>	<b>0,42</b>	<b>80,93</b>	<b>1008,0 9</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

### Análisis

En la presente tabla apreciamos todas las preparaciones con los respectivos costos y promedios empezando con el costo unitario que es de \$12,15 con un promedio de \$0,42; costo mensual de \$2.347,04 con un promedio de \$80,93; terminamos con un costo anual de \$29.234,60 con un promedio de \$1008,09.

#### 4.4.10.2. Mano de obra directa

**Tabla 38: MOD Producción**

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES	
				12,15 (11,15% APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)	
Cocinero	390,00	1.170,00	4.680,00		568,62
Ayudante de cocina	386,00	1.158,00	4.632,00		562,79
<b>TOTALES:</b>	<b>776,00</b>	<b>1.170,00</b>	<b>9.312,00</b>		<b>1.131,41</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

4.4.10.3. Costos indirectos de fabricación

**Tabla 39: CIF Menaje y Vajilla**

<b>MENAJE Y VAJILLA</b>			
<b>BIEN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cucharones medianos	2	2,50	5,00
Tamiz	2	1,00	2,00
Bolw grande	5	3,00	15,00
Bolw mediano	5	2,00	10,00
Bolw pequeño	5	1,00	5,00
Espátula de goma 10 hr	1	5,50	5,50
Molde redondo con cerradura	2	5,00	10,00
Pinzas grandes	2	3,00	6,00
Tabla de picar alimentos	2	4,25	8,50
Cebollero	2	10,00	20,00
Puntilla	2	2,50	5,00
Sarten de teflón mediano tramontina	1	18,20	18,20
Cacerola mediana	1	28,00	28,00
Ollas tramontina 6 piezas	1	70,00	70,00
Bases rectangulares de piedra 30x20	10	3,00	30,00
Platos de madera 8 cm de diámetro	12	3,00	36,00
Tiesto de barro	1	10,00	10,00
Vajilla de barro redondas 8 cm de diámetro	12	1,00	12,00
Vajilla de barro redondas 14 cm de diámetro	10	2,00	20,00
Mini pailas de bronce	8	5,00	40,00
Cristalería vaso grande 8 onzas	12	0,90	10,80
Cristalería vaso grande 10 onzas	12	1,00	12,00
Jarros para capuchino	12	1,25	15,00
Cucharitas para postre	12	0,45	5,40
Cuchillos grandes	12	0,50	6,00
Tenedores grandes	12	0,50	6,00
Bandejas plásticas antideslizantes	2	4,50	9,00
Tazas para café de cerámica 8 onzas	12	1,50	18,00
Azucareros	7	1,50	10,50
Saleros	7	1,00	7,00
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>	<b>193,05</b>	<b>455,90</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 40: Suministros y Materiales**  
**SUMINISTROS Y MATERIALES**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Esfero azul	2	0,40	0,80
Escoba	2	3,00	6,00
Desinfectante floral	2	1,80	3,60
Cloro 1 lt	1	1,25	1,25
Gel antibacterial	1	3,00	3,00
Trapeador	2	3,50	7,00
Espanja lava platos	3	0,60	1,80
Crema lava vajillas	1	8,00	8,00
Contenedor plástico de basura grande	3	8,00	24,00
Funda para basura (ciento)	1	6,00	6,00
Papel higiénico	3	3,00	9,00
Aromatizantes	3	2,50	7,50
Recogedor de basura	2	2,50	5,00
Papel film	1	2,30	2,30
Papel aluminio	1	2,50	2,50
Limpiones	7	1,00	7,00
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>43,55</b>	<b>94,75</b>
	<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>		<b>284,25</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 41: Materiales Indirectos**  
**MATERIALES INDIRECTOS**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Fundas negras pequeñas 50	1	0,90	0,90
Vasos plásticos paquete	1	2,30	2,30
Contenedor de alimentos 5x5 llano	1	2,38	2,38
Servilletas 300	1	2,13	2,13
Cucharas plásticas x 100	1	0,70	0,70
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>8,41</b>	<b>8,41</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>100,92</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 42: CIF Inventario**  
**CIF INVENTARIOS**

MENAJE Y VAJILLA	193,05	455,90
SUMINISTROS Y MATERIALES	43,55	284,25
MATERIALES INDIRECTOS	8,41	100,92
<b>SUB-TOTAL INVENTARIOS</b>		<b>841,07</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

## Análisis:

Los costos indirectos de fabricación se dividen en tres grupos, tenemos el Menaje y la Vajilla que acumula un gasto total de \$455,90; Los Suministros y Materiales con un gasto total de \$284,25 seguido de los Materiales Indirectos con un gasto total de \$100,92 finalmente con un resultado da un total de \$841,07.

### 4.4.11. Determinación de activos fijos para producción

**Tabla 43: Maquinaria y Equipos**  
**MAQUINARIA Y EQUIPOS**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Molino para café	1	40,00	40,00
Congelador mabe 9 pies	1	360,00	360,00
Refrigerador mabe rma 250 litros	1	410,00	410,00
Exprimidor industrial de naranjas	1	80,00	80,00
Horno semi industrial 3 latas	1	220,00	220,00
Microondas mabe cuf inoxidable	1	155,00	155,00
Cocina industrial en acero 4 quemadores	1	230,00	230,00
Plancha y freidora	1	235,00	235,00
Campana extractora de olores	1	107,00	107,00
Batidora eléctrica oster 5 velocidades	1	40,00	40,00
Tanque de gas industrial	1	100,00	100,00
Licuada oster clásica	1	70,00	70,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>2.047,00</b>	<b>2.047,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 44: Activos Fijos Muebles y Enseres**  
**MUEBLES Y ENSERES**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas de trabajo acero inoxidable	1	70,00	70,00
<b>TOTAL</b>		<b>70,00</b>	<b>70,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 45:** Total de Activos Fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
<b>Maquinaria y equipo</b>	2.047,00	2.047,00
<b>Equipo de computo</b>	550,00	550,00
<b>Muebles y enseres</b>	1.350,00	2.290,00
<b>SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>4.887,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

**Análisis**

Los activos fijos están constituidos por tres costos empezando por la Maquinaria y Equipos con un total de \$2.047,00, el Equipo de Computo con un costo total de \$550,00 y los Muebles y Enseres con un costo total de \$2.290,00 que sumado da el resultado de \$4.887,00 en activos fijos.

**4.4.12. Programa pre operativo o gastos de experimentación****Tabla 46:** Programa pre operativo del emprendimiento

<b>PROGRAMA PRE OPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN</b>					
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>M.P</b>	<b>COSTO POR TIEMPO \$</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Pruebas</b>	<b>Chef administrador</b>	1:00	9	3,45	13,79
<b>Muestras</b>	<b>Cocinero</b>	1:00	3	2,99	5,98
<b>Degustaciones</b>	<b>Ayudante de cocina</b>	1:00	3	2,23	4,45
<b>Control de calidad</b>	<b>Chef administrador</b>	1:00	0	1,60	3,15
<b>TOTAL</b>				<b>10,26</b>	<b>27,37</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

**Análisis:**

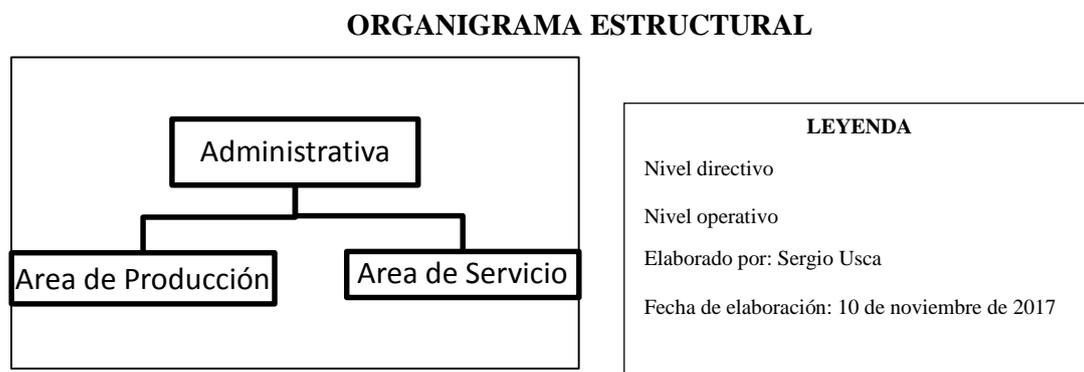
En el programa pre operativo o gastos de experimentación, encontramos las pruebas en donde tienen un costo total de \$13,97; las muestras con un costo total de \$5,98; seguido de las degustaciones con un costo total de \$4,45; y con un riguroso control de calidad con el costo total de \$3,15; el personal encargado actúa con profesionalismo y dedicación de tiempo, dando un costo total operativo de \$27,37

## 4.5. Estudio administrativo, legal y ambiental

### 4.5.1. Organización

- “MIMBRE” Cafetería estará administrado por un gerente que se encargará de crear gestiones estratégicas, formular y aplicar un plan de negocios, se encarga de llevar las declaraciones contables y estados de cuenta semestralmente, también controlará áreas como son:
- El área de producción se encuentra dirigido por el cocinero, el cual se encarga de la elaboración de alimentos y bebidas teniendo en cuenta las condiciones higiénicas así también como mantener comunicado al gerente de cualquier deficiencia que encuentre, elaboración menús semanalmente, contara con el ayudante de cocina el cual interviene en el trato correspondiente a la materia prima así también como para la elaboración de alimentos y bebidas, mantiene limpia la vajilla y los utensilios y equipos de cocina.
- El área de servicio estará dirigida por una sola persona el cual hará el papel de cajero a cobrar y facturar las ordenes y el papel de mesero el cual se encarga del servicio de alimentos y bebidas, así como la limpieza de la cafetería.

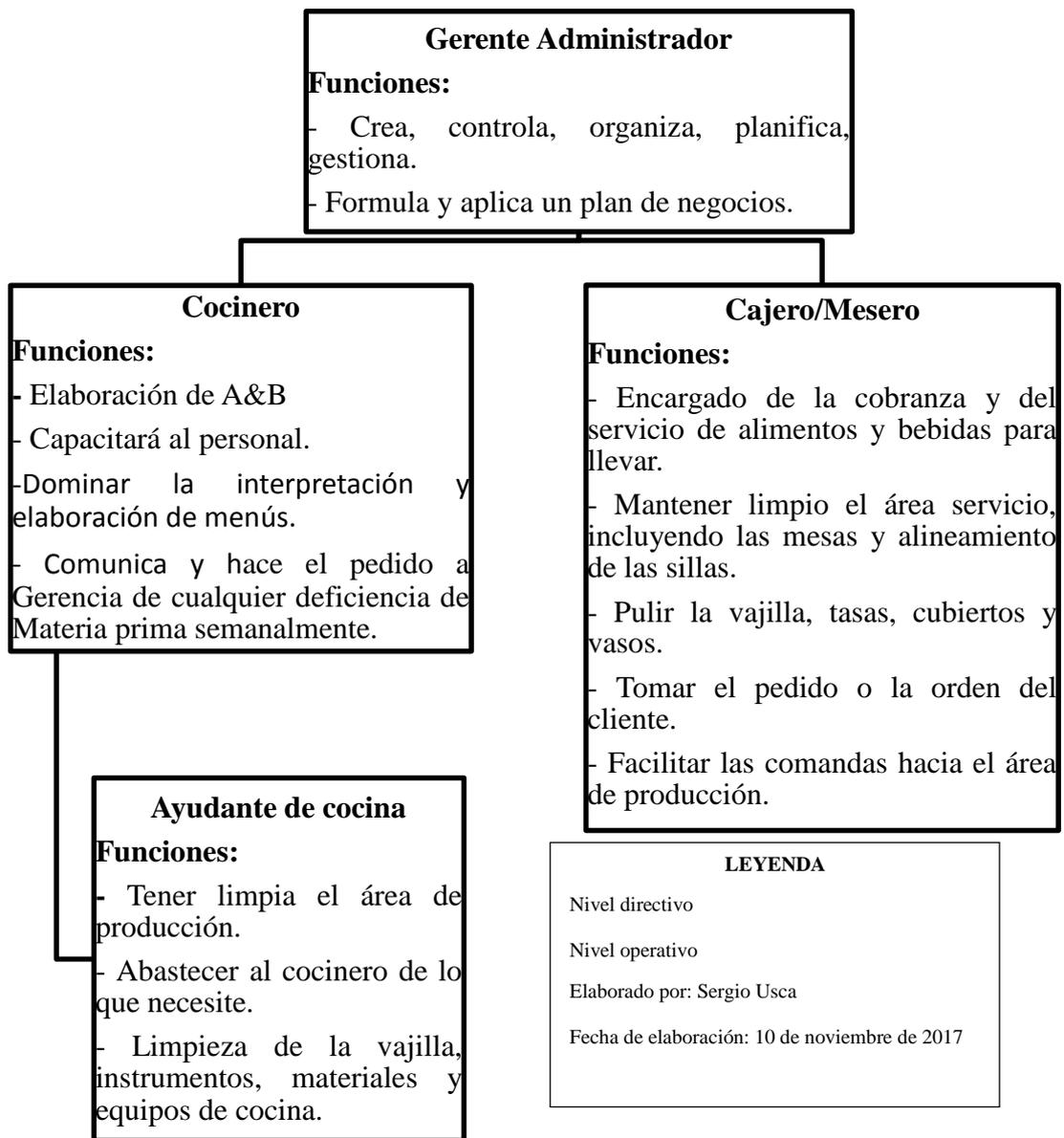
### 4.5.2. Organigrama estructural



**Grafico 17:** Organigrama estructural  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

### 4.5.3. Organigrama funcional

#### ORGANIGRAMA FUNCIONAL



**Gráfico 18:** Organigrama funcional  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.5.4. Proceso de selección y contratación del talento humano

##### Recepción de carpetas

Para comenzar con el proceso vamos a socializar los puestos de trabajo mediante recepción de carpetas.

##### Selección de carpetas

Se realiza una revisión total de sus documentos habilitantes y su currículum vital, así se encuentra el personal acorde al puesto de trabajo.

##### Contratación

Aquí se procede a la contratación de los candidatos más capaces y mejor capacitados para ocupar dicho puesto, así dentro de la contratación se procede a afiliar al sistema del IESS, como manda la ley del trabajo.

##### Inducción

Se procede a dar las respectivas instrucciones de las funciones a desempeñar dentro del establecimiento, junto a esto se le entrega el manual de funciones y el reglamento interno de la empresa.

**Tabla 47:** Profesiográficas del Gerente

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Gerente Administrador	Jefe de producción y de servicios	8:00 a 16:00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Administrativa	-	09/05/2018	\$ 874.80	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
Persona que dirige todas las áreas de la cafetería, llevará el registro semanal de ingresos y egresos. Crea, planifica, gestiona, organiza y controla áreas de producción y servicio para garantizar productos de calidad.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"><li>- Inspecciona el área de producción y servicio, elabora un informe de estado financiero para previa presentación a gerencia.</li><li>- Controla los ingresos y egresos para evitar problemas con el capital de trabajo.</li><li>- Mantiene y hace cumplir las normas de control de calidad en los productos.</li></ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"><li>- Título de tercer nivel en Gestiones gastronómicas.</li><li>- Buenas referencias de trabajo.</li><li>- Experiencia de 2 años como mínimo.</li></ul>				

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

**Tabla 48:** Profesiográfica del cocinero

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Cocinero(a)	Ayudante de cocina	07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Producción	Gerente Administrador	09/05/2018	\$ 568,62	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
Liderazgo en su área, encargado del proceso de producción, solvencia ante cualquier situación en la cocina, comunica y hace el pedido a Gerencia de cualquier deficiencia de Materia prima semanalmente.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable de organizar y planificar el trabajo dentro del área de producción.</li> <li>- Dominar la interpretación y elaboración de menús.</li> <li>- Conocimiento sobre manipulación de alimentos.</li> <li>- Charlas y capacitaciones a sus subordinados en la cocina.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título o certificaciones aprobadas en el área de cocina.</li> <li>- Experiencia de 2 años como mínimo.</li> <li>- Buenas referencias de trabajo.</li> </ul>				

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 49:** Profesiográfica del ayudante de cocina

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Ayudante(a) de cocina		07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Producción	Cocinero	09/05/2018	\$ 562,79	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
El ayudante de cocina se mantendrá a las órdenes del cocinero y mantendrá el área de producción en orden.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaborar con lo que le disponga el cocinero.</li> <li>- Mantener el área de producción total orden.</li> <li>- Mantener limpios utensilios, materiales y equipos de cocina.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos básicos en el área de cocina, certificados de cursos de cocina.</li> <li>- Eficiencia y flexibilidad en horario laboral.</li> <li>- Tener buen estado físico.</li> <li>- Experiencia de 2 años como mínimo.</li> </ul>				

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sergio Usca, 2017

**Tabla 50:** Profesiográfica del cajero/mesero

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Cajero(a)/Mesero(a)	-	07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Comercial	Gerente Administrador	09/05/2018	\$ 562,79	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
Esta encargado de toda el área de servicio en el establecimiento, contacto directo con los clientes, encargado de la cobranza y del servicio de alimentos y bebidas, mantendrá limpio el área servicio, tomará el pedido o la orden del cliente y la facilitará hacia el área de producción.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio directo con los clientes para tomar la orden del cliente.</li> <li>- Encargado de la cobranza y el servicio de alimentos.</li> <li>- Encargado de pulir vajilla, cubiertos, vasos y tazas.</li> <li>- Encargado de dar la bienvenida al cliente.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos en el área de contabilidad y servicio.</li> <li>- Tener buen estado físico.</li> <li>- De buena presencia.</li> <li>- Experiencia de 2 años mínimo.</li> </ul>				

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

#### ***4.5.5. Manual de funciones***

El manual de funciones tiene como objetivo definir funciones y responsabilidades dentro del establecimiento, jerárquicamente se definen y establecen los distintos niveles jerárquicos de los entes de la organización.

El manual funciones ayuda a controlar las funciones generales y los cargos designados a los trabajadores de la cafetería “MIMBRE” brindando un ambiente favorable que beneficie al buen desempeño del empleado, así también diseñar un sistema de evaluación del desempeño para de este modo retenerlos.

En dicho manual se enunciará las funciones de cada uno de los empleados, mencionando lo que se realizará en cada una de las áreas, detallando la organización y definiendo sus fines como empresa.

En conclusión, se busca cumplir con los objetivos planteados por la empresa “MIMBRE” Cafetería.

El manual se encuentra en el Anexo “E” Manual de funciones.

#### ***4.5.6. Marco legal***

##### ***4.5.6.1. La ley del artesano***

Se conoce como artesanos a los trabajadores que realicen trabajos con sus propias manos y de manera independiente esto quiere decir que no pertenece a asociaciones, cooperativas o gremios siempre y cuando no sobre pasen los activos fijos. Para calificarse como artesano la Junta de defensa del artesano a través de la unidad de calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en 164 ramas artesanales determinadas en Reglamento de calificaciones y Ramas de trabajo y estas se dividen en rama de producción y de servicio. (Valenzuela, 2017)

Para calificarse deberá cumplir con varios requisitos legales, personales y generales que se tendrá que presentar junto con un formulario en las juntas a nivel nacional para que se realice una respectiva inspección y determine si se cumple o no con los requisitos vigentes. (Valenzuela, 2017)

Para obtener la calificación de un Taller artesanal, el artesano debe solicitar al Presidente de la junta nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del artesano, según corresponda, adjuntado los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la junta)
- Copia de Título Artesanal
- Carnet actualizado de gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia de papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia de certificado de la recalificación anterior (Valenzuela, 2017)

#### 4.5.6.2. *Permisos requeridos para su funcionamiento*

**Tabla 51: Permisos funcionamiento**

<b>PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</b>	
N.-	REQUISITOS
1	Inscripción del negocio al SRI
2	Registro de patente Municipal
3	Pago de vigilancia
4	Tasa de habilitación Establecimiento
5	Permiso del Ministerio de Salud
6	Pago anual a los Bomberos
7	Registro del Ministerio de Salud
8	Acta de compromiso para Limpieza de Trampas Grasa

(Galvéz Kruger, 2000, pág. 60)

#### 4.5.6.3. *Mitigar el impacto ambiental*

- Control de plagas
- Reutilización de aceites de consumo
- Clasificación y reciclaje de materiales orgánicos e inorgánicos
- Reducción del consumo de energía eléctrica
- Reducción de consumo de agua

#### 4.5.6.4. Acciones remediales

- El control de plagas es indispensable para la eliminación de roedores e insectos de cualquier tipo ya que estos contaminan la materia prima y producen enfermedades como: Eschericcia Coli y Staphylococcus.
- La reutilización de los aceites y grasas que diariamente son extraídos del área de producción se los puede reutilizar para la elaboración de jabones ya que varias empresas se dedican a la elaboración de las mismas.
- La selección de estos residuos, empezando por separarlos ya que el residuo orgánico sirve como abono para cultivar el suelo, por otro lado, los residuos inorgánicos se los divide por papel y cartón, plásticos, metales, vidrios y otros, así facilitamos su uso previo esto ayudara a reducir la contaminación.
- Para la reducción de consumo de energía se recomienda instalar equipos de control en lugares donde se genera mucho consumo, y también medidas de educación para la concientización de su uso.
- Para reducir el consumo de agua se recomienda realizar charlas de educación sobre el uso suficiente de agua a todo el personal del establecimiento, también la instalación de llaves ahorradoras de agua en toda el área de producción y servicio.

## 4.6. Estudio financiero

### 4.6.1. Análisis de la inversión

**Tabla 52:** Inversión del proyecto  
**INVERSIÓN DEL PROYECTO**

RUBROS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSIÓN
<b>1. Inversiones fijas</b>			<b>5.396,33</b>
Maquinaria y equipo		2.047,00	2.047,00
Equipo de computo		550,00	550,00
Muebles y enseres		2.290,00	2.290,00
Menaje y vajilla		455,90	455,90
Imprevistos (1%)		53,43	53,43
<b>2. Activos diferidos</b>			<b>525,44</b>
Gastos de constitución		219,26	219,26
Gastos de instalación		115,00	115,00
Gastos de publicidad		144,00	144,00
Gastos experimentación		41,98	41,98
Imprevistos (1%)		5,20	5,20
<b>3. Capital de trabajo</b>			<b>15.485,64</b>
Materia prima		7.041,12	7.041,12
Materiales indirectos		25,23	25,23
Mano de obra directa		1.312,16	1.312,16
Combustibles y lubricantes		270,00	270,00
Servicios básicos		632,16	632,16
Gasto arriendo		450,00	450,00
Sueldo ventas		1.298,70	1.298,70
Sueldos administrativos		2.018,70	2.018,70
Suministros y materiales		284,25	284,25
Caja – bancos	2.000,00		2.000,00
Contingencia (1%)		153,32	153,32
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>2.000,00</b>	<b>19.407,41</b>	<b>21.407,41</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

4.6.1.1. Fuentes y Usos

**Tabla 53.** Fuentes del financiamiento  
**FUENTES Y USOS**

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>				
Maquinaria y equipo	2.047,00		2.047,00	
Equipo de computo	550,00		550,00	
Muebles y enseres	2.290,00		2.290,00	
Menaje y vajilla	455,90		455,90	
Imprevistos (1%)	53,43		53,43	
<b>2. ACTIVOS DIFERIDOS</b>				
Gastos de organización	219,26		219,26	
Gastos de instalación	115,00		115,00	
Gastos de publicidad	144,00		144,00	
Gastos de experimentación	41,98		41,98	
Imprevistos (1%)	5,20		5,20	
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Materia prima	7.041,12			7.041,12
Materiales indirectos	25,23		25,23	
Mano de obra directa	1.312,16		1.312,16	
Combustibles y lubricantes	270,00		270,00	
Servicios básicos	632,16		632,16	
Gasto arriendo	450,00		450,00	
Sueldo de ventas	1.298,70		1.298,70	
Sueldos administrativos	2.018,70		2.018,70	
Suministros y materiales	284,25		284,25	
Caja - bancos	2.000,00	2.000,00		
Contingencia (1%)	153,32		153,32	
<b>TOTAL</b>	<b>21.407,41</b>	<b>2.000,00</b>	<b>12.366,29</b>	<b>7.041,12</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.2. Presupuestos

##### 4.6.2.1. Presupuestos de Costos de Producción

**Tabla 54:** Estructura de costos y gastos  
**ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1.COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia prima	29.234,68	30.436,22	31.687,15	32.989,49	34.345,36
Mano de obra directa	10.443,41	10.872,63	11.319,50	11.784,73	12.269,08
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
Materiales indirectos	100,92	105,07	109,39	113,88	118,56
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
Combustibles y lubricantes	360,00	374,80	390,20	406,24	422,93
Mantenimiento	288,00	299,84	312,16	324,99	338,35
Servicios básicos	421,44	438,76	456,79	475,57	495,11
Suministros y materiales	682,20	710,24	739,43	769,82	801,46
Amortización gasto de experimentación	8,40	8,40	8,40	8,40	8,40
Depreciación maquinaria y equipo	184,23	167,65	152,56	138,83	126,34
Depreciación muebles y enseres	41,22	37,51	34,13	31,06	28,27
<b>TOTAL COSTOS PRODUCCIÓN</b>	<b>41.354,81</b>	<b>43.115,81</b>	<b>44.904,59</b>	<b>46.765,34</b>	<b>48.701,18</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

##### 4.6.2.2. Presupuesto de Gastos de Administración

**Tabla 55:** Gastos de administración

<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
Gasto arriendo	1.800,00	1.873,98	1.951,00	2.031,19	2.114,67
Amortización de gasto organización	43,85	43,85	43,85	43,85	43,85
servicios básicos	210,72	219,38	228,40	237,78	247,56
Sueldo	8.074,80	8.406,67	8.752,19	9.111,90	9.486,40
Depreciación muebles y enseres	10,31	9,38	8,53	7,77	7,07
Depreciación equipo de computo	177,83	120,33	81,43	55,10	37,28
Amortización de gastos instalación	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
Suministros y materiales	11,37	11,84	12,32	12,83	13,36
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>9.974,54</b>	<b>10.437,18</b>	<b>10.908,48</b>	<b>11.384,86</b>	<b>11.871,13</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.2.3. Presupuesto de Gastos de Ventas

**Tabla 56:** Gasto de venta

<b>3. GASTO DE VENTAS</b>					
<b>Amortización</b>	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80
<b>gasto publicidad</b>					
<b>Sueldos</b>	5.194,79	5.408,29	5.630,57	5.861,99	6.102,92
<b>Depreciación</b>	154,58	140,66	128,00	116,48	106,00
<b>muebles y</b>					
<b>enseres</b>					
<b>servicios básicos</b>	210,72	219,38	228,40	237,78	247,56
<b>Suministros y</b>	341,10	355,12	369,71	384,91	400,73
<b>materiales</b>					
<b>TOTAL GASTO</b>	<b>5.929,98</b>	<b>5.870,93</b>	<b>6.129,48</b>	<b>6.397,00</b>	<b>6.674,01</b>
<b>DE VENTAS</b>					

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.2.4. Presupuesto financieros

**Tabla 57:** Gasto financiero

<b>4. GASTOS FINANCIEROS</b>					
<b>Interés bancario</b>	1.483,95	989,30	494,65		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1.483,95</b>	<b>989,30</b>	<b>494,65</b>		
<b>FINANCIEROS</b>					
<b>TOTAL DE</b>	<b>58.743,29</b>	<b>60.413,22</b>	<b>62.437,20</b>	<b>64.547,21</b>	<b>67.246,32</b>
<b>COSTOS Y</b>					
<b>GASTOS</b>					

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.3. Estado de pérdidas y ganancias

**Tabla 58:** Estado proforma de resultado  
**ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas netas</b>	76.466,43	79.609,20	82.881,14	86.287,55	89.833,97
<b>(-) Costo de producción</b>	41.354,81	43.115,81	44.904,59	46.765,34	48.701,18
<b>(=) Utilidad bruta</b>	35.111,62	36.493,39	37.976,55	39.522,21	41.132,79
<b>(-) Gasto de administración</b>	9.974,54	10.437,18	10.908,48	11.384,86	11.871,13
<b>(-) Gasto de ventas</b>	5.929,98	5.870,93	6.129,48	6.397,00	6.674,01
<b>(=) Utilidad operativa</b>	19.207,10	20.185,28	20.938,59	21.740,34	22.587,65
<b>(-) Gasto financiero</b>	1.483,95	989,30	494,65	-	
<b>(=) Resultado utilidad y/o</b>	17.723,14	19.195,98	20.443,94	21.740,34	22.587,65
<b>perdida</b>					
<b>(-) Reparto de utilidades</b>					
<b>(=) Utilidad neta</b>	17.723,14	19.195,98	20.443,94	21.740,34	22.587,65

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.4. Estado de situación financiera

**Tabla 59: Balance general**  
**BALANCE GENERAL**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
Activo corriente (capital de trabajo)	15485,64	30749,24	28278,58	25583,05	27552,70	29073,26
Activo fijo	5396,33	5396,33	5396,33	5396,33	5396,33	5396,33
Depreciación acumulada		-568,16	-1136,33	-1704,49	-2272,65	-2840,82
Diferidos (valor amortización anual)	525,44	420,35	315,27	210,18	105,09	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>21407,41</b>	<b>35997,76</b>	<b>32853,85</b>	<b>29485,06</b>	<b>30781,47</b>	<b>31628,77</b>
<b>PASIVOS</b>						
Pasivo corriente (interés bancario)		989,30	494,65	0,00		
Pasivo largo/plazo (crédito bancario)	12366,29	8244,19	4122,10			
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>12366,29</b>	<b>9233,49</b>	<b>4616,75</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	9041,12	9041,12	9041,12	9041,12	9041,12	9041,12
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)		17723,14	19195,98	20443,94	21740,34	22587,65
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9041,12</b>	<b>26764,27</b>	<b>28237,10</b>	<b>29485,06</b>	<b>30781,47</b>	<b>31628,77</b>
<b>TOTAL PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>21407,41</b>	<b>35997,76</b>	<b>32853,85</b>	<b>29485,06</b>	<b>30781,47</b>	<b>31628,77</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.5. Estado de Flujo del Efectivo

**Tabla 60: Flujo del efectivo**

RUBROS	0	1	2	3	4	5
Ventas		76.466,43	79.609,20	82.881,14	86.287,55	89.833,97
Costos Producción		41.354,81	43.115,81	44.904,59	46.765,34	48.701,18
Gasto Administrativo		9.974,54	10.437,18	10.908,48	11.384,86	11.871,13
Gasto Ventas		5.929,98	5.870,93	6.129,48	6.397,00	6.674,01
Gasto Financieros		1.483,95	989,30	494,65		
Amortización act. Diferido		105,09	105,09	105,09	105,09	105,09
Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		17.723,14	19.195,98	20.443,94	21.740,34	22.587,65
Utilidad Neta		17.723,14	19.195,98	20.443,94	21.740,34	22.587,65
Depreciaciones		568,16	475,53	404,66	349,24	304,95
Amort.Act. Nominal		105,09	105,09	105,09	105,09	105,09

Inversión Maq. Y Equip.	2.047,00					
Inv. Terreno y Obra Física						
Inversión Otros	3.295,90					
Inv. Act. Nominal	525,44					
Inv. Capital de Trabajo Vehículo	15.485,64					
Imprevisto	53,43					
Recup. Capital Trabajo Préstamo						
Amort. Préstamo		- 4.122,10	- 4.122,10	- 4.122,10		
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>21.407,41</b>	<b>14.274,30</b>	<b>15.654,51</b>	<b>16.831,59</b>	<b>22.194,67</b>	<b>22.997,69</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.6. Evaluación Económica

##### 4.6.6.1. Prueba acida

$$PRUEBA \acute{A}CIDA = \frac{\text{Activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$PRUEBA \acute{A}CIDA = \frac{11118,38 - 1299,65}{6735,91}$$

1,65

La prueba acida nos indica la viabilidad del proyecto, dándonos un resultado positivo del \$1,65 que se recupera por cada dólar invertido.

$$VAN = \frac{F1}{(1+i)^{n^1}} + \frac{F2}{(1+i)^{n^2}} \dots - OI$$

#### 4.6.7. Evaluación Financiera

VAN

**Tabla 61: Valor actual neto**

<b>TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>				
N°	FNE	$(1 + i)^n$	$FNE/(1 + i)^n$	
<b>INVERSIÓN</b>	-	21.407,41	-	21.407,41
<b>1</b>	14.274,30	1,12		12.744,91
<b>2</b>	15.654,51	1,25		12.479,68
<b>3</b>	16.831,59	1,40		11.980,39
<b>4</b>	22.194,67	1,57		14.105,12
<b>5</b>	22.997,69	1,76		13.049,51
	<b>TOTAL</b>			<b>42.952,20</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

TIR

**Tabla 62: Tasa interna de retorno (TIR)**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)</b>	
TASA DE DESCUENTO	VAN
<b>0%</b>	\$ 70.545,35
<b>8%</b>	\$ 50.557,80
<b>9%</b>	\$ 48.531,63
<b>10%</b>	\$ 46.591,68
<b>11%</b>	\$ 44.733,31
<b>12%</b>	<b>\$ 42.952,20</b>
<b>13%</b>	\$ 41.244,26
<b>14%</b>	\$ 39.605,70
<b>15%</b>	\$ 38.032,92
<b>TIR</b>	<b>70%</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

RB/C

**Tabla 63:** Relación beneficio costo  
**RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

TASA DE DESCUENTO		12%	
Nº	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
	-	21.407,41	
<b>1</b>		79.609,20	41.354,81
<b>2</b>		82.881,14	43.115,81
<b>3</b>		86.287,55	44.904,59
<b>4</b>		89.833,97	46.765,34
<b>5</b>		-	48.701,18
		TOTAL INGRESO	255.660,87
		TOTAL COSTO	132.978,02
		(=) COSTO+INVERSION	111.570,61
		<b>RB/C</b>	<b>1,92</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

PRI

**Tabla 64:** Periodo de recuperación de la inversión (PRI)  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**

AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN	PARCIAL DEL AÑO	PRI
<b>0</b>	-	-	-		
	21.407,41	21.407,41	21.407,41		
<b>1</b>			-		
	14.274,30	14.274,30	7.133,11		
<b>2</b>					
	15.654,51	29.928,81	22.795,70	1,46	2,46
<b>3</b>					
	16.831,59	46.760,40	69.556,10	4,13	5,13
<b>4</b>					
	22.194,67	68.955,07	138.511,18	6,24	7,24
<b>5</b>					
	22.997,69	91.952,76	230.463,94	10,02	11,02
<b>TOTAL</b>	<b>70.545,35</b>			<b>21,85</b>	<b>25,85</b>

Fuente: Investigación de campo  
Realizado por: Sergio Usca, 2017

## Punto de equilibrio

**Tabla 65: Punto de equilibrio**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Costo fijo	15.485,64
Precio	1,26
Costo variable	0,42
Punto de equilibrio	18.391,73
Utilidad	0

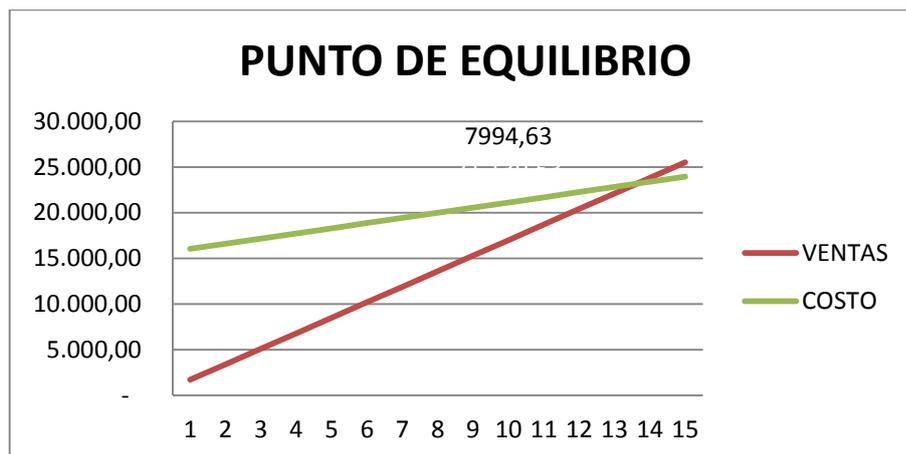
**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017

## Utilidades

**Tabla 66: Utilidades**

<b>UNIDADES</b>	<b>VENTAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>UTILIDADES</b>
1.350	1.702,07	16.051,03	- 14.348,95
2.700	3.404,15	16.616,42	- 13.212,27
4.050	5.106,22	17.181,81	- 12.075,58
5.400	6.808,30	17.747,19	- 10.938,90
6.750	8.510,37	18.312,58	- 9.802,21
8.100	10.212,45	18.877,97	- 8.665,52
9.450	11.914,52	19.443,36	- 7.528,84
10.800	13.616,60	20.008,75	- 6.392,15
12.150	15.318,67	20.574,14	- 5.255,47
13.500	17.020,75	21.139,53	- 4.118,78
14.850	18.722,82	21.704,92	- 2.982,10
16.200	20.424,90	22.270,31	- 1.845,41
17.550	22.126,97	22.835,70	- 708,73
18.900	23.829,05	23.401,09	427,96
20.250	25.531,12	23.966,47	1.564,65

**Fuente:** Investigación de campo  
**Realizado por:** Sergio Usca, 2017



**Grafico 19:** Punto de equilibrio  
 Elaborado por: Sergio Usca, 2017

#### 4.6.8. Evaluación social

**Tabla 67:** Evaluación social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0,0024%

Fuente: Investigación de campo  
 Realizado por: Sergio Usca, 2017

A través de la creación de una cafetería con estilo rústico en el cantón Riobamba, la Evaluación social tiene como propósito ayudar a retomar una tradición en el servicio rustico y la implementación de elaboraciones a base de productos autóctonos de la zona, señalando los beneficios que puede generar mediante la atención y asesoría a la sociedad del cantón Riobamba, ya que viene a promover y retomar dichas costumbres en el ámbito gastronómico, cumpliendo con los intereses de los clientes por tener una alimentación sana y buena condición física. Dentro de la sociedad de la ciudad de Riobamba se contribuye nuevos proyectos de rescate de costumbres, construyendo a la creación de un cantón diferente, con buenos recursos y direccionado hacia el sostenimiento de nuestras costumbres. Aportando con el 0,0024% de empleo a la provincia de Chimborazo.

#### ***4.6.9. Evaluación ambiental***

La creación de la cafetería rústica en el cantón Riobamba, con el paso del tiempo podría causar un impacto ambiental ya que aumentaría el consumo de servicios básicos, para esto se pretende optimizar estos recursos aportando para la conservación del medio ambiente. La factibilidad de este proyecto se somete a las reglamentaciones ambientales y por ende se contará con el reciclaje respectivo de residuos orgánicos e inorgánicos, recolección de aceites de consumo, control de plagas, educación para la concientización de uso de recursos para así disminuir dicho impacto al ambiente.

#### **4.30. Conclusiones y Recomendaciones**

##### **Conclusiones**

- Se ha realizado el estudio de mercado en el cantón Riobamba, se asevera que existe una cantidad alta de personas que prefieren las cafeterías con estilo rústico, así se concluye con la existencia de la demanda insatisfecha, obteniendo mediante este indicador viabilidad en el proyecto.
- Se concluye recalcando la importancia que tiene el realizar un plan de empresa identificando, describiendo y analizando una oportunidad de negocio concreta. Para ello se elaboró un manual de funciones específicas para cada área de la cafetería.
- Se concluye afirmando que al realizar el estudio financiero determinamos la factibilidad de la creación de la cafetería rústica en el cantón Riobamba contando con los siguientes resultados: Valor Actual Neto (VAN) positivo es igual a \$42.952,20, la Taza Interna de Retorno (TIR) es de 70%, la Relación Beneficio/Costo es de \$1.92 y el periodo de recuperación de la inversión será en 2 años 5 meses con 12 días. Lo que indica que el proyecto es viable.
- Se realizó una encuesta para determinar el estilo rústico en cuanto a la infraestructura, productos y servicios, donde la demanda se inclina por la utilización de materiales como la madera, piedra, barro y bronce, así como el empleo de alimentos tradicionales andinos, como es la papa chaucha, chochos, amaranto, trigo, camote entre otros, también el uso de indumentaria de servicio con vestimenta tradicional indígena.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda la ejecución adecuada del estudio de mercado, para la obtención de datos importantes que son secuencia para continuar con la viabilidad del proyecto.
- Realizar las actividades como indica el manual de funciones para complementar una tarea sin cometer errores.
- Al contar con un estado financiero positivo, es recomendable ejecutar el proyecto de la cafetería rústica debido a su gran rentabilidad.
- Es de gran importancia mantener la creatividad y renovación periódica de la infraestructura, productos y servicios en la cafetería rústica, y así cumplir con la expectativa de los clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abu, S.** (2013). *El valor nutricional del café y su aporte a la salud de la persona*. Obtenido de: <http://rpp.pe/lima/actualidad/el-valor-nutricional-del-cafe-y-su-aporte-a-la-salud-de-la-persona-noticia-604506>
- Alegsa, L.** (2016). *Definición de factibilidad*. Obtenido de: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Armendáriz, J. L.** (2012). *Seguridad e higiene en la manipulación de alimentos*. Madrid.
- Armendáriz, J. L.** (2012). *Seguridad e higiene en la manipulación de Alimentos*. Madrid: Ediciones Parainfo. SA.
- Breyner Martínez, E. P.** (2010). *Estudio técnico*. Barranquilla: Atlantico.
- Córdoba Padilla, M.** (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- DefinicionABC.** (2018). *Definición de temática*. Obtenido de: <https://www.definicionabc.com/general/tematica.php>
- Definiciones.de.** (2018). *Definición de rústico*. Obtenido de: <http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/rustico.php>
- DEPORTIVOS, A. S.** (2017). *7 tipos de café más populares*. Obtenido de: <https://www.saludconsultas.org/7-tipos-populares-de-cafe/1837>
- Editorial Definición, M.** (2015). *Definición de Creación*. Obtenido de: <https://definicion.mx/creacion/>
- Entrepreneur.** (2015). *40 secretos para incrementar tus ventas*. Obtenido de: <https://www.entrepreneur.com/article/268441>
- Espinoza, S.** (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Editorial tecnologica de Costa Rica.
- Gallego, J. F.** (2006). *Manual práctico de cafetería y bar*. España: Thomson paraninfo .
- Galvéz Kruger, M. A.** (2000). *Estudio comparativo de la legislación sobre la actividad artesanal*. Lima: UNIFEM.
- García Ortiz, F. P.** (2012). *Operaciones básicas y servicio de bar y cafetería*. España: Paraninfo.
- Gerencie.com.** (2010). *Emprendimiento*. Obtenido de: <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Gottau, G.** (2010). *Análisis nutricional de una taza de café*. Obtenido de: <https://www.vitonica.com/alimentos/analisis-nutricional-de-una-taza-de-cafe>
- Herrera, M.** (2008). *Estudios de Impacto Ambiental a Empresas*. Obtenido de: <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>

- Leonie, L. C.** (2010). *Alimentos y bebidas*. MÉXICO: CONTINENTAL, S. A.
- Márquez, C.** (2015). *El atuendo marca a la mujer de Chimborazo*. Obtenido de: El comercio:  
<https://www.elcomercio.com/tendencias/mujeres-indigenas-chimborazo-atuendo.html>
- Martínez, C.** (2014). *Celestino Martínez*. Obtenido de:  
<http://celestinomartinez.com/2014/06/24/los-elementos-de-la-experiencia-de-cliente-que-deciden-donde-tomas-el-cafe/>
- Mundodelcafé.** (2017). *El café ha conquistado el mundo*. Obtenido de:  
<https://www.mundodelcafe.com/historia.htm>
- Pacheco Coello, C. E.** (2016). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Ciudad de México.
- Pérez Porto, J.** (2014). *Definición de indígena*. Obtenido de: <https://definicion.de/indigena/>
- Pérez, J.** (2010). *Definición de café*. Obtenido de: <http://definicion.de/cafe/>
- Pérez, J.** (2012). *Definición de café*. Obtenido de: <http://definicion.de/cafe/>
- Romero, X.** (2012). *Grupos étnicos del Ecuador*. Obtenido de:  
<http://etnias2012.blogspot.com/2012/10/sierra.html>
- Valenzuela, S.** (2017). *Impuestolisto*. Obtenido de: <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>

## ANEXOS

### Anexo A: Cuestionario



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



**Reciba un cordial saludo.** La presente encuesta, tiene como objetivo conseguir información referente a la factibilidad para creación de una cafetería rústica en el cantón Riobamba.

**INSTRUCCIONES:** Señale con una X la respuesta que usted considere.

**INTRODUCCIÓN:** Una cafetería rústica es un establecimiento que ofrece alimentos y bebidas, se caracteriza por tener un estilo fuera de lo común, en donde se utiliza materiales propios de la región para su decoración y el servicio, lugar con detalles vistosos que llama la atención de los comensales.

#### PREGUNTAS:

1.- ¿Con qué frecuencia usted visita las cafeterías en la ciudad de Riobamba?

1 vez a la semana	
2 veces por semana	
3 veces por semana	
Continuamente	

2.- ¿En promedio cuál sería el valor económico que estaría Usted dispuesto a pagar en una cafetería?

\$2	
\$5	
\$10	
\$15	
\$20 o más	

3.- ¿Qué aspecto es el más importante para Usted, cuando visita una cafetería?

Atención rápida	
Precios accesibles	
Buen trato	
Calidad en el producto	
Todas las anteriores	

4.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría a Usted recibir información sobre la cafetería?

Televisión	
Radio	
Periódico	
Redes sociales	
Todas las anteriores	

5.- ¿De los siguientes productos tradicionales andinos, para Usted cuáles son de su preferencia?

Trigo		Ocas	
Cebada		Melloco	
Papa chaucha		Chochos	
Mashua		Camote	
Amaranto		Zanahoria blanca	

6.- ¿De los siguientes materiales, cuales le gustaría a Usted que prevalezca en el servicio (vajilla) de la cafetería rústica?

Piedra	
Madera	
Barro	
Bronce	
Todas las anteriores	

8.- ¿De los siguientes uniformes de servicio, cual le gustaría a Usted que se use en la cafetería?

VESTIMENTA CASUAL VESTIMENTA SEMI FORMAL VESTIMENTA TRADICIONAL








9.- ¿Seleccione usted cuál de las siguientes promociones le gustaría para una cafetería?

Descuento progresivo por visita del 10% 20% 30%...	
Bebidas de cortesía entre clientes habituales.	
Promoción para el cumpleaños 2 x1 en todas sus compras	
Bebida de cortesía para clientes poco habituales	
Por cada 5 tablitras de la casa consumidas, recibe la 6 tablita totalmente gratis	

10.- ¿De las siguientes bebidas tradicionales, ¿cuál de ellas le gustaría a Usted que se ofrezca en la cafetería?

BEBIDAS TRADICIONALES NO ALCOHÓLICAS	
Chicha de jora	
Chicha de quinua	
BEBIDAS TRADICIONALES ALCOHÓLICAS	
Canelazo	
Vino hervido	

11.- ¿Usted se encuentra satisfecho con los productos y servicios recibidos por otras cafeterías en la ciudad de Riobamba?

Si	
no	

12.- ¿Le gustaría que el restaurante cuente con el servicio adicional de Zona WIFI, Parqueadero, Sistema de climatización y Guardia en el parqueadero?:

Si	
no	

13.- ¿En qué lugar de la ciudad le gustaría a usted que se instale la cafetería rústica?

Norte de la ciudad	
Centro de la ciudad	
Sur de la ciudad	

14.- ¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría para la cafetería?



15.- ¿Que eslogan le gustaría a Usted, para la cafetería?

¡Pruébame, no te arrepentirás...!	
¡La alegría viene en tacitas...!	
¡El café que te devuelve el ánimo!	

16.- ¿Existen cafés a base de diferentes productos, le gustaría a usted que se ofrezca alguna de estas preparaciones en la cafetería rústica?

Café a base de habas	
Café a base de higo	
Café a base de quinua	

17.- ¿Le gustaría que se implemente una cafetería rústica en la ciudad de Riobamba?

Si	
no	

18.- ¿En qué horarios le gustaría que la cafetería ofrezca sus servicios?

Jornada única De 08h00 am A 18h00 pm	
Doble jornada De 07h00 A 11h00 am y De 15h00 A 22h00 pm	

19.- ¿De los siguientes productos cuál de ellos le gustaría consumir en la cafetería?

Postres autóctonos de la zona	
Picaditas	
Sándwiches y hamburguesas	
Crepes y waffles	

20.- ¿Usted considera conveniente el pago con tarjetas de crédito o débito?

Si	
no	

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...!**

**Anexo B: Encuesta**



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



**Reciba un cordial saludo.** La presente encuesta, tiene como objetivo conseguir información referente a la factibilidad para creación de una cafetería rústica en el cantón Riobamba.

**INSTRUCCIONES:** Señale con una X la respuesta que usted considere.

**INTRODUCCIÓN:** Una cafetería rústica es un establecimiento que ofrece alimentos y bebidas, se caracteriza por tener un estilo fuera de lo común, en donde se utiliza materiales propios de la región para su decoración y el servicio, lugar con detalles vistosos que llama la atención de los comensales.

**PREGUNTAS:**

1.- ¿En promedio cuál sería el valor económico que estaría Usted dispuesto a pagar en una cafetería?

\$2	
\$5	
\$10	
\$15	
\$20 o más	

2.- ¿Qué aspecto es el más importante para Usted, cuando visita una cafetería?

Atención rápida	
Precios accesibles	
Buen trato	
Calidad en el producto	
Todas las anteriores	

3.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría a Usted recibir información sobre la cafetería?

Televisión	
Radio	
Periódico	
Redes sociales	
Todas las anteriores	

4.- ¿De los siguientes productos tradicionales andinos, para Usted cuáles son de su preferencia?

Trigo		Ocas	
Cebada		Melloco	
Papa chaucha		chochos	
Mashua		Camote	
Amaranto		Zanahoria blanca	

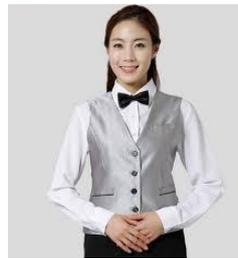
5.- ¿De los siguientes materiales, cuales le gustaría a Usted que prevalezca en el servicio (vajilla) de la cafetería rústica?

Piedra	
Madera	
Barro	
Bronce	
Todas las anteriores	

6.- ¿De los siguientes uniformes de servicio, cual le gustaría a Usted que se use en la cafetería?

VESTIMENTA CASUAL VESTIMENTA SEMI FORMAL VESTIMENTA TRADICIONAL








7.- ¿De las siguientes bebidas tradicionales, ¿cuál de ellas le gustaría a Usted que se ofrezca en la cafetería?

BEBIDAS TRADICIONALES NO ALCOHÓLICAS	
Chicha de jora	
Chicha de quinua	
BEBIDAS TRADICIONALES ALCOHÓLICAS	
Canelazo	
Vino hervido	

8.- ¿Usted se encuentra satisfecho con los productos y servicios recibidos por otras cafeterías en la ciudad de Riobamba?

Si	
no	

9.- ¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría para la cafetería?








10.- ¿Que eslogan le gustaría a Usted, para la cafetería?

¡Pruébame, no te arrepentirás...!	
¡La alegría viene en tacitas...!	
¡El café que te devuelve el ánimo!	

11.- ¿En qué horarios le gustaría que la cafetería ofrezca sus servicios?

Jornada única De 08h00 am A 18h00 pm	
Doble jornada De 07h00 A 11h00 am y De 15h00 A 22h00 pm	

12.- ¿De los siguientes productos cuál de ellos le gustaría consumir en la cafetería?

Postres autóctonos de la zona	
Picaditas	
Sándwiches y hamburguesas	
Crepes y waffles	

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...!!**

Anexo C: Recetas estándar

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>												
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: EMPANADAS DE VERDE						FECHA: 26/04/2018	# pax:	10			
	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)					
001	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	VERDE DOMINICO	850	g	MAJADO-RALLADO	MATIGNON	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MASA	1000	1	0,85	
2	POLLO	350	g	DESMENUZADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	FARSA	1000	2,1	0,74	
3	PASAS	60	g	PESADO	-	CONCENTRACION	SALTEAR	FARSA	454	1,5	0,20	
4	ZANAHORIA	60	g	PESADO	-	CONCENTRACION	BLANQUEAR	FARSA	454	0,5	0,07	
5	ARVEJAS	60	g	PESADO	-	CONCENTRACION	BLANQUEAR	FARSA	454	1	0,13	
6	AGUA	100	ml	MEDIDO	-	-	-	SELLAR	20000	2	0,01	
7	ACHIOTE	30	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	-	MASA-FARSA	500	1	0,06	
8	HUEVO	3	u	CASCADO-COCIDO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MASA-FARSA	30	2,9	0,29	
9	CEBOLLA BLANCA	50	g	LAVADA - PESADA	BRUNOISE	CONCENTRACIÓN	SALTEAR	FARSA	454	1	0,11	
10	MANTECA DE	30	g	PESADA	-	CONCENTRACION	-	FARSA	454	1,5	0,10	
11	AJO	60	g	LAVADO	BRUNOISE	CONCENTRACION	SALTEAR	FARSA	454	1,5	0,20	
12	PIMIENTO ROJO	30	g	LAVADO	BRUNOISE	CONCENTRACION	SALTEAR	FARSA	454	1	0,07	
13	PIMIENTO VERDE	30	g	LAVADO-	BRUNOISE	CONCENTRACION	SALTEAR	FARSA	454	1	0,07	
14	SAL	60	g	PESADO	-	-	-	MASA-FARSA	1000	0,4	0,02	
15	PIMIENTA	20	g	PESADO	-	-	-	FARSA	250	1	0,08	
16	ACEITE	150	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	-	FREIR	1000	2	0,3	
17	COMINO	30	g	PESADO	-	-	-	FARSA	250	1	0,12	
<p><b>PREPARACIÓN:</b> Lavamos y pelamos el verde, ponemos a cocinar el 75% cortado a la mitad, rallar el resto en crudo es decir el 25% majar los verdes y mezclar con lo crudo, añadimos sal, huevos y achiote. extendemos esta masa sobre una funda, añadimos la farsa y formar una empanada y sellar con agua helada y freír. <b>FARSA:</b> Hacer un refrito con la manteca de choncho, achiote, sal, pimienta y comino. Incorporar las zanahorias, arveja, huevo, pasas, cebolla, pimienta roja y verde y el pollo.</p>									C.T		3,41	
									C.X.P		0,34	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GERENCIA	20%	0,07	
									P.V.P		1,00	





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CODIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACION/ES: TORTILLAS DE MAIZ FECHA: 26/04/2018 # pax: 10

002	TIPO DE	BOCADIT	ENTRADA	PLATO	POSTRE	MENÚ	OTROS (especificar)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	HARINA DE MAIZ	600	g	PESADO-	-	CONCENTRACION	TUESTO	MASA	1000	1,2	0,72
2	MANTECA DE CERDO	180	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR-	MASA	454	1,5	0,59
3	POLVO DE HORNEAR	20	g	PESADO	-	CONCENTRACION	TUESTO	MASA	454	3	0,13
4	QUESILLO	400	g	DESMENUZADO	-	CONCENTRACION	TUESTO	FARSA	454	1,5	1,32
5	ACHIOTE	20	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	TUESTO	FARSA	500	1	0,04
6	AGUA	115	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR-TUESTO	MASA	20000	2	0,01
7	SAL	70	g	PESADO	-	CONCENTRACION	TUESTO	MASA	1000	0,4	0,03
<b>PREPARACIÓN:</b> Calentamos el agua con la manteca, mezclar el harina, polvo de hornear y la sal, agregamos el agua y empezamos a amasar. Hacer bolas pequeñas rellenas de nuestra farsa, aplastamos con cuidado dejando los bordes gruesos de aproximadamente 1 cm de alto por 6 cm de diámetro, colocamos en un tuesto previamente caliente hasta que se doren. <b>FARSA:</b> Desmenuzamos el queso y mezclamos con achiote rectificamos el sabor con sal.									C.T		2,85
									C.X.P		0,28
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,03
									C.GERENCIA	20%	0,06
									P.V.P		0,85



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



CODIGO:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MUCHINES DE YUCA					FECHA: 26/04/2018	# paz:	10			
003	TIPO DE	BOCADIT	ENTRADA	PLATO	POSTRE	MENÚ	OTROS (especificar)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros					
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	YUCA	950	g	RALLAR-	MATIGNON	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MASA	1000	1	0,95	
2	CEBOLLA BLANCA	30	g	PESADO	BRUNOISE	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	454	1	0,07	
3	QUESO FRESCO	280	g	DESMENUZADO-	-	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	454	1,5	0,93	
	HUEVO	3	u	CASCADO	-			MASA	30	2,9	0,29	
4	AJO	70	g	LAVADO-	BRUNOISE	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	454	1,5	0,23	
5	MANTECA DE	80	g	PESADO	-	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	454	1,5	0,26	
6	ACHIOTE	30	ml	MEDIDO	-	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	500	1	0,06	
7	ACEITE	100	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACIÓN		FREÍR	1000	2	0,20	
8	SAL	60	g	PESADO	-	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	1000	0,4	0,02	
9	PIMIENTA	20	g	PESADO	-	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	250	1	0,08	
10	COMINO	30	g	PESADO	-	EXPANCIÓN	REHOGAR	FARSA	250	1	0,12	
<b>PREPARACIÓN:</b> Rallar la yuca a nivel intermedio, escurrir el almidón, añadir el huevo y la sal, forma una especie de tortilla con la yuca y rellenar con nuestra farsa, freímos en abundante aceite. <b>FARSA:</b> En una sartén rehogamos la cebolla blanca con manteca de chanco, achiote, queso, sal, pimienta y comino.									C.T		3,21	
									C.X.P		0,32	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GERENCIA	20%	0,06	
									P.V.P		0,95	





CODIGO:		NOMBRE DE LA/S PREPARACION/ES: BOLONES DE VERDE					FECHA: 26/04/2018	# pax:	10			
004	TIPO DE	BOCADIT	ENTRADA	PLATO	POSTRE	MENÚ	OTROS (especificar)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros					
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	VERDE DOMINICO	850	g	MAJADO/RALLA	MATIGNON	EXPANSION	HERVIR	MASA	1000	1	0,85	
2	CHICHARRON	210	g	PESADO	-	-	-	FARSA	454	2,5	1,16	
3	MANTECA DE	110	g	PESADO	-	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	454	1,5	0,36	
4	ACHIOTE	30	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	500	1	0,06	
5	HUEVO	3	u	PESADO	-	-	-	MASA	30	2,9	0,29	
6	AJI	1	u	PESADO	MATIGNON	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	6	0,25	0,04	
7	ACEITE	100	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	FREIR	FREIR	1000	2	0,20	
8	CEBOLLA BLANCA	70	g	PESADO	BRUNOISE	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	454	1	0,15	
9	AJO	60	g	LAVADO-	BRUNOISE	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	454	1,5	0,20	
10	SAL	60	g	PESADO	-	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	1000	0,4	0,02	
11	PIMIENTA	15	g	PESADO	-	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	454	1,25	0,04	
12	COMINO	20	gr	PESADO	-	CONCENTRACION	SALTEAR	MASA	454	1,25	0,06	
<b>PREPARACIÓN:</b> Lavamos y pelamos el verde, ponemos a cocinar el 75% cortado a la mitad, rallar el resto en crudo es decir el 25% majar los verdes y mezclar con lo crudo, añadimos sal, huevos. <b>Refrito</b> en una sarte colocamos manteca de chanco, achiote, cebolla blanca, aji, sal, pimienta, comino e incorporamos a la masa. Tomamos una determinada cantidad, rellenamos de chicharrón y formando bolas posteriormente freimos y servimos.									C.T		3,43	
									C.X.P		0,34	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GERENCIA	20%	0,07	
									P.V.P		1,00	





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CODIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACION/ES: HUMITAS FECHA: 26/04/2018 # pax: 10

005	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (especificar)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	CHOCLOS MADUROS	900	kg	MOLIDO-	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	1000	1,25	1,13
2	HUEVOS (YEMAS)	5	u	CASCADOS	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	30	2,9	0,48
3	MANTEQUILLA	90	kg	PESADO	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	454	1,25	0,25
4	QUESO FRESCO	240	kg	DESMENUZADO	-	EXPANSION	REHOGAR	FARSA	454	1,5	0,79
5	MANTECA DE CERDO	60	kg	PESADO	-	EXPANSION	REHOGAR	MASA-FARSA	454	1,5	0,20
6	SAL	10	kg	PESADO	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	1000	0,4	0,00
7	AZUCAR	80	kg	PESADO	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	1000	2	0,16
8	CEBOLLA BLANCA	90	kg	PESADO	BRUNOISE	EXPANSION	REHOGAR	FARSA	454	1	0,20
9	ACHIOTE	10	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	500	1	0,02
10	POLVO DE HORNEAR	30	kg	PESADO	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	MASA	454	3	0,20
11	HOJAS DE CHOCLO	10	u	DESINFECTADAS	-	CONCENTRACION	AL VAPOR	ENVOLTURA	12	0,01	0,01

**PREPARACION:** Molemos el choclo, Incorporamos las yemas, manteca, mantequilla, polvo de hornear, sal, azúcar y achiote. Rehogamos la cebolla blanca e incorporamos el queso. Ponemos la masa en una hoja y rellenamos con queso, cocinamos a baño maria y servimos. (cocinar las humitas a vapor en una olla tamalera de 30 a 35 minutos)

	C.T		3,44
	C.X.P		0,34
	ERROR	3%	0,01
	IVA	12%	0,04
	C.GERENCIA	20%	0,07
	P.V.P		1,00



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CODIGO:** 006 **NOMBRE DE LA/S PREPARACIONES:** BUNUELOS CON MIEL **FECHA:** 26/04/2018 **# pax:** 10

006	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (especificar)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	HARINA DE MAIZ	300	g	TAMIZADA-	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	454	0,6	0,40
2	HARINA DE TRIGO	350	g	TAMIZADA-	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	454	0,4	0,31
3	MANTECA DE CERDO	30	g	PESADO	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	454	1,5	0,10
4	HUEVOS	7	u	CASCADOS	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	30	2,9	0,68
5	POLVO DE HORNEAR	8	g	TAMIZADA-	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	454	3	0,05
6	AGUA	500	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	20000	2	0,05
7	ANIS	50	g	PESADO	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	454	1,25	0,14
8	SAL	80	g	PESADO	-	CONCENTRACION	FREIR	MASA	1000	0,4	0,03
9	ACEITE	300	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	FREIR	FREIR	1000	2	0,6
10	MIEL	200	ml	MEDIDO	-	-	-	GUARNICION	500	1,5	0,6
<b>PREPARACIÓN:</b> Calentar el agua, sal y manteca. Al hervir incorporar las harinas previamente tamizadas mas el polvo de hornear e ir moviendo con una cuchara de madera. Cocinamos hasta conseguir una masa dura. Dejamos enfriar y agregamos los huevos amasando firmemente agregamos el anís. En una cacerola calentar el aceite. Poner la masa por cucharadas y mientras se fríe ir bañándolas de aceite hasta que se doren. (servimos acompañado de miel)									C.T		2,95
									C.X.P		0,30
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,04
									C.GERENCIA	20%	0,06
									P.V.P		0,90



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CÓDIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: JUGO DE NARANJA</b>						<b>FECHA:</b> 26/04/2018	<b># pax:</b>	10		
007	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA FRIA)				
	<b>Conservación</b>	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros			
<b>N°.</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>MISE EN PLACE</b>	<b>CORTE</b>	<b>MÉTODO DE COCCIÓN</b>	<b>Técnicas culinarias aplicadas</b>	<b>APLICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD DE COMPRA</b>	<b>COSTO DE COMPRA</b>	<b>COSTO DE UTILIZACIÓN</b>
1	NARANJA	50	u	EXPRIMIDO	MITADES	-	-	JUGO	30	1,5	2,50
2	AZUCAR	20	g	PESADO	-	-	-	JUGO	1000	2	0,04
<b>PREPARACION:</b> Lavar las naranjas con agua corriente, luego cortar en mitades, exprimir con un exprimidor manual. Usar un tamiz para separar las pepas y servir. Se puede agregar azúcar si las naranjas son muy ácidas.									C.T		<b>2,54</b>
									C.X.P		<b>0,25</b>
									ERROR	3%	<b>0,01</b>
									IVA	12%	<b>0,03</b>
									C.GERENCIA	20%	<b>0,05</b>
									P.V.P		<b>0,80</b>





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CODIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACION/ES: JUGO DE GUANABANA FECHA: 26/04/2018 # pax: 10

008	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA FRIA)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	PULPA DE GUANABANA	1150	g	PESADO	-	-	-	JUGO	1000	2,5	2,88
2	AGUA	1750	ml	MEDIDO	-	-	-	JUGO	20000	2	0,18
3	AZUCAR	100	g	PESADO	-	-	-	JUGO	1000	2	0,20
PREPARACIÓN: Colocamos la pulpa de la guanábana, agua y la azúcar en una licuadora. Licuamos y servimos frio.									C.T		3,25
									C.X.P		0,33
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,04
									C.GERENCIA	20%	0,07
									P.V.P		0,95



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CODIGO:</b>		<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIONES:</b> LIMONADA IMPERIAL					<b>FECHA:</b> 26/04/2018	<b># pax:</b>	10			
009	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA FRIA)					
	<b>Conservación</b>	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
N°-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	ZUMO DE LIMON MEYER	30	u	MEDIDO	-	-	-	LIMONADA	30	1,5	1,50	
2	AGUA MINERAL	2050	ml	MEDIDO	-	-	-	LIMONADA	3000	2	1,37	
3	AZUCAR	150	g	PESADO	-	-	-	LIMONADA	1000	2	0,30	
<b>PREPARACIÓN:</b> Lavamos los limones y los cortamos a la mitad, exprimimos con un extractor manual, incorporamos la azúcar y finalmente añadimos el agua mineral, suavemente cuidando que no se haga espuma, servimos frío.											3,17	
											0,32	
										3%	0,01	
										12%	0,04	
										20%	0,06	
										P.V.P	0,95	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CÓDIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACIONES: BATIDO DE MORA fecha: 26/04/2018 # pax: 10

010	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA FRÍA)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	MORA	600	g	LAVADO-PESADO	-	-	-	BATIDO	1000	3	1,80
2	LECHE	2250	ml	MEDIDO	-	-	-	BATIDO	2500	1,5	1,35
3	AZUCAR	150	g	PESADO	-	-	-	BATIDO	1000	2	0,30
PREPARACION: Quitamos el tallo de las moras y las colocamos en una licuadora, añadimos leche fría y azúcar, licuamos por 2 minutos y servimos.									C.T		3,45
									C.X.P		0,35
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,04
									C.GERENCIA	20%	0,07
									P.V.P		1,00



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CODIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BATIDO DE FRESA Y PIÑA fecha: 26/04/2018 # pax: 10

011	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (BEBIDA FRÍA)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	FRESA	350	g	LAVADO-PESADO	MATIGNON	-	-	BATIDO	454	1,5	1,16
2	PIÑA	350	g	PESADO	MATIGNON	-	-	BATIDO	1000	2,5	0,88
3	LECHE	2200	ml	MEDIDO	-	-	-	BATIDO	2500	1,35	1,19
4	AZÚCAR	150	g	PESADO	-	-	-	BATIDO	454	0,6	0,20

**PREPARACION:** Quitamos los talos a las fresas y pelamos y troceamos los plátanos, colocamos en una licuadora, añadimos leche fría más el azúcar, licuamos por dos minutos. Servimos fría.

C.T		3,42
C.X.P		0,34
ERROR	3%	0,01
IVA	12%	0,04
C.GERENCIA	20%	0,07
P.V.P		1,00



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CÓDIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:</b> BATIDO DE FRESA					fecha: 26/04/2018	# pax:	10				
012	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA FRIA)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	FRESAS	700	g	LAVADO-PESADO	MATIGNON	-	-	BATIDO	1000	3	2,10	
2	LECHE	2200	ml	MEDIDO	-	-	-	BATIDO	2000	0,9	0,99	
3	AZUCAR	150	g	PESADO	-	-	-	BATIDO	454	0,6	0,20	
<b>PREPARACIÓN:</b> Quitamos los tallos a la fresas y colocamos en la licuadora, añadimos leche fría y azúcar, licuamos por 2 minutos y servimos.									C.T		3,29	
									C.X.P		0,33	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GEREN	20%	0,07	
									P.V.P		1,00	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



CODIGO.		NOMBRE DE LA/S PREPARACION/ES: CHOCOLATE CALIENTE					fecha: 26/04/2018	# pax:	10		
013	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA CALIENTE)				
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros			
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	LECHE	2000	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	2000	0,9	0,90
2	CHOCOLATE AMARGO	120	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	454	3	0,79
3	AZUCAR	120	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	2000	2	0,12
4	MAICENA	40	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	454	1	0,09
5	CASCARA DE NARANJA	20	g	LAVADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	20	0,05	0,05
6	CANELA	10	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	454	1,8	0,04
7	ESENCIA DE VAINILLA	30	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	250	2	0,24
8	CREMA DE LECHE	240	g	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHOCOLATE	500	1,5	0,72
<b>PREPARACION:</b> En una olla coloca la leche, cascara de naranja y la canela a fuego medio agrega el chocolate amargo y remueve constantemente, agrega la maicena previamente disuelta con un poco de leche, añade crema de leche buscando un punto de espesor. Finalizamos añadiendo la esencia de vainilla. (servimos caliente)									C.T		<b>2,95</b>
									C.X.P		<b>0,30</b>
									ERROR	3%	<b>0,01</b>
									IVA	12%	<b>0,04</b>
									C.GERENCIA	20%	<b>0,06</b>
									P.V.P		<b>0,90</b>





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CÓDIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CAFÉ AMERICANO</b>						<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>	<b># pax:</b>	<b>10</b>			
	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	<b>OTROS (BEBIDA CALIENTE)</b>					
014	<b>Conservación</b>	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros				
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	CAFÉ INSTANTANEO	400	g	PESADO-MOLIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CAFE	454	2,8	2,47	
2	AZUCAR	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CAFE	2000	2	0,15	
3	AGUA	2300	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CAFE	20000	2	0,23	
<b>PREPARACIÓN:</b> Ponemos a hervir agua en una olla cafetera una vez lista, añadimos el café instantáneo y el azúcar. Mezclamos todo con la ayuda de una cucharita y servimos.									C.T		2,85	
									C.X.P		0,28	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,03	
									C.GERENCIA	20%	0,06	
									P.V.P		0,80	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CÓDIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CAPPUCINO fecha: 26/04/2018 # pax: 10

015	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA CALIENTE)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	LECHE	2000	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CAPPUCINO	2000	0,9	0,90
2	CHOCOLATE RAYADO	50	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	DECORACION	454	3	0,33
3	AZUCAR	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CAPPUCINO	2000	2	0,15
4	CAFE INSTANTANEO	200	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	EXPRESSO-	454	2,8	1,23
5	CREMA DE LECHE	100	g	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CAPPUCINO	500	1,5	0,30
6	AGUA	300	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	EXPRESSO-	20000	2	0,03
<b>PREPARACION:</b> Preparamos café soluble mezclándolo con agua hirviendo. Calentamos la leche en el microondas por un minuto y medio. Colocamos la leche mas la nata en una licuadora y licuamos hasta que forme espuma. A agregamos la leche de la licuadora en una taza para capuchino con mucho cuidado, añadimos el café expreso hasta que la espuma sobresalga de la taza, endulzamos con azúcar y decoramos con el chocolate rayado.									C.T		2,94
									C.X.P		0,29
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,04
									C.GERENCIA	20%	0,06
									P.V.P		0,90



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CÓDIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MOCACINO</b>						<b>fecha:</b> 26/04/2018	<b># pax:</b>	10			
	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA CALIENTE)					
016	<b>Conservación</b>	Ambiente		Refrigeración		Congelación		Otros				
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	LECHE	2000	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOCACHINO	2000	0,9	0,90	
2	CAFE	200	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	EXPRESO-	454	2,8	1,23	
3	CHOCOLATE EN POLVO	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOCACHINO	454	1,5	0,50	
4	AZUCAR	140	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOCACHINO	1000	2	0,28	
5	COCOA EN POLVO	100	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOCACHINO	454	2	0,44	
6	CANELA	15	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOCACHINO	454	1,8	0,06	
7	AGUA	400	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	EXPRESSO-	20000	2	0,04	
8	ESENCIA DE VAINILLA	3	g	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOCACHINO	250	2	0,02	
<b>PREPARACION:</b> En una taza de café añadimos agua caliente mas café con el objetivo de obtener un expreso añadimos azúcar, aparte mezclamos una cucharada de azúcar con la cocoa en polvo reservamos. En una cacerola ponemos a calentar la leche sin dejar que hierva, disolvemos el chocolate, bajamos el fuego y batimos por un minuto buscando que haga espuma, servimos el expreso en una taza mas la esencia de vainilla, seguido de la leche espumosa, decoramos espolvoreando cocoa con el azúcar y un poco de canela.									C.T		3,47	
									C.X.P		0,35	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GERENCIA	20%	0,07	
									P.V.P		1,00	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CODIGO:</b>	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: AGUA AROMATICA DE ANIS						fecha: 26/04/2018	# pax:	10		
017	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA CALIENTE)				
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros			
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	AGUA	2500	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	A. AROMATICA	20000	2	0,25
2	ANIS	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	A. AROMATICA	454	2	0,66
3	AZUCAR	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	A. AROMATICA	2000	2	0,15
<b>PREPARACIÓN:</b> Poner a hervir el agua junto con el anís. Una vez alcanzado el punto de ebullición, retirarlo del fuego y dejarlo reposar por 10 minutos. Luego procedemos a tamizarlo para su previo servicio.									C.T		1,06
									C.X.P		0,11
									ERROR	3%	0,00
									IVA	12%	0,01
									C.GERENCIA	20%	0,02
									P.V.P		0,50





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CODIGO:</b>	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: AGUA AROMATICA DE ANIS						fecha: 26/04/2018	# pax:	10		
017	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (BEBIDA CALIENTE)				
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros			
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	AGUA	2500	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	A. AROMATICA	20000	2	0,25
2	ANIS	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	A. AROMATICA	454	2	0,66
3	AZUCAR	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	A. AROMATICA	2000	2	0,15
<b>PREPARACIÓN:</b> Poner a hervir el agua junto con el anís. Una vez alcanzado el punto de ebullición, retirarlo del fuego y dejarlo reposar por 10 minutos. Luego procedemos a tamizarlo para su previo servicio.									C.T		1,06
									C.X.P		0,11
									ERROR	3%	0,00
									IVA	12%	0,01
									C.GERENCIA	20%	0,02
									P.V.P		0,50





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CODIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACION/ES: CHICHA DE JORA</b>						<b>fecha:</b> 26/04/2018	<b># pax:</b>	10			
	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (bebida alcohólica)					
019	<b>Conservación</b>	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	MAIZ DE JORA	300	g	PESADO	-	EXPANSION	TOSTAR	CHICHA	454	1,25	0,83	
2	CEBADA	200	g	PESADO	-	EXPANSION	TOSTAR	CHICHA	454	1,25	0,55	
3	AGUA	4000	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHICHA	20000	2	0,40	
4	CLAVO DE OLOR	15	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHICHA	454	1,25	0,04	
5	AZÚCAR	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHICHA	1000	2	0,30	
<b>PREPARACIÓN:</b> Tostamos el maíz y la cebada en un satén aproximada mente 25 minutos, en una olla hervir 1 litro de agua, el maíz , la cebada y el clavo de olor. Es necesario mover constantemente para que no se espese, cuando la mitad del agua haya reducido incorporar el litro de agua restante y dejar hervir por 1 hora y 30 minutos, previo enfriamiento de la bebida añadimos el azúcar y colocamos en una jarra de preferencia de barro y dejarlo fermentar de 4 a 6 días (remover la bebida cada día )									C.T		2,12	
									C.X.P		0,21	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,03	
									C.GERENCIA	20%	0,04	
									P.V.P		0,60	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CÓDIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHUCULA fecha: 26/04/2018 # pax: 10

020	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (bebida caliente)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	PLATANOS MADUROS	8	u	LAVADO-PESADO	MATIGNON	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	8	1	1,00
2	CANELA EN RAMA	8	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	454	1,8	0,03
3	QUESO SIN SAL	200	g	DESMENUZADO-	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	454	1,5	0,66
4	MANTEQUILLA	150	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	454	1,5	0,50
5	LECHE	1000	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	1000	0,45	0,45
6	ESENCIA DE VAINILLA	10	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	250	2	0,08
7	AGUA	1000	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	20000	2	0,10
8	PIMENTA DULCE	20	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	454	1	0,04
9	AZUCAR	200	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	CHUCULA	1000	2	0,40
<b>PREPARACIÓN:</b> Ponemos a cocinar los plátanos maduros en agua necesaria y luego licuar. Poner a fuego nuevamente añadiendo leche, canela, mantequilla y vainilla. Cuando empiece a hervir incorporar el azúcar mecer constantemente. Finalmente incorporar el queso desmenuzado. Rectificar sabor y servir.									C.T		3,26
									C.X.P		0,33
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,04
									C.GERENCIA	20%	0,07
									P.V.P		0,95



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
 FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CÓDIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: DULCE DE HIGOS CON QUESO FRESCO fecha: 26/04/2018 # pax: 10

021	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	HIGOS	700	g	DESAGUADOS	CRUZ	CONCENTRACIÓN	HERVIR	DULCE	1000	2	1,40
2	QUESO FRESCO	400	g	PESADO	BASTÓN	-	-	GUARNICIÓN	454	1,5	1,32
3	PANELA EN BLOQUE	130	g	PESADO	TROCEADO	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MIEL	1500	1,25	0,11
4	CANELA	100	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MIEL	454	1,8	0,40
5	AGUA	600	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MIEL	20000	2	0,06

**PREPARACIÓN:** Desaguar los higos un día antes. Poner a cocinar los higos con la canela por 40 minutos. Derretir la panela en el agua de los higos y dejar cocinar.  
 (servir acompañado de queso fresco)

C.T		3,29
C.X.P		0,33
ERROR	3%	0,01
IVA	12%	0,04
C.GERENCI A	20%	0,07
P.V.P		1,00



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CÓDIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: DULCE DE ZAPALLO CON QUESO</b>						fecha: 26/04/2018	# pax:	10			
022	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias	APLICACIÓN	CANTIDAD DE	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	ZAPALLO MEDIANO	800	g	LAVADO-	MATIGNON	CONCENTRACIÓN	HERVIR	DULCE	1000	1,25	1,00	
2	QUESO FRESCO	400	g	PESADO	BASTONES	-	-	GUARNICION	454	1,5	1,32	
3	CANELA	40	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	DULCE	454	1,8	0,16	
4	PANELA EN POLVO	320	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	DULCE	454	0,5	0,35	
5	CLAVO DE OLOR	10	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	DULCE	250	2	0,08	
6	PIMIENTA DULCE	20	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	DULCE	200	1	0,10	
7	AGUA	480	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	DULCE	20000	2	0,05	
<b>PREPARACIÓN:</b> Tomamos el zapallo y colocamos en una cacerola, acompañado de panela, canela, pimenta dulce y clavo de olor, finalmente añadimos agua y dejamos hervir a fuego medio hasta que el almibar espese y los pedazos de dulce de zapallo estén confitados, rectificamos sabor y servimos acompañado de una porción de queso.									C.T		3,06	
									C.X.P		0,31	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GERENCIA	20%	0,06	
									P.V.P		0,90	





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



CODIGO:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MOROCHO DE DULCE					fecha: 26/04/2018	# pax:	10			
023	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias	APLICACIÓN	CANTIDAD DE	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	MOROCHO CON POLVO	600	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MOROCHO	454	0,7	0,93	
2	AZÚCAR	100	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HERVIR	MOROCHO	1000	2	0,20	
3	CANELA EN RAMA	15	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	454	1,8	0,06	
4	PASAS	100	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	450	3	0,67	
5	CLAVO DE OLOR	10	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	454	1,25	0,03	
6	LECHE	1500	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	2000	0,9	0,68	
7	ANIS ESTRELLADO	10	g	REMOJADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	454	2	0,04	
8	PIMIENTA DULCE	10	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	454	1	0,02	
9	AGUA	500	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HERVIR	MOROCHO	20000	2	0,05	
<b>PREPARACIÓN:</b> Tamizar el morocho, separando el polvo del grano, remoja el grano de morocho en agua caliente. Cocinamos el morocho añadimos canela y anís estrellado. Licuamos el polvo tamizado con leche. Incorporamos la leche, pimienta dulce, clavo de olor y finalmente la leche condensada.									C.T		2,67	
									C.X.P		0,27	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,03	
									C.GERENCIA			
									A	20%	0,05	
									P.V.P		0,80	





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



CODIGO:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: TORTA DE CAMOTE					fecha: 26/04/2018	# pax:	10			
024	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias	APLICACIÓN	CANTIDAD DE	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	CAMOTE	300	g	MAJADO-	MATIGNON	CONCENTRACIÓN	HERVIR	TORTA	1000	1	0,30	
2	MANTEQUILLA	280	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HORNO	TORTA	454	1,5	0,9	
3	AZÚCAR	160	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HORNO	TORTA	1000	2	0,32	
4	ASCENCIA DE VAINILLA	10	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	HORNO	TORTA	250	2	0,08	
5	HARINA	200	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HORNO	TORTA	454	0,5	0,22	
6	HUEVOS	7	u	PESADO	CASCADOS	CONCENTRACION	HORNO	TORTA	30	2,9	0,68	
7	POLVO DE HORNEAR	20	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	HORNO	TORTA	454	3	0,13	
8	SAL	7	g	PESADO	-	CONCENTRACION	HORNO	TORTA	1000	0,4	0,00	
<b>PREPARACIÓN:</b> En un bowl mezclamos harina, polvo de hornear y la sal. En otro bowl separamos las claras de las yemas, cremamos las yemas con el azúcar, mantequilla y la esencia de vainilla. Batimos las claras a punto de nieve y reservamos. Mezclamos la harina con el cremado, añadimos el puré de camote, finalizamos añadiendo las claras batidas a punto de nieve con movimientos envolventes evitando que se baje la mezcla. Ponemos la mezcla en un molde previamente enmantecado y enharinado. Horneamos a una temperatura de 180 C por 50 minutos.									C.T		2,66	
									C.X.P		0,27	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,03	
									C.GERENCIA	20%	0,05	
									P.V.P		0,80	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR												
<b>CODIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MOUSSE DE TAXO</b>					fecha: 26/04/2018	# pax:	10				
025	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	<b>POSTRE</b>	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)					
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros				
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias	APLICACIÓN	CANTIDAD DE	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	PULPA DE TAXO	300	ml	MEDIDO	-	-	-	MOUSSE	454	1	0,66	
2	CREMA DE LECHE	400	ml	MEDIDO	-	-	-	MOUSSE	1000	3	1,20	
3	AZÚCAR	90	g	PESADO	-	-	-	MOUSSE	1000	2	0,18	
4	GELATINA SIN SABOR	60	g	PESADO	-	-	-	MOUSSE	454	2	0,26	
5	HUEVOS	4	u	PESADO	-	-	-	MOUSSE	30	2,9	0,39	
6	HOJAS DE MENTA	15	u	PESADO	-	-	-	MOUSSE	100	0,75	0,11	
7	LECHE CONDENSADA	90	ml	MEDIDO	-	-	-	MOUSSE	450	3	0,60	
<b>PREPARACIÓN:</b> Extraemos la pulpa de los taxos, activamos la gelatina. A parte montamos las claras de huevo y reservamos. Cremamos las yemas con azúcar y añadimos la pulpa de taxo, gelatina y la leche condensada finalizamos incorporando las claras a punto de nieve. Congelamos por dos horas adornamos con hojas de menta y servimos.									C.T		3,40	
									C.X.P		0,34	
									ERROR	3%	0,01	
									IVA	12%	0,04	
									C.GERENCI A	20%	0,07	
									P.V.P		1,00	





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



CODIGO:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: QUIMBOLITOS					fecha: 26/04/2018	# pax:	10		
026	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)				
	Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros			
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias	APLICACIÓN	CANTIDAD DE	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	HARINA DE TRIGO	300	g	TAMIZADO -	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	454	0,4	0,26
2	HARINA DE MAÍZ BLANCO	70	g	TAMIZADO-	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	454	0,5	0,08
3	MAICENA	80	g	TAMIZADO-	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	454	1	0,18
4	POLVO DE HORNEAR	80	g	PESADO	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	454	3	0,53
5	MANTEQUILLA	160	g	PESADO	-	MIXTA	AL VAPOR	CREMADO-	454	1,5	0,53
6	AZÚCAR	150	g	PESADO	-	MIXTA	AL VAPOR	CREMADO-	1000	2	0,30
7	QUESO CREMA	100	g	PESADO	-	MIXTA	AL VAPOR	CREMADO-	454	2	0,44
8	HUEVOS	5	u	PESADO-	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	30	2,9	0,48
9	COÑAC	20	ml	MEDIDO	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	500	2	0,08
10	PASAS	40	g	PESADO	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	454	1,5	0,13
11	CHOCOLATE COCOA	50	ml	PESADO	-	MIXTA	AL VAPOR	MASA	454	2	0,22
12	HOJAS DE ACHIRA	10	u	DESINFECTADA	-	MIXTA	AL VAPOR	ENVOLTURA	1	0,02	0,2
<b>PREPARACIÓN:</b> Tamizar tres veces la harina, polvo de hornear y maicena. Batir las claras a punto de nieve y reservar las yemas. Crear la mantequilla, azúcar y el queso. Incorporamos en el cremado las yemas, las claras a punto de nieve y el harina. Separar un poco de masa y mezclar con cocoa. Poner en las hojas aplanadas la masa blanca con menos cantidad de cocoa y las pasas. (COCINAR POR 25 MINUTOS EN OLLA TAMALERA)									C.T		3,43
									C.X.P		0,34
									ERROR	3%	0,01
									IVA	12%	0,04
									C.GERENCIA	20%	0,07
									P.V.P		1,00





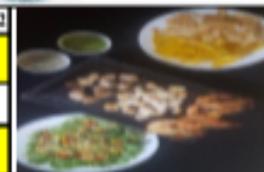
CÓDIGO:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PICADITA DE PARAMO					fecha: 26/04/2018	# pax:	2			
TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (PICADA)						
Conservación:	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X	Otros					
Nº.	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Corte	Método de cocción	Técnicas culinarias aplicadas	Aplicación	Cantidad de compra	Costo de compra	Costo de utilización	
1	CARNE DE LLAMA	200	g	PESADO	DADO MEDIO	CONCENTRACIO	PLANCHA	PICADA	1000	5,7	1,14	
2	CARNE DE OVEJA	200	g	PESADO	DADO MEDIO	CONCENTRACIO	PLANCHA	PICADA	1000	5	1,00	
3	AJO	30	g	LAVADO-	BRUNOISE	CONCENTRACIO	PLANCHA	PICADA	454	1,5	0,10	
4	ACEITE	15	ml	MEDIDO		CONCENTRACIO	PLANCHA	PICADA	1000	2	0,03	
5	SAL	8	g	PESADO		CONCENTRACIO	PLANCHA	PICADA	1000	0,4	0,00	
6	PIMIENTA	5	g	PESADO		CONCENTRACIO	PLANCHA	PICADA	454	1,25	0,01	
7	PAPA CHAUCHA	120	g	PESADO	GAJOS	CONCENTRACIO	FREIR	GUARNICIÓN	1000	1	0,13	
8	CAMOTE	120	g	LAVADO-	CHIPS	CONCENTRACIO	FREIR	GUARNICIÓN	1000	1	0,12	
9	ACEITE	100	ml	MEDIDO		CONCENTRACIO	FRITURAS	FRITURAS	1000	2	0,20	
10	LECHUGA CRESPA	50	g	LAVADO-	TROCEADO	-	-	ENSALADA	454	0,5	0,06	
11	AMARANTO	20	g	TOSTADO-		CONCENTRACIO	TUESTO	ENSALADA	454	1,5	0,07	
12	CHOCHO	50	g	PESADO		-	-	ENSALADA	454	1	0,11	
13	TOMATE	50	g	PESADO	CUARTOS	-	-	ENSALADA	454	0,25	0,03	
14	ZANAHORIA	40	g	PESADO Y	JULIANA FINA	-	-	ENSALADA	454	0,25	0,02	
15	ACEITE	20	ml	MEDIDO		-	-	VINAGRETA-	1000	2	0,04	
16	VINAGRE BLANCO	20	ml	MEDIDO		-	-	VINAGRETA-	125	0,65	0,07	
17	ZUMO DE LIMON	1	u	MEDIDO		-	-	VINAGRETA-	30	1,5	0,05	
18	MOSTAZA	15	g	PESADO		-	-	VINAGRETA-	454	1	0,03	
19	SAL	6	g	PESADO		-	-	VINAGRETA-	454	0,6	0,01	
20	PIMIENTA	4	g	PESADO		-	-	VINAGRETA-	454	1,25	0,01	
21	PEREJIL FRESCO	35	g	LAVADO	MATIGNON	-	-	CHIMICHURRI	454	0,25	0,02	
22	ALBAHACA	35	g	LAVADO-	MATIGNON	-	-	CHIMICHURRI	454	0,25	0,02	
23	OREGANO	10	g	PESADO		-	-	CHIMICHURRI	454	1	0,02	
24	AJO	15	g	LAVADO-		-	-	CHIMICHURRI	454	1,5	0,05	
25	VINAGRE BLANCO	20	ml	MEDIDO		-	-	CHIMICHURRI	200	0,65	0,07	
26	ACEITE	30	ml	MEDIDO		-	-	CHIMICHURRI	1000	2	0,06	
27	AJI	1	u	PESADO		-	-	CHIMICHURRI	6	0,25	0,04	
28	SAL	6	g	MEDIDO		-	-	CHIMICHURRI	1000	0,4	0,00	
29	PIMIENTA	4	g	MEDIDO		-	-	CHIMICHURRI	250	1	0,02	
30												
<b>PREPARACIÓN:</b> Ponemos en un bowl las carnes, incorporamos ajo, sal, pimienta y aceite de oliva, mezclamos y dejamos reposar para que se concentre el adobo. Pre calentamos la parrilla donde vamos a someter a fuego a nuestros géneros cárnicos hasta dorar. Servimos en una piedra caliente, acompañado de papa chaucha frita, chips de camote, ensalada fresca, opcional acompañar con chimichurri. <b>ENSALADA:</b> Tomamos un bowl y mezclamos los ingredientes, al momento de servir bañar con la vinagreta nuestra ensalada. <b>VINAGRETA:</b> tomamos todos los ingredientes y los licuamos rectificamos sabores y listo para servirla. <b>CHIMICHURRI:</b> Colocamos todos los ingredientes en una trituradora hasta que tome la consistencia de una salsa, es recomendable guardar en refrigeración hasta el momento de servir.									C.T		3,51	
									C.X.P		1,76	
									ERROR	3%	0,05	
									IVA	12%	0,21	
									C.GERENCIA	20%	0,25	
									P.V.P		5,30	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>CÓDIGO:</b>	<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PICADITA DE MAR</b>						<b>fecha:</b> 26/04/2018	<b># por:</b>	<b>2</b>
	<b>TIPO DE MENÚ:</b>	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (PICADA)		
028	<b>Conservación</b>	Ambiente		Refrigeración		Congelación X	X	Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	CAMARÓN	200	g	PESADO		CONCENTRACIÓN	PLANCHA	PICADA	1000	5	1,00
2	CALAMAR	200	g	LAVADO-PESADO	DADOS MEDIOS	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	PICADA	1000	5	0,60
3	ARO	30	g	LAVADO-PESADO	BRUNCISE	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	ADOBO	454	1,5	0,10
4	ACEITE	20	ml	MEDIDO		CONCENTRACIÓN	PLANCHA	ADOBO	1000	2	0,04
5	SAL	8	g	PESADO		CONCENTRACIÓN	PLANCHA	ADOBO	1000	0,4	0,03
6	PIMIENTA	4	g	PESADO		CONCENTRACIÓN	PLANCHA	ADOBO	250	1	0,02
7	VERDE DORADO	120	g	LAVADO-PESADO	CHIPS	CONCENTRACIÓN	FREIR	GUARNICIÓN	1000	1	0,12
8	YUCA	120	g	LAVADO-PESADO	CHIPS	CONCENTRACIÓN	FREIR	GUARNICIÓN	1000	1	0,1
9	ACEITE	100	ml	MEDIDO		CONCENTRACIÓN	FREIR	CHIPS	1000	2	0,2
10	VINAGRE BLANCO	30	ml	MEDIDO				ADOBO	150	0,75	0,2
11	ZUMO DE LIMÓN	1	ml	MEDIDO				ADOBO	30	1,5	0,05
12	LECHUGA CRISPA	50	g	LAVADO-PESADO	TROCEADO			ENSALADA	454	0,5	0,08
13	AMARANTO	20	g	PESADO		CONCENTRACIÓN	TUESTO	ENSALADA	454	1,5	0,07
14	CHOCHO	50	g	PESADO-PELADO				ENSALADA	454	1	0,11
15	TOMATE	50	g	PESADO	CUARTOS			ENSALADA	454	0,25	0,03
16	ZANAHORIA	40	g	PELADO	BULIANA FINA			ENSALADA	454	0,25	0,02
17	ACEITE	20	ml	MEDIDO				ENSALADA	1000	2	0,04
18	VINAGRE BLANCO	20	ml	MEDIDO				ENSALADA	200	0,65	0,07
19	ZUMO DE LIMÓN	1	ml	MEDIDO				ENSALADA	30	1,5	0,05
20	MOSTAZA	15	g	PESADO				ENSALADA	454	1	0,03
21	SAL	6	g	PESADO				ENSALADA	1000	0,4	0,00
22	PIMIENTA	4	g	PESADO				ENSALADA	454	1,25	0,01
23	VINO BLANCO	20	ml	MEDIDO				CHIMCHURRI	1000	2	0,04
24	ZUMO DE LIMÓN	1	ml	MEDIDO				CHIMCHURRI	30	1,5	0,05
25	ACEITE	20	ml	MEDIDO				CHIMCHURRI	1000	2	0,04
26	ARO	15	g	LAVADO-PESADO				CHIMCHURRI	454	1,5	0,05
27	ORÉGANO	10	g	PESADO				CHIMCHURRI	454	1	0,02
28	SAL	6	g	PESADO				CHIMCHURRI	1000	0,4	0,00
29	PIMIENTA	4	g	PESADO				CHIMCHURRI	250	1	0,02

**PREPARACIÓN:** Ponemos en un bowl el pescado y los mariscos, incorporamos ajo, sal, pimienta, vinagre y aceite de oliva, mezclamos y dejamos reposar para que se concentre el adobo. Pre calentamos la parrilla donde vamos a someter a fuego a nuestros géneros cárnicos hasta dorar. Servimos en una piedra caliente, acompañado de papas, chips de yuca, ensalada fresca, opcional acompañar con aji, chimichurri.

<b>C.T</b>		<b>3,10</b>
<b>C.X.P</b>		<b>1,58</b>
<b>ERROR</b>	<b>3%</b>	<b>0,08</b>
<b>IVA</b>	<b>12%</b>	<b>0,19</b>
<b>C.GERENCIA</b>	<b>10%</b>	<b>0,31</b>
	<b>P.V.P</b>	<b>4,60</b>

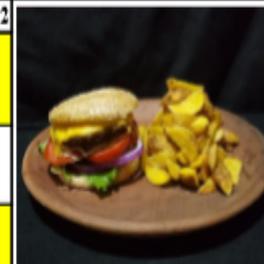


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA  
FICHA DE RECETA ESTANDAR



**CÓDIGO:** NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: HAMBURGUESA ANDINA fecha: 26/04/2018 # pax: 2

029	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENU COMPLETO	OTROS (HAMBURGUESA)		
	Conservación	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X	Otros	



Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN
1	CARNE DE LLAMA	200	g	MOLER-PESAR	MATIGNON	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	HAMBURGUESA	1000	3	0,60
2	HUEVO	1	u	PESADO	CASCADO	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	HAMBURGUESA	30	2,9	0,10
3	AJO	30	g	LAVADO-PESADO	BRUNOISE	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	HAMBURGUESA	454	1,5	0,10
4	PAN MOLIDO	40	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	HAMBURGUESA	454	0,5	0,04
5	SAL	8	g	PESADO	-	CONCENTRACIÓN	PLANCHA	HAMBURGUESA	1000	0,4	0,00
6	PIMIENTA	5	g	PESADO	-	CONCENTRACION	PLANCHA	HAMBURGUESA	250	1	0,02
7	PAN PARA HAMBURGUESA	2	u	PESADO	TRANSVERSAL			HAMBURGUESA	8	1	0,25
8	QUESO CHEDAR	2	u	PESADO	-			HAMBURGUESA	12	2	0,33
9	LECHUGA CRESPA	50	g	PESADO	TROCEADO	-	-	HAMBURGUESA	454	0,4	0,04
10	TOMATE DE CARNE	50	g	PESADO	RODAJAS	-	-	HAMBURGUESA	454	0,5	0,06
11	CEBOLLA COLORADA	50	g	PESADO	RODAJAS	-	-	HAMBURGUESA	454	0,5	0,06
12	MAYONESA	60	g	PESADO	-	-	-	HAMBURGUESA	454	1	0,13
13	MOSTAZA	40	g	PESADO	-	-	-	HAMBURGUESA	454	1	0,09
14	PAPA CHAUCHA	200	g	PESADO	GAJOS	CONCENTRACION	FREIR	GUARNICION	1000	1	0,20
15	ACEITE	100	ml	MEDIDO	-	CONCENTRACION	FREIR	GUARNICIÓN	1000	2	0,20

**PREPARACION:** Tomamos la carne de llama y mezclamos con el ajo, huevos, pan molido, sal y pimienta, formamos bolitas de 200 gr aproximadamente, con la ayuda de papel plástico film la masa y colocamos en la plancha hasta que tome un color característico. Acompañamos con pan, mayonesa, lechuga, tomate, cebolla, carne hamburguesa, queso cheddar, mostaza y finalmente papa chaucha frita.

C.T		2,22
C.X.P		1,11
ERROR	3%	0,03
IVA	12%	0,13
C.GERENCIA	20%	0,22
	P.V.P	3,50

**Anexo D: Diseño de la carta**



<p><b>ENTRADAS</b></p> <p>Empanadas de Verde ..... 1,00          Relleno de pollo y huevo          Tortillas de Maíz ..... 0,85          Relleno de queso          Muchines de Yuca ..... 0,95          Relleno de queso          Bolones de Verde ..... 1,00          Rellenos de chicharrón          Humitas ..... 1,00          Buñuelos con Miel ..... 0,90</p> <p><b>PICADITAS Y HAMBURGUESA DE LA CASA</b></p> <p>Picadita de Paramo ..... 5,30          Carne de lomo y ovejón, chips de camote, papa chaucha, ensalada, chimichurri          Picadita de Mar ..... 4,60          Camarón y calamar, chips de verde y yuca, ensalada, chimichurri          Hamburguesa Andina ..... 3,50          Carne de lomo, tomate, lechuga, queso cheddar y papa chaucha frita</p> <p><b>POSTRES</b></p> <p>Dulce de Higos con Queso ..... 1,00          Dulce de Zapallo con Queso ..... 0,90          Morocho de Dulce ..... 0,80          Torta de Camote ..... 0,80          Mousse de Taxo ..... 1,00          Quimbolito ..... 1,00</p>	<p><b>MIMBRE</b></p>  <p><b>CAFETERÍA</b></p> <p>¡Pruébame no te arrepentirás!</p> <p><b>Picadita de Paramo</b></p>  <p><b>Hamburguesa Andina</b></p>  <p><b>Picadita de Mar</b></p> 	<p><b>BEBIDAS FRÍAS</b></p> <p>Jugo de Naranja ..... 0,80          Jugo de Guanábana ..... 0,95          Limonada Imperial ..... 0,95          Limón, agua mineral          Batido de Mora ..... 1,00          Batido de Fresa y Piña ..... 1,00          Batido de Fresa ..... 1,00</p> <p><b>BEBIDAS CALIENTES</b></p> <p>Chocolate Caliente ..... 0,90          Café Americano ..... 0,80          Capuchino ..... 0,90          Aromatizado con esencia de vainilla          Mocachino ..... 1,00          Agua Aromática de Anís ..... 0,50          Chucula ..... 0,95          Plátano maduro, leche, queso, canela</p> <p><b>BEBIDAS DE LA CASA</b></p> <p>Canelazo ..... 0,60          Chicha de Jora ..... 0,60</p>
--	---	---

“MIMBRE” CAFETERÍA



MANUAL DE FUNCIONES

## **INTRODUCCIÓN**

El manual de funciones es un instrumento básico dedicado a orientar y uniformar la conducta que se presenta entre cada grupo humano de una empresa.

El presente manual de funciones señala el proceso a seguir, asignando responsabilidades generales como específicas a cada uno de los empleados de la cafetería “MIMBRE”, tomando en cuenta la evaluación de recursos humanos, dirigido por el área de administración. Un procedimiento significa establecer un método estandarizado para la realización de un trabajo de calidad en donde interviene las normas de calidad, manipulación adecuada de alimentos e higiene personal.

Los empleados se rigen a este manual y cada uno es responsable de su área, teniendo conocimiento de las instrucciones a seguir, al obtener una técnica por escrito con pasos a seguir, hace que obtengamos menos pérdidas y podamos ofrecer un servicio más competente.

## DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

### **Misión**

Cafetería Mimbres es una empresa que pone al servicio de la ciudadanía Riobambeña un lugar de características fuera de lo común, ofreciendo un ambiente y servicio rústico, la cafetería cubre las necesidades de los clientes, con esta gama de servicios busca la satisfacción total de clientes potenciales que están en busca de un lugar exclusivo de relajación, ofreciendo productos de calidad y buen servicio acompañado de música selecta hace que la cafetería gane reconocimiento y prestigio día a día.

### **Visión**

Cafetería Mimbres con su ambiente y servicio rústico, aspira liderar la cima del mercado local, expender y brindar lo más posible sus productos a nivel nacional y ser reconocidos por medio de franquicias usando nuestra marca, para satisfacer los requerimientos y exigencias de clientes de todo el país.

### **Política**

- Garantizar la seguridad alimentaria con productos inocuos para el consumo de nuestros clientes.
- Trabajadores con ética y comportamiento profesional en el área de producción.
- Personal de trabajo deberá usar su uniforme completo y adecuado.
- Aplicar las BPM en el área de producción.

### **Estrategias**

- Brindar una buena imagen a los clientes potenciales acompañada de servicio de calidad y precios justos.
- Ejecutar un extremado cuidado con los métodos y técnicas de elaboración.
- Mantener siempre el uso de materia prima de calidad.
- Buscar y trabajar con los mejores proveedores del mercado.
- Trabajar conjuntamente con los colaboradores y darles un trato y pago justo.
- Tener un cuidado minucioso con los productos que están en la bodega.
- Mantener un control de productos que ingresan y salen de la bodega.
- Capacitar a nuestros trabajadores para mejorar su rendimiento.

## 1.1 **Valores y principios**

### **DE TRABAJO**

- Puntualidad
- Liderazgo
- Responsabilidad
- Compromiso

### **AXIOLÓGICOS**

- Honestidad
- Ética profesional
- Colaborador
- Lealtad

MANUAL DE  
FUNCIONES

## **CARGOS Y FUNCIONES**

### **Formación del personal de trabajo**

En “MIMBRE” cafetería ha logrado establecer un grupo capacitado de trabajo, lo cual daremos a conocer con dichos cargos y funciones, los mismos realizan una participación principal en esta estructura.

### **División de áreas de la cafetería “Mimbre”**

#### **Área administrativa**

Gerente administrador



Persona que dirige todas las áreas de la cafetería, llevará el registro semanal de ingresos y egresos. Crea, planifica, gestiona, organiza y controla áreas de producción y servicio para garantizar productos de calidad.

Funciones:

- Inspecciona el área de producción, servicio y elabora un informe de estado financiero para previa presentación a gerencia.
- Controla los ingresos y egresos para evitar problemas con el capital de trabajo.
- Mantiene y hacer cumplir las normas de control de calidad en los productos.

Ficha profesiográfica del Gerente administrador

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Gerente Administrador	Jefe de producción y de servicios	8:00 a 16:00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Administrativa	-	09/05/2018	\$ 874.80	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
<p>Persona que dirige todas las áreas de la cafetería, llevará el registro semanal de ingresos y egresos. Crea, planifica, gestiona, organiza y controla áreas de producción y servicio para garantizar productos de calidad.</p>				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inspecciona el área de producción y servicio, elabora un informe de estado financiero para previa presentación a gerencia.</li> <li>- Controla los ingresos y egresos para evitar problemas con el capital de trabajo.</li> <li>- Mantiene y hace cumplir las normas de control de calidad en los productos.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de tercer nivel en Gestiones gastronómicas.</li> <li>- Buenas referencias de trabajo.</li> <li>- Experiencia de 2 años como mínimo.</li> </ul>				

## Área de producción

Cocinero



Liderazgo en su área, encargado del proceso de producción, solvencia ante cualquier situación en la cocina, comunica y hace el pedido a Gerencia de cualquier deficiencia de Materia prima semanalmente.

Funciones:

- Responsable de organizar y planificar el trabajo dentro del área de producción.
- Dominar la interpretación y elaboración de menús.
- Conocimiento sobre manipulación de alimentos.
- Charlas y capacitaciones a sus subordinados en la cocina.

Ficha profesiográfica del Cocinero

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Cocinero(a)	Ayudante de cocina	07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Producción	Gerente Administrador	09/05/2018	\$ 568,62	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
Liderazgo en su área, encargado del proceso de producción, solvencia ante cualquier situación en la cocina, comunica y hace el pedido a Gerencia de cualquier deficiencia de Materia prima semanalmente.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable de organizar y planificar el trabajo dentro del área de producción.</li> <li>- Dominar la interpretación y elaboración de menús.</li> <li>- Conocimiento sobre manipulación de alimentos.</li> <li>- Charlas y capacitaciones a sus subordinados en la cocina.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título o certificaciones aprobadas en el área de cocina.</li> <li>- Experiencia de 2 años como mínimo.</li> <li>- Buenas referencias de trabajo.</li> </ul>				

## Ayudante de Cocina



### Funciones:

- Colaborar con lo que le disponga el cocinero.
- Mantener el área de producción total orden.
- Mantener limpios utensilios, materiales y equipos de cocina.

### Ficha profesiográfica Ayudante de Cocina

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Ayudante(a) de cocina		07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Producción	Cocinero	09/05/2018	\$ 546,75	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
El ayudante de cocina se mantendrá a las órdenes del cocinero y mantendrá el área de producción en orden.				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaborar con lo que le disponga el cocinero.</li> <li>- Mantener el área de producción total orden.</li> <li>- Mantener limpios utensilios, materiales y equipos de cocina.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos básicos en el área de cocina, certificados de cursos de cocina.</li> <li>- Eficiencia y flexibilidad en horario laboral.</li> <li>- Tener buen estado físico.</li> <li>- Experiencia de 2 años como mínimo.</li> </ul>				

## Área de servicio

Cajero(a)/Mesero(a)



Esta encargado de toda el área de servicio en el establecimiento, contacto directo con los clientes, encargado de la cobranza y del servicio de alimentos y bebidas, mantendrá limpio el área servicio, tomará el pedido o la orden del cliente y la facilitará hacia el área de producción.

Funciones:

- Servicio directo con los clientes para tomar la orden del cliente.
- Encargado de la cobranza y el servicio de alimentos.
- Encargado de pulir vajilla, cubiertos, vasos y tazas.
- Encargado de dar la bienvenida al cliente.

Ficha profesiográfica del Mesero(a)/Cajero(a)

<b>FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>				
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>PERSONAL A CARGO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>JORNADA</b>
Cafetería	Cajero(a)/Mesero(a)	-	07H00-11H00 17H00-22H00	Lunes a sábado
<b>ÁREA</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>	<b>FICHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>SALARIO NETO</b>	
Comercial	Gerente Administrador	09/05/2018	\$ 562,79	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>				
<p>Esta encargado de toda el área de servicio en el establecimiento, contacto directo con los clientes, encargado de la cobranza y del servicio de alimentos y bebidas, mantendrá limpio el área servicio, tomará el pedido o la orden del cliente y la facilitará hacia el área de producción.</p>				
<b>FUNCIONES</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio directo con los clientes para tomar la orden del cliente.</li> <li>- Encargado de la cobranza y el servicio de alimentos.</li> <li>- Encargado de pulir vajilla, cubiertos, vasos y tazas.</li> <li>- Encargado de dar la bienvenida al cliente.</li> </ul>				
<b>PERFIL PROFESIONAL</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos en el área de contabilidad y servicio.</li> <li>- Tener buen estado físico.</li> <li>- De buena presencia.</li> <li>- Experiencia de 2 años mínimo.</li> </ul>				

## **GENERALIDADES**

Requisitos que deben cumplir los manipuladores de alimentos

- Recibir formación en higiene alimentaria de acuerdo con su actividad, basado en un plan de APPCC y las GPCH.
- Cumplir con las normas de higiene en cuanto a actitudes, hábitos y comportamientos.
- Conocer y cumplir las instrucciones de trabajo establecidas por la empresa para garantizar la seguridad y salubridad de los alimentos.
- Mantener un grado elevado de aseo personal.
- Cubrirse los cortes y las heridas con vendas impermeables apropiadas.
- Lavarse las manos con agua caliente y jabón o desinfectante adecuado. (Armendáriz J. L., 2012, pág. 33)

Higiene del personal:

Las personas que trabajen en una zona de manipulación de productos alimenticios deberán mantener un elevado grado de limpieza y deben llevar su vestimenta adecuada y limpia.

Las personas que padezcan o sean portadoras de esta enfermedad que puedan transmitirse a través de los alimentos o estén aquejadas, esto implica tener alguna herida infectada, infección cutánea, llagas o diarrea no deberán estar autorizadas a manipular los alimentos ni a entrar bajo ningún concepto a las zonas de manipulación cuando exista riesgo de contaminación directa o indirecta, toda persona que se halle con tales circunstancias deberá poner inmediatamente en conocimiento del operador de la empresa alimentaria la enfermedad que padece si es posible también sus causas. (Armendáriz J. L., 2012, pág. 32)

Prohibiciones

Se prohíbe durante el ejercicio de la actividad:

- Fumar
- Masticar goma de mascar
- Comer en el puesto de trabajo
- Estornudar o tercer sobre los alimentos
- Llevar puesto efectos personales que puedan entrar en contacto directo con los alimentos como anillos, pulseras, relojes u otros objetos.

(Armendáriz J. L., 2012, pág. 34)

## **Principales reglas que debe seguir un empleado**

- Bañarse con agua, jabón y estropajo, procurando hacer una hora antes de entrar a trabajar.
- Secarse con toalla limpia.
- Afeitarse a diario.
- Asearse la boca con cepillo dental, para evitar el mal aliento.
- Peinar el cabello con agua, pero sin usar grasa, brillantina o productos olorosos.
- Recortar y limpiar bien las uñas.
- Usar talco para los pies.
- Usar un desodorante ligero para las axilas.

(Leonie, 2010, pág. 101)

## **ENFERMEDADES ALIMENTARIAS**

### **Salmonela**

Definición:

Es una bacteria que se desarrolla a una gran velocidad a temperatura ambiente. Provoca agresión en la pared intestinal causando diarrea, vómitos deshidratación y fiebre, pudiendo incluso provocar muerte en niños y ancianos. (Armendáriz J. L., 2012, pág. 12)

Transmisión:

Puede ser a través de manipuladores portadores de la bacteria o enfermos de ella, alimentos contaminados como leche, pescado, carne o huevos y por una mala manipulación al pasar de alimentos crudos a cocinados a través de las manos utensilios o superficies de trabajo. (Armendáriz J. L., 2012)

Prevención:

Tener una higiene rigurosa en la manipulación de los alimentos, evitando que los alimentos estén a temperatura ambiente, limpieza de utensilios y superficie de trabajo y cocción de los alimentos a una temperatura por encima de los 70 °C para destruir la bacteria. (Armendáriz J. L., 2012)

## **Campylobacter**

### Definición:

Es la bacteria provocante de la infección más frecuente, después de la salmonela, y que afecta a la zona abdominal, provoca dolores, diarreas, a veces presidios de fiebre. Tiene un periodo de incubación de 2 a 11 días. (Armendáriz J. L., 2012)

### Transmisión:

Se da por contaminación fecal o intestinal en los mataderos al eviscerar las canales, por lo que se puede encontrar en las carnes de ave y cascara de los huevos. (Armendáriz J. L., 2012)

### Prevención:

Buena higiene en la manipulación de aves y huevos. Alcanzar las temperaturas necesarias para la destrucción y evitar la contaminación cruzada. (Armendáriz J. L., 2012)

## **Estafilococos**

### Definición:

Es una bacteria que al desarrollarse produce una toxina que produce vómitos y en algunos casos diarrea, a las pocas horas de ingerir el producto contaminado. La bacteria se destruye con el calor, pero no la toxina. El frío impide el desarrollo de la bacteria y por lo tanto la generación de la toxina. (Armendáriz J. L., 2012)

### Transmisión:

Se transmite a través de las secreciones nasales, bucales o de los oídos, y son las uñas, así como heridas una fuente más de transmisión. (Armendáriz J. L., 2012)

Prevención:

No hablar, toser o estornudar sobre los alimentos o cubrirse con una mascarilla, aislar las heridas con guantes impermeables, etc., lavarse las manos después de tocarse la nariz, ojos u oídos. (Armendáriz J. L., 2012)

### **Botulismo**

Definición:

Es un microorganismo que al desarrollarse sus esporas produce una toxina muy peligrosa que llega a provocar la muerte. Raramente se desarrolla en alimentos ácidos o refrigerados. No se destruye con la cocción y solo se desarrolla en ausencia de oxígeno. (Armendáriz J. L., 2012, pág. 13)

Transmisión:

En conservas caseras o industriales que no han sido sometidas a un tratamiento térmico adecuado. (Armendáriz J. L., 2012)

Prevención:

Esterilización correcta de todo tipo de conservas. (Armendáriz J. L., 2012)

### **Escherichia coli**

Definición:

Es una bacteria similar a la salmonela que puede provocar intoxicaciones graves. Se elimina con temperaturas superiores a 70°C. (Armendáriz J. L., 2012)

Transmisión:

Se origina por contaminación fecal, por una falta de higiene personal o en los mataderos al eviscerar las canales, por lo tanto, se puede encontrar en las carnes crudas, carnes picadas y embutidos. (Armendáriz J. L., 2012)

Prevención:

Lavado de manos con jabón desinfectante después de ir al baño. (Armendáriz J. L., 2012)

### **Anisakis**

Definición:

Se trata de un gusano parásito de los peces de unos 3 cm de longitud y 1 mm de grosor, de color blanco, casi transparente. Provoca intenso dolor abdominal de forma repentina a la altura del estómago y suele provocar náuseas y vómitos que puede hacer que se expulse en parásito. (Armendáriz J. L., 2012)

Transmisión:

Al consumir pescado crudo con las larvas vivas a un nivel de desarrollo denominado L3, y es aquí donde resulta peligrosas ya que se adhiere a la mucosa del estómago y se introduce en ella. (Armendáriz J. L., 2012)

.

Prevención:

La actual legislación obliga a la congelación del pescado que se vaya a servir crudo o poco hecho a una temperatura en el centro del producto de, al menos -20°C entre 24 y 48 horas, lo que debe ser advertido al consumidor mediante carteles o notas en la carta. (Armendáriz J. L., 2012)