



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

**“PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE  
SUSTENTABLE DE COMIDA TÍPICA DEL CANTÓN  
LATACUNGA, PARROQUIA SAN BUENAVENTURA, EN EL  
PERIODO 2018”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TIPO:** Emprendimientos

Presentado para optar al grado académico de:  
**LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTOR: ELVIS MICHAEL LASLUIA SINCHIGUANO**

RIOBAMBA-ECUADOR

2018

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

**© 2018, Elvis Michael Lasluisa Sinchiguano**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

## CERTIFICACIÓN

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

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación: Tipo “PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE SUSTENTABLE DE COMIDA TÍPICA DEL CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA SAN BUENAVENTURA, EN EL PERIODO 2018”, de responsabilidad del señor ELVIS MICHAEL LASLUISA SINCHIGUANO, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

	FIRMA	FECHA
Dra. Martha Ávalos <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	.....	.....
Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura <b>DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	.....	.....
Lic. Andrea Fierro <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	.....	.....
Ing. Rafael Inty Salto <b>DOCUMENTALISTA</b>	.....	.....

Yo, ELVIS MICHAEL LASLUISA SINCHIGUANO 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.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia quienes me brindaron su apoyo incondicional, a mi madre quien con su esfuerzo y sus consejos supo guiarme y forjarme por el camino del bien, a mi padre que con su sabiduría ayudó a desarrollarme como persona, a mis hermanos: Andrea, Angela, Aldair quienes lograron sacarme una sonrisa en momentos de adversidad

A mis profesores y en especial a mi tutora, Ing. Silvia Tapia y Miembro de tesis, Lcda. Andrea Fierro que por medio de sus conocimientos ayudaron a finalizar mi trabajo de titulación.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis maestros que por medio de sus conocimientos impartidos día tras día se encargaron de mi formación profesional durante toda mi carrera universitaria, mi más sincero agradecimiento a mi querida institución la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo la que me permitió realizar mis estudios de tercer nivel, a mis amigos y compañeros que me brindaron su ayuda en el momento más oportuno.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	xvi
SUMMARY.....	xvii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>18</b>
1. <b>ASPECTOS GENERALES.....</b>	<b>18</b>
1.1 <b>Introducción.....</b>	<b>18</b>
1.2 <b>Objetivos.....</b>	<b>19</b>
1.2.1 <i>Objetivo general.....</i>	19
1.2.2 <i>Objetivo específico.....</i>	19
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>20</b>
2. <b>BASES TEÓRICAS.....</b>	<b>20</b>
2.1 <b>Marco teórico.....</b>	<b>20</b>
2.1.1 <i>Historia de los restaurantes.....</i>	20
2.1.2 <i>Tipos de restaurantes.....</i>	21
2.1.2.1 <i>Restaurantes de autoservicio.....</i>	22
2.1.2.1.1 <i>Autoservicio en línea o self- service.....</i>	22
2.1.2.1.2 <i>Autoservicio free-flow.....</i>	22
2.1.2.2 <i>Restaurantes temáticos.....</i>	22
2.1.2.3 <i>Restaurante de carretera.....</i>	23
2.1.2.4 <i>Restaurante de lujo o tipo gourmet.....</i>	23
2.1.2.5 <i>El restaurante mediano, informal y de ambiente familiar (conocido también como bistró o a la parrilla).....</i>	24
2.1.3 <i>Clasificación de servicios que ofrece un restaurante.....</i>	24
2.1.3.1 <i>Servicio emplatado.....</i>	24
2.1.3.2 <i>Servicio a la francesa.....</i>	25
2.1.3.3 <i>Servicio a la inglesa.....</i>	25
2.1.3.4 <i>Servicio con gueridón o mesa auxiliar.....</i>	26

2.1.4	<b>Gastronomía sostenible</b> .....	26
2.1.4.1	¿Qué entendemos por gastronomía sostenible?.....	27
2.1.4.2	Agricultura Orgánica.....	27
2.1.4.3	Productos de Km 0.....	28
2.1.4.4	Restaurante sustentable .....	28
2.1.5	<b>Cantón Latacunga</b> .....	29
2.1.6	<b>Gastronomía de Latacunga</b> .....	30
2.1.6.1	Chogllotanda, choclotanda o humita .....	30
2.1.6.2	La chicha de jora, bebida de los dioses .....	30
2.1.6.3	Las tortillas de palo .....	32
2.1.6.4	Colada morada.....	32
2.1.6.5	El champús .....	33
2.1.6.6	El morocho .....	33
2.1.6.6.1	Sopa de morocho.....	33
2.1.6.6.2	Morocho de dulce.....	34
2.1.6.7	El mote .....	34
2.1.6.8	El tostado .....	34
2.1.6.9	La mashca o machica latacungueña .....	35
2.1.6.10	Arroz de cebada con “mishqui” .....	36
2.1.6.11	El loco.....	36
2.1.6.12	Llapingachos .....	37
2.1.6.13	El cabuyo y el “mishqui” .....	37
2.1.6.14	La gallina de campo.....	38
2.1.6.15	El ají de cuy.....	38
2.1.6.16	Las chugchucaras.....	39
2.1.6.17	La allulla .....	39
2.1.7	<b>Fases del proyecto</b> .....	40
2.1.7.1	Estudio de mercado .....	40
2.1.7.2	Estudio técnico .....	40



2.1.7.3	<i>Estudio administrativo</i> .....	41
2.1.7.4	<i>Estudio legal</i> .....	41
2.1.7.5	<i>Estudio financiero</i> .....	42
2.1.7.6	<i>Estudio ambiental</i> .....	42
2.2	<b>Marco conceptual</b> .....	43
<b>CAPÍTULO III</b> .....		44
3.	<b>METODOLOGÍA</b> .....	44
3.1	<b>Tipo y diseño de la investigación</b> .....	44
3.2	<b>Técnicas de recolección de datos</b> .....	44
3.3	<b>Fuentes de investigación</b> .....	44
3.3.1	<i>Fuentes primarias</i> .....	44
3.3.2	<i>Fuentes secundarias</i> .....	45
3.4	<b>Segmento de mercado</b> .....	45
3.5	<b>Universo</b> .....	46
3.6	<b>Muestra</b> .....	46
3.7	<b>Tabulación y análisis de resultados</b> .....	47
<b>CAPÍTULO IV</b> .....		60
4.	<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b> .....	60
4.1	<b>Identificación de la Idea</b> .....	61
4.1.1	<i>Lluvia de ideas</i> .....	61
4.1.1.1	<i>Selección y evaluación de la idea</i> .....	62
4.1.1.2	<i>Descripción de la idea seleccionada</i> .....	62
4.1.2	<i>Justificación</i> .....	62
4.1.3	<i>Nombre del emprendimiento</i> .....	63
4.1.4	<i>Descripción del emprendimiento</i> .....	63
4.1.4.1	<i>Misión</i> .....	64
4.1.4.2	<i>Visión</i> .....	64
4.1.4.3	<i>Políticas y estrategias</i> .....	64
4.1.4.4	<i>Valores y principios</i> .....	65

4.1.4.5	<i>Distingos y ventajas competitivas</i> .....	65
4.1.5	<b><i>Aplicación del FODA</i></b> .....	67
4.2	<b>Estudio de Mercado</b> .....	67
4.2.1	<b>Demanda</b> .....	69
4.2.1.1	<i>Demanda proyectada</i> .....	69
4.2.2	<b><i>Oferta</i></b> .....	70
4.2.3	<b><i>Demanda insatisfecha</i></b> .....	71
4.2.4	<b><i>Mix de mercado</i></b> .....	72
4.2.4.1	<i>Producto</i> .....	72
4.2.4.2	<i>Precio</i> .....	73
4.2.4.3	<i>Plaza</i> .....	73
4.2.4.4	<i>Promoción</i> .....	73
4.2.5	<b><i>Análisis del sector</i></b> .....	74
4.2.5.1	<i>Análisis del sector</i> .....	74
4.2.5.2	<i>Tipo de cliente</i> .....	74
4.2.5.3	<i>Proveedores</i> .....	74
4.2.5.4	<i>Competidores</i> .....	74
4.2.6	<b><i>Cargos y funciones del área comercial</i></b> .....	75
4.2.7	<b><i>Determinación de inversiones y gastos del área comercial</i></b> .....	75
4.3	<b>Estudio Técnico</b> .....	76
4.3.1	<b><i>Determinación del tamaño</i></b> .....	76
4.3.2	<b><i>Capacidad del emprendimiento</i></b> .....	77
4.3.3	<b><i>Localización</i></b> .....	78
4.3.4	<b><i>Proceso de producción</i></b> .....	79
4.3.4.1	<i>Diagrama de flujo</i> .....	81
4.3.4.2	<i>Recetas estándar</i> .....	83
4.3.5	<b><i>Requerimiento de Talento Humano</i></b> .....	84
4.3.6	<b><i>Diseño de la planta</i></b> .....	87
4.3.7	<b><i>Estructura de costos de producción</i></b> .....	88

4.3.7.1	<i>Materia prima</i> .....	90
4.3.7.2	<i>Mano de obra directa</i> .....	90
4.3.7.3	<i>Costos Indirectos de fabricación</i> .....	91
4.3.8	<b><i>Determinación de activos fijos para producción</i></b> .....	91
4.3.9	<b><i>Programa pre operativo</i></b> .....	91
4.4	<b>Estudio Administrativo, Legal y Ambiental</b> .....	92
4.4.1	<b><i>Organización</i></b> .....	92
4.4.1.1	<i>Organigrama Estructural</i> .....	93
4.4.1.2	<i>Organigrama Funcional</i> .....	93
4.4.1.3	<i>Proceso de Selección y contratación del talento humano</i> .....	93
4.4.1.4	<i>Manual de funciones</i> .....	96
4.4.2	<b><i>Marco Legal</i></b> .....	96
4.4.3	<b><i>Permisos requeridos para su funcionamiento</i></b> .....	97
4.4.4	<b><i>Mitigar el impacto ambiental</i></b> .....	99
4.4.4.1	<i>Acciones remediales</i> .....	100
4.5	<b>Estudio Financiero</b> .....	101
4.5.1	<b><i>Análisis de la inversión</i></b> .....	101
4.5.1.1	<i>Fuentes y usos</i> .....	102
4.5.1.2	<i>Tipo de financiamiento</i> .....	102
4.5.1.3	<i>Amortización de crédito bancario</i> .....	103
4.5.2	<b><i>Presupuestos</i></b> .....	104
4.5.2.1	<i>Presupuestos de costos de producción</i> .....	104
4.5.2.2	<i>Presupuesto de gastos de administración</i> .....	105
4.5.2.3	<i>Presupuesto de gastos de ventas</i> .....	105
4.5.2.4	<i>Presupuesto de gastos financieros</i> .....	106
4.5.2.5	<i>Proyección de ventas</i> .....	107
4.5.3	<b><i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i></b> .....	108
4.5.4	<b><i>Estado de Situación Financiera</i></b> .....	108
4.5.5	<b><i>Estado de Flujo del Efectivo</i></b> .....	109

4.5.6	<b><i>Evaluación Económica</i></b> .....	109
4.5.7	<b><i>Evaluación Financiera</i></b> .....	110
4.5.7.1	<i>Valor Actual Neto</i> .....	110
4.5.7.2	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	110
4.5.7.3	<i>Relación Beneficio Costo</i> .....	111
4.5.7.4	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i> .....	112
4.5.7.5	<i>Punto de Equilibrio</i> .....	113
4.5.8	<b><i>Evaluación Social</i></b> .....	114
4.5.9	<b><i>Evaluación Ambiental</i></b> .....	114
4.6	<b>Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	115

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b> Frecuencia de consumo de alimentos.....	47
<b>Tabla 2-3:</b> Conformidad con los establecimientos de a&b del sector .....	48
<b>Tabla 3-3:</b> Implementación del restaurante .....	49
<b>Tabla 4-3:</b> Medios de comunicación utilizados .....	50
<b>Tabla 5-3:</b> Existencia de establecimientos similares .....	51
<b>Tabla 6-3:</b> Promociones a implementar .....	52
<b>Tabla 7-3:</b> Impresión al ingresar a un establecimiento .....	53
<b>Tabla 8-3:</b> Nivel adquisitivo .....	54
<b>Tabla 9-3:</b> Implementación de servicios adicionales .....	55
<b>Tabla 10-3:</b> Horario de atención .....	56
<b>Tabla 11-3:</b> Servicio a domicilio y reserva.....	57
<b>Tabla 12-3:</b> Ingredientes presentes en el menú.....	58
<b>Tabla 1-4:</b> Valoración de ideas .....	61
<b>Tabla 2-4:</b> Selección de las ideas.....	61
<b>Tabla 3-4:</b> Evaluación final de las ideas .....	62
<b>Tabla 4-4:</b> Selección del nombre del emprendimiento .....	63
<b>Tabla 5-4:</b> Políticas y estrategias .....	64
<b>Tabla 6-4:</b> FODA del establecimiento.....	67
<b>Tabla 7-4:</b> Crecimiento geométrico del cantón Latacunga.....	68
<b>Tabla 8-4:</b> Demanda proyectada .....	69
<b>Tabla 9-4:</b> Oferta.....	70
<b>Tabla 10-4:</b> Demanda insatisfecha.....	71
<b>Tabla 11-4:</b> Beneficios sociales .....	75
<b>Tabla 12-4:</b> Determinación de inversiones .....	75
<b>Tabla 13-4:</b> Determinación de inversiones .....	75
<b>Tabla 14-4:</b> Suministros y materiales .....	76
<b>Tabla 15-4:</b> Publicidad.....	76
<b>Tabla 16-4:</b> Capacidad de producción .....	77
<b>Tabla 17-4:</b> Localización .....	78

<b>Tabla 18-4:</b> Histograma .....	81
<b>Tabla 19-4:</b> Receta estándar.....	83
<b>Tabla 20-4:</b> Ficha profesiográfica.....	84
<b>Tabla 21-4:</b> Ficha profesiográfica.....	85
<b>Tabla 22-4:</b> Ficha profesiográfica.....	86
<b>Tabla 23-4:</b> Servicios Básicos .....	88
<b>Tabla 24-4:</b> Costo .....	88
<b>Tabla 25-4:</b> Combustibles y lubricantes .....	88
<b>Tabla 26-4:</b> Mantenimiento .....	89
<b>Tabla 27-4:</b> Depreciación activos fijos .....	89
<b>Tabla 28-4:</b> Materia prima .....	90
<b>Tabla 29-4:</b> Mano de obra directa.....	90
<b>Tabla 30-4:</b> Costos indirectos de fabricación .....	91
<b>Tabla 31-4:</b> Activos fijos para producción .....	91
<b>Tabla 32-4:</b> Gasto experimentación.....	91
<b>Tabla 33-4:</b> Proceso de selección y contratación.....	94
<b>Tabla 34-4:</b> Descripción del puesto .....	94
<b>Tabla 35-4:</b> Perfil de los trabajadores .....	94
<b>Tabla 36-4:</b> Costos salariales .....	95
<b>Tabla 37-4:</b> Acciones remediables.....	100
<b>Tabla 38-4:</b> Análisis de la inversión .....	101
<b>Tabla 39-4:</b> Fuentes y usos .....	102
<b>Tabla 40-4:</b> Financiamiento .....	102
<b>Tabla 41-4:</b> Amortización del préstamo .....	103
<b>Tabla 42-4:</b> Amortización de diferidos.....	103
<b>Tabla 43-4:</b> Presupuesto general.....	104
<b>Tabla 44-4:</b> Presupuesto de costo de producción .....	104
<b>Tabla 45-4:</b> Presupuesto gasto de administración .....	105
<b>Tabla 46-3:</b> Presupuesto de gasto de venta.....	105
<b>Tabla 47-3:</b> Presupuesto de gasto financiero .....	106
<b>Tabla 48-4:</b> Proyección de ventas.....	107
<b>Tabla 49-4:</b> Estado de ganancias y pérdidas.....	108
<b>Tabla 50-4:</b> Estado de situación financiera.....	108
<b>Tabla 51-4:</b> Estado del flujo del efectivo.....	109

<b>Tabla 52-4:</b> Prueba ácida .....	109
<b>Tabla 53-4:</b> Valor actual neto .....	110
<b>Tabla 54-4:</b> Tasa interna de retorno.....	110
<b>Tabla 55-4:</b> Relación beneficio costo .....	111
<b>Tabla 56-4:</b> Periodo de recuperación de la inversión .....	112
<b>Tabla 57-4:</b> Punto de equilibrio .....	113
<b>Tabla 58-4:</b> Evaluación social .....	114

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b> Frecuencia de consumo de alimento .....	48
<b>Gráfico 2-3:</b> Conformidad con los establecimientos de a&b del sector .....	49
<b>Gráfico 3-3:</b> Implementación del restaurante .....	50
<b>Gráfico 4-3:</b> Medios de comunicación utilizados .....	51
<b>Gráfico 5-3:</b> Existencia de establecimientos similares .....	52
<b>Gráfico 6-3:</b> Promociones a implementar .....	53
<b>Gráfico 7-3:</b> Impresión al ingresar a un establecimiento .....	54
<b>Gráfico 8-3:</b> Nivel adquisitivo .....	55
<b>Gráfico 9-3:</b> Implementación de servicios adicionales .....	56
<b>Gráfico 10-3:</b> Horario de atención .....	57
<b>Gráfico 11-3:</b> Servicio a domicilio y reserva .....	58
<b>Gráfico 12-3:</b> Ingredientes presentes en el menú .....	59
<b>Gráfico 1-4:</b> Crecimiento geométrico del cantón Latacunga .....	68
<b>Gráfico 2-4:</b> Demanda proyectada .....	69
<b>Gráfico 3-4:</b> Oferta proyectada .....	70
<b>Gráfico 4-4:</b> Demanda insatisfecha .....	71
<b>Gráfico 5-4:</b> Logotipo .....	72
<b>Gráfico 6-4:</b> Tarjeta de presentación .....	73
<b>Gráfico 7-4:</b> Macro localización .....	79
<b>Gráfico 8-4:</b> Micro Localización .....	79
<b>Gráfico 9-4:</b> Proceso de producción .....	82
<b>Gráfico 10-4:</b> Diseño de planta .....	87
<b>Gráfico 11-4:</b> Organigrama estructural .....	93
<b>Gráfico 12-4:</b> Organigrama funcional .....	93
<b>Gráfico 13-4:</b> Punto de equilibrio .....	113



## **RESUMEN**

El presente trabajo de titulación plantea realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante sustentable de comida típica del cantón Latacunga, parroquia San Buenaventura a través de una investigación descriptiva que se respalda en fuentes bibliográficas y de campo para obtener información fiable, misma que permite conocer datos relevantes acerca de la población encuestada, la cual reflejó resultados favorables referente a la implantación de un establecimiento de comida típica. En el diseño del proyecto se desarrolló varios estudios entre ellos el estudio de mercado, el cual asevera la existencia de demanda insatisfecha. En el estudio técnico mediante matrices se determinó la localización, capacidad de planta, planos que muestran como estará estructurado arquitectónicamente el establecimiento. El estudio administrativo, legal se examinó el requerimiento de talento humano mediante perfiles laborales, determinando así también sus respectivos salarios. En el estudio ambiental muestra en qué forma se deben utilizar las medidas de remediación de medio ambiente con el fin de prevenir cualquier tipo de contaminación generada por el establecimiento. El estudio financiero determino que el total de la inversión es \$18.757,89, préstamo \$9.525,66, con el cual se financiara el proyecto, los indicadores financieros como Valor Actual Neto (VAN) positivo \$28.126,83, Tasa Interna de Retorno (TIR) 47,68%, Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 2 años 4 meses y 7 días, Punto de Equilibrio(PE) de 7.000 unidades y Relación Beneficio Costo R(B/C) de \$1,68, han demostrado que el emprendimiento es viable, en base a los resultados positivos de recuperación de inversión y utilidad generada se concluye que el establecimiento tiene rentabilidad y es sostenible por su propia cuenta.

**Palabras clave:** <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <SUSTENTABLE>, <COMIDA TÍPICA>, <LATACUNGA (CANTÓN)>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <ESTUDIO FINANCIERO>

## **SUMMARY**

The present work of qualification proposes to carry out a feasibility study for the implementation of a sustainable restaurant of typical food of the canton Latacunga, San Buenaventura parish through a descriptive investigation that is supported in bibliographical and field sources to obtain reliable information, same as it allows to know relevant data about the surveyed population, which reflected favorable results regarding the implantation of a typical food establishment. In the design of the project several studies were developed, among them the market which affirms the existence of dissatisfied demand. In the technical study through matrices, the location, plant capacity, plans that show how the establishment will be structured architecturally were determined. The administrative, legal study examined the requirement of human talent through job profiles, thus determining their respective salaries. In the environmental study, it shows how environmental remediation measures should be used in order to prevent any type of contamination generated by the establishment. The financial study determined that the total of the investment is \$ 18,757.89, loan \$ 9,522.66, with which the project will be financed, the financial indicators as Net Present Value (NPV) positive \$ 28,126.83, Internal Return (IRR) 47 , 68%, Investment Recovery Period (PRI) is 2 years 4 months and 7 days, Balance Point (PE) of 7.000 units and Cost Benefit Ratio (B / C) of \$ 1.68 have shown that the Entrepreneurship is viable, based on the positive results of investment recovery and generated profits, it is concluded that the establishment has profitability and is sustainable on its own.

**KEYWORDS:** TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCE, GASTRONOMY, STUDY OF FEASIBILITY, SUSTAINABLE, TYPICAL FOOD, LATACUNGA (CANTON), TECHNICAL STUDY, FINANCIAL STUDY.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ASPECTOS GENERALES**

#### **1.1 Introducción**

Los restaurantes sustentables son una alternativa novedosa debido a que buscan que la alimentación de las personas sea en lo posible nutritiva y a su vez que el impacto que generan sobre la naturaleza sea mínimo, desarrollando un sistema óptimo de reutilización de productos y reciclaje de desechos.

El consumo de productos orgánicos y de Km 0 es una opción de alimentación que se desconoce en la parroquia San Buenaventura por lo que se pretende emplear esta tendencia para ofrecer platillos típicos de la zona de igual manera se promoverá la comida típica de la parroquia generando identidad en los pobladores.

En la parroquia San Buenaventura no existen establecimientos de alimentos y bebidas que brinden alimentos de calidad, y que se comprometan en ofrecer un servicio aplicando adecuadamente normas de higiene y sanitación debido a que la mayoría de los establecimientos restauranteros no poseen infraestructura apropiada puesto que expenden sus alimentos a la intemperie siendo este un foco de contaminación.

Este proyecto busca implementar en la parroquia San Buenaventura un restaurante sustentable de comida típica de la zona empleando productos orgánicos que se presente con una temática característica de la localidad, proporcionando comodidad y confort a los clientes además se precautelara la salud de estos, dando un tratamiento adecuado a los productos con el fin de preservar la mayor cantidad de nutrientes.

## **1.2 Objetivos**

### ***1.2.1 Objetivo general***

- Implementar un restaurante sustentable de comida típica del cantón Latacunga, parroquia San Buenaventura.

### ***1.2.2 Objetivo específico***

- Elaborar el estudio de mercado, determinando la demanda insatisfecha.
- Realizar recetas estándar en el estudio técnico con sus demás fases (Tamaño, localización, diseño arquitectónico, proceso de producción, inversiones, requerimientos, talento humano).
- Realizar el estudio legal, administrativo, ambiental, para la implementación del emprendimiento.
- Establecer el estudio financiero para determinar la viabilidad económica y social mediante indicadores.

## CAPÍTULO II

### 2. BASES TEÓRICAS

#### 2.1 Marco teórico

##### 2.1.1 *Historia de los restaurantes*

En la época romana, los antiguos romanos solían comer a menudo fuera de sus casas; aun hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d.C. fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio. En sus calles había una gran cantidad de <<bares>> que servían pan, queso, vino, nueces, dátiles, higos y guisados calientes. Los mostradores eran de mármol y tenían empotradas unas vasijas donde se guardaba el vino para mantenerlo fresco. También se servía vino caliente con especias y generalmente endulzado con miel. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

Muchas de estas cantinas eran iguales o muy similares, como si todas formaran parte de una cadena de un único dueño. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

En los siglos XVII, llegados a este punto, debemos referirnos a las cafeterías, antepasados de nuestros restaurantes, que aparecieron en Oxford (Inglaterra) en 1650 y pocos años más tarde, en Londres. Estos establecimientos eran muy populares en la América colonial. Había muchos en Boston, Virginia y Nueva York. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

Mientras tanto, Francia, bajo el reinado de Luis XIV, impone sus gustos en la gastronomía de occidente. El refinamiento de la cocina francesa llega a un grado extremo durante el reinado de Luis XV, época durante la cual los grandes platos llevaban los nombres de personajes como el mariscal de Villeroy que le dio el suyo a las <<pechugas empanadas a la Villeroy>>. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

El primer restaurante propiamente dicho fue propiedad de mosieur Boulanger y data de 1765. Boulanger llamo a su sopa *le restaurant divin*. Su <<restaurador divino>> no era más que una reelaboración de las mezclas de vegetales y hierbas amargas preparadas por los médicos de la Edad Media como reconstituyente. Se trataba de un delicioso y espeso consomé que atrajo a todas

las damas y caballeros elegantes que normalmente no frecuentaban las tabernas públicas, en las que la comida estaba relegada a un segundo plano por la bebida. El restaurante de Boulanger, denominado *Champs d'Oiseau*, cobraba unos precios lo suficiente mente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de la alta sociedad acudían para mostrar su distinción y elegancia. La palabra *restaurante* se estableció en breve y los chefs de mayor reputación, que hasta entonces solo habían trabajado para familias privadas, abrieron también sus propios negocios o fueron contratados por un nuevo grupo de pequeños empresarios: Los restauradores. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

El restaurante en América del norte, la palabra restaurante llegó a Estados Unidos en 1794, traída por el refugiado francés de la revolución Jean Baptiste Gilbert Paypalt, quien fundó lo que sería el primer restaurante galo en Estados Unidos, el Julien's Restorator. En el que servían trufas, *fondues* de queso y sopas. La influencia francesa había comenzado a notarse antes en la cocina estadounidense, ya que tanto como George Washington como Thomas Jefferson, primer y tercer presidente de los estados unidos, eran aficionados a la cocina gala. En Boston, los franceses que habían huido de su país en el siglo XVIII, escapando como podían de la persecución religiosa abrieron varios restaurantes. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

### **2.1.2 Tipos de restaurantes**

Definiremos el restaurante como el establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. La palabra *restaurante*, en su aceptación actual, parece ser que tuvo un nacimiento en París en 1765. De hecho, durante los siglos XIX Y XX la ciudad francesa se convirtió en capital de los *gourmets* de todo el mundo. Existen distintas categorías de restaurantes, desde la humilde casa de comidas que suministra un menú fijo a precio cómodo, hasta los lujosos restaurantes de fama internacional que se caracterizan por ofrecer una carta muy sofisticada, con gran variedad de platos cocinados con productos de primerísima calidad, una carta de vinos y bebidas muy bien escogida, un servicio cuidado y, lógicamente, todo a ello a unos precios elevados. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

Por su parte, una *cafetería* es aquel establecimiento, cualquiera que sea su denominación, que, además de los helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirve al público, principalmente en la barra o en el mostrador, platos fríos o calientes, simples o combinados, para un refrigerio rápido. Las cafeterías, caracterizadas por su cocina sencilla y de elaboración de plancha, surgieron hace bastante tiempo para satisfacer una primera demanda ya originada por las

prisas, por lo su informal modo de comer no solo se limitó al breve tiempo empleado para ello, sino también a los platos ofertados. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

#### *2.1.2.1 Restaurantes de autoservicio*

##### *2.1.2.1.1 Autoservicio en línea o self- service*

Se caracteriza por la distribución de mostradores en línea, debidamente adaptados para el mantenimiento de los platos ofertados en grupos afines y con sus precios correspondientes. El cliente elige los platos ofertados en grupos afines y con sus precios correspondientes. El cliente elige los platos y los transporta en una bandeja que desplaza sobre un soporte en la trayectoria de la línea de autoservicio hasta el final (o salida), donde uno o dos cajeros valoran los platos seleccionados y los cobran. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

##### *2.1.2.1.2 Autoservicio free-flow*

Este sistema de servicio denominado <<libre fluidez>> surgió como una alternativa al autoservicio en línea; se describe como la aproximación del principio del supermercado al servicio de comidas, ya que se dispone de un determinado número de mostradores independientes, cada uno de los cuales ofrece una selección de productos o platos afines; al estar ubicados de forma cuadrangular o circular existe un fácil acceso de varios clientes al mismo tiempo, pudiendo cuadruplicar su servicio en relación con el *self- service* convencional, especialmente en las horas punta, cuando hay una gran afluencia de público. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

#### *2.1.2.2 Restaurantes temáticos*

Una modalidad específica de restaurante procedente de Estados Unidos, que ha irrumpido con fuerza en el mercado internacional, en lo que se conoce como restaurante temático, donde una especialidad de comida se asocia con un tema determinado, como puede ser la música, el cine, la moda, la literatura o los deportes. Los restaurantes temáticos se han confirmado como uno de los segmentos más dinámicos de la restauración, junto con las cadenas de cafeterías. En su mayor

parte, la oferta culinaria se decanta hacia las especialidades de inspiración italiana o americana, aunque la cocina regional está empezando a abrirse un hueco importante entre los proyectos de más reciente presentación. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

Las diversas fórmulas de la restauración temática continúan funcionando a buen ritmo en el mercado mundial, habiéndose configurado ya como una alternativa sólida frente al relativo estancamiento de los restaurantes rápidos en algunos países. Además, el buen comportamiento de los restaurantes temáticos ha atraído a este segmento a un buen número de inversores, que en muchos casos se encuentran testando el mercado o en las primeras fases de su expansión; el desarrollo de los restaurantes temáticos parece que continuara en los próximos años si tenemos en cuenta los planes de aperturas presentados por varias cadenas. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

#### *2.1.2.3 Restaurante de carretera*

También llamados *restoroutes*, nombre que surge de la contracción de «restaurante" y «route", son los establecimientos de carretera sin servicio de alojamiento. Especializados solamente en el servicio de desayuno, almuerzos y bebidas, ofrecen una extensa gama de productos que va desde la cocina completa y cuidada hasta los servicios ultrarrápidos del snack-bar o de los productos servidos sin bajar del vehículo, con platos y cubiertos de plástico que se tiran una vez empleados. Estos restaurantes de carretera necesitan que haya un intensísimo tráfico allí donde estén situados. Hoy en día proliferan en las cercanías de las grandes capitales, donde hacen un gran negocio aprovechando los llamados week-end. Una modalidad de estos restoroutes son los llamados Euro-Lunch. Su funcionamiento consiste en la preparación diaria de una pequeña caja de cartón que contiene varios bocadillos, envueltos separadamente, una ración de ensaladilla, dos vasos de vino y un trozo de torta. Toda la cubertería es de plástico y se tira después del empleo, pero frente a la mala calidad de esta se cuida muy especialmente la de los alimentos. (Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006)

#### *2.1.2.4 Restaurante de lujo o tipo gourmet*

Esta es la clase de restaurante que queda mejor descrita como un comedor formal, generalmente con manteles y servilletas de lino (de ahí la frase “operación de mantel blanco” con la que



generalmente son descritos). Se los encontraba con frecuencia en hoteles, donde los altos costos de operación pueden quedar absorbidos dentro de un presupuesto general mayor. Los precios tienden a ser altos y el flujo de clientes, bajo. (Brian Cooper, 2002)

Toda la comida es un evento grandioso que puede durar varias horas. La ubicación no es la clave para el éxito de esta clase de restaurantes, pues sus clientes se desviarán gustosamente de sus rutas habituales con tal de ir a comer a semejante lugar. El servicio está a cargo de personal profesional muy bien entrenado, experto en lograr que los clientes gasten mucho. (Brian Cooper, 2002)

#### *2.1.2.5 El restaurante mediano, informal y de ambiente familiar (conocido también como bistró o a la parrilla)*

Estos restaurantes se prestan para ser manejados por sus propietarios y dependen grandemente del apoyo de los habitantes de la localidad. Su número ha aumentado en los últimos tiempos, gracias que la gente sale a comer con más frecuencia, debido a que trabaja en horarios más largos, a que marido y mujer trabajan, o a que se tiene mayor ingreso. El servicio o la comida en un restaurante de este tipo no es tan exigente como el de un restaurante de fino, pero será conveniente que usted conozca a sus clientes personalmente y los haga sentir como en su casa. (Brian Cooper, 2002)

### **2.1.3 Clasificación de servicios que ofrece un restaurante**

En el restaurante se utilizan diversas formas de servicio al cliente, que normalmente van en consonancia con la categoría del establecimiento. Vamos a ir enumerando cada una de ellas, con sus particularidades más específicas. (Gallego, 2002)

#### *2.1.3.1 Servicio emplatado*

Es el más sencillo, ya que los manjares vienen emplatados desde la cocina y el camarero sólo tiene que pasar el plato al cliente. Se utiliza en los restaurantes corrientes, ya que el camarero tiene gran número de mesas que atender; de esta forma efectúa un servicio rápido, que realmente es lo que el cliente desea. En la actualidad, con la Nueva Cocina, se ha puesto de moda el servicio

emplatado. El objetivo es que la Cocina «monta» los platos de una forma más creativa e imaginativa, tratando de que lleguen al cliente sin cambios. Indiscutiblemente la presentación y temperatura del manjar gana al evitar los cambios de fuente a plato. El manjar se pasará al comensal por la derecha del mismo, procurando el camarero que sirva no meter el dedo pulgar en el plato, costumbre adquirida que denota una falta de cuidado e higiene en el servicio. El plato debe quedar centrado ante el cliente, procurando que el anagrama, si lo tiene, quede frente ahí mismo. (Gallego, 2002)

### *2.1.3.2 Servicio a la francesa*

Antiguamente se empleaba en muchos hoteles, pero hoy queda reducido este servicio a las grandes casas particulares. Los manjares vienen en fuentes desde la cocina. El camarero, previamente, pasa al comensal los platos por su derecha. Presenta la fuente con los manjares por la izquierda, ofreciendo al comensal unas pinzas (cuchara sopera y tenedor trincherero) o el cubierto necesario, para que éste se sirva a su gusto. Este tipo de servicio tiene la ventaja de evitar desperdicios, pero es incómodo y un poco lento, de ahí que casi no se utiliza. (Gallego, 2002)

### *2.1.3.3 Servicio a la inglesa*

Es el más generalizado en los restaurantes y hoteles de categoría media. Los manjares vienen de la cocina en fuentes. El camarero, previamente, pasa al comensal los platos por su derecha. Presenta la fuente por la izquierda del comensal, sirviéndole en el plato con las pinzas o cubierto necesario que lleva en la mano derecha. Es conveniente avisar al comensal para que esté atento en el momento de servirle, evitando de esta forma poner al cliente más cantidad de la que realmente le apetece, y de esta forma no habrá desperdicios. (Gallego, 2002)

Tanto en el servicio a la francesa como a la inglesa el camarero antes de poner la fuente sobre su mano izquierda se colocará el lito doblado, evitando de esta forma quemaduras si la fuente viene muy caliente. La posición que adopte el camarero en el momento de servir no debe ser «exagerada», es decir, ni muy inclinado ni demasiado erguido. (Gallego, 2002)

#### *2.1.3.4 Servicio con gueridón o mesa auxiliar*

También se le conoce con el nombre de servicio «a dos manos», y normalmente se utiliza en los restaurantes de lujo y algunos de primera categoría. El ayudante trae de la cocina los platos y fuentes con manjares cubiertos con campanas. Deja éstas en el gueridón correspondiente a la mesa que se va a servir, situando los platos a un lado. En el caso de que sea algún manjar especial, se presentará, previamente, a los comensales o bien al anfitrión para que dé su aprobación, haciendo ver de esta forma la labor de la cocina. Después de retirar la campana de la fuente se situará ésta sobre el réchaud, esperando unos segundos para iniciar el servicio. El camarero se proveerá de pinzas, cuchara en la mano derecha "y tenedor en la izquierda, e irán pasando los manjares a los platos. El ayudante, si puede, pasará los platos a los comensales, haciéndolo por la derecha de éstos. Si las guarniciones vienen aparte, se podrán emplatar también de esta forma, o bien servir las a la inglesa, es decir, cogiendo la fuente o legumbre y pasándolas al comensal por la izquierda del mismo. (Gallego, 2002)

#### *2.1.4 Gastronomía sostenible*

Este tipo de gastronomía juega un papel esencial con la finalidad de lograr los Objetivos del Desarrollo Sostenible para poner fin a la pobreza, la injusticia, la desigualdad y el cambio climático. Se le denomina sostenible porque promueve hábitos alimenticios desde la producción, preparación y consumo más respetuosos con el medio ambiente y las tradiciones locales. (Aguilar, 2017)

Una gastronomía sostenible representa desarrollo para productores y consumidores, es una apuesta por la comida local, fresca y nutritiva, que deriva en beneficios potenciales para la salud, la ecología y la economía. Se dice que es más saludable debido a que la producción llega a ser más variada, de acuerdo con la temporada sin la necesidad de utilizar fertilizantes dañinos, transgénicos u otros métodos químicos que reducen las propiedades naturales de los alimentos. Cuando a los productores se les abre un canal de distribución directa, a precios y condiciones justas, hay un beneficio económico para todas las partes, así se obtienen productos a costos accesibles y permite retornar la inversión y las ganancias a los trabajadores locales. Satisfacer las demandas del mercado de exportación, desde una producción masiva, provoca una sobreexplotación de la tierra, no hay un debido respeto por los ciclos naturales de la cosecha, y los productos finales carecen de calidad. El concepto de sostenibilidad debe actuar como un contrapeso en una marcada sociedad consumista, donde el valor del patrimonio cultural y el

patrimonio natural se conciben por igual. La gastronomía sustentable además de cuidar los recursos asumiendo la responsabilidad por las implicaciones en la producción alimentaria, también es expresión de identidad. (Aguilar, 2017)

#### *2.1.4.1 ¿Qué entendemos por gastronomía sostenible?*

El compromiso con la sostenibilidad implica además la responsabilidad en la producción y consumo de alimentos y debe ser objetivo compartido por toda la cadena de valor del turismo gastronómico. Esto significa que las instituciones públicas, privadas, productores, empresas, profesionales y viajeros deben apoyar el consumo de alimentos sostenibles y crear vínculos con productores locales. (ONU, 2017)

- Emplea productos de cercanía y de temporada, preferentemente productos agroecológicos.
- Utiliza productos procedentes de Comercio Justo y Responsable, en caso de no haber producción de cercanía.
- Tiene en cuenta el impacto ambiental en la producción de los alimentos empleados, eligiendo los que producen menor huella de carbono.
- Reduce el consumo de energía, empleando utensilios de cocina como el hierro, la cerámica o el cristal que retienen mejor el calor, utilizando la energía lo estrictamente necesario y los electrodomésticos que menos consumen.
- Usa el agua de forma eficiente, reduciendo la cantidad a lo imprescindible y reutilizándola si es posible.
- Recicla los envases y evita el uso de plásticos o los reutiliza.
- Procura el desperdicio cero reduciendo, reutilizando y reciclando los restos de comida. (Ayuntamiento de Córdoba, 2017)

#### *2.1.4.2 Agricultura Orgánica*

La Agricultura orgánica, es una forma por la que el hombre puede practicar la agricultura acercándose en lo posible a los procesos que se desencadenan de manera espontánea en la

naturaleza. Este acercamiento presupone el uso adecuado de los recursos naturales que intervienen en los procesos productivos, sin alterar su armonía. (Suquilanda, 1996)

Los productos que se obtienen mediante técnicas de producción orgánica, gozan de excelente calidad expresada en términos sanitarios, gustativos y de integridad de sus nutrientes, pues no han sido sometidos a la exposición de tóxicos para controlar plagas y enfermedades, como tampoco han sido aplicados colorantes y otros aditivos en el proceso de post-cosecha; de igual manera al ser el resultado de un proceso productivo natural su sabor es diferente al de los productos obtenidos con agroquímicos, así como sus contenidos de elementos nutritivos son más elevados. (Suquilanda, 1996)

#### 2.1.4.3 *Productos de Km 0*

El *slow food* se decanta por los productos tradicionales, de temporada, procedentes de sistemas de producción ecológicos preferentemente cercanos a la zona donde se van a consumir, para disfrutarlos pausadamente, huyendo de las prisas de la vida moderna. De aquí surge también el concepto *Cocina de Km. 0*, que se traduce en la utilización de productos locales, con el consiguiente ahorro en transporte, gasto de energía en el transporte y menos emisiones contaminantes. La realidad es que esto, parece tan romántico y que recuerda a lo que hacían nuestras abuelas, resulta en realidad un movimiento elitista y exclusivo, puesto que muchos de estos productos son caros y no están al alcance de la mayoría, y utilizan productos registrados como pertenecientes al *Arca del Gusto* y los restaurantes adheridos al programa *km 0*. (Sanz, 2016).

#### 2.1.4.4 *Restaurante sustentable*

Los restaurantes sustentables emplean técnicas, métodos, procesos que ayudan a disminuir el impacto ambiental que estos generan, este tipo de establecimientos se compromete con la salud de sus clientes puesto que para la elaboración de los diferentes potajes emplean alimentos orgánicos, además contribuyen a la sociedad mediante el uso de productos de Km 0 lo que significa que obtienen materia prima de la localidad impulsando el desarrollo del sector agrícola.

Otras formas de ser un establecimiento sustentable son la promoción de alimentos saludables, la eficiencia energética, la iniciativa de ahorrar agua y desechos, el modo de trabajar con los

desechos, el ser responsables con su comercialización y respetuosos con sus empleados: todo esto es ser un restaurante sustentable. (Márquez, 2015)

La sostenibilidad es cómo los restaurantes gestionan el impacto social y ambiental de sus operaciones. Compromiso con la sostenibilidad significa que los restaurantes pueden hacer una gran diferencia en cuestiones como el cambio climático, el bienestar animal y el desperdicio de alimentos. . (Márquez, 2015)

### ***2.1.5 Cantón Latacunga***

Es una ciudad de Ecuador, capital de la provincia de Cotopaxi y cabecera cantonal del cantón homónimo. Se encuentra en la Sierra centro del país, en las estribaciones de la cordillera de los Andes en Ecuador, cerca del volcán Cotopaxi en la hoya de Patate. Se encuentra a 2750 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 12 grados centígrados. Es una ciudad que en el siglo XXI ha demostrado un desarrollo sostenido que la ha colocado entre las ciudades más importantes de la sierra ecuatoriana en la actualidad. (Gad municipal de Latacunga, 2018)

Todos los atributos históricos, arquitectónicos y culturales que posee Latacunga le han permitido ser considerada como Ciudad Patrimonial de la Nación. Conocida como: "Latacunga, Pensil de los Andes", "Latacunga Romántica", "Ciudad de León", "la ciudad de los mashcas". (Gad municipal de Latacunga, 2018)

Alrededor de la ciudad de Latacunga se encuentran un importante número de industrias florícolas que han dinamizado su economía convirtiéndola en el motor económico y generador de divisas de la Sierra Centro, además de eso Latacunga cuenta con industria minera de caliza y cemento, industrias metalúrgicas liviana y pesada, agroindustria, industria lechera y ganadera, posee un aeropuerto internacional y en la parte urbana se están construyendo grandes mercados y centros comerciales modernos que la convertirán en el centro comercial de la nación ecuatoriana. (Gad municipal de Latacunga, 2018)

## 2.1.6 *Gastronomía de Latacunga*

### 2.1.6.1 *Chogllotanda, choclotanda o humita*

En pocos días la naturaleza lleva al grano a su madurez y se hace más denso, las hojas modificadas de su envoltura empiezan a marchitarse, haciendo de este “cutul” un empaque que se resiste a entregar su fruto; este será entonces el punto preciso para que el maíz “cao” se convierta en una especie de pan cocido al vapor, envuelto primorosamente en sus propias hojas transformadas que sirven de mortaja a la “chogllotanda” o “humita”, voces que vienen desde el ancestro hasta el mestizaje de nuestros días.

Sabrosa para comerla humeante y vaporosa, recién sacada de la cama o “tanda” que se hace con las tusas, que flotan sobre el agua, apoyadas sobre varas de “chilco”, que permiten cocer al vapor las humitas envueltas en su hoja triangular, dispuestas por capas en forma circular y cubiertas por abundante “cutul”, que con el cobijo adicional de una manta de tejido denso, transforman a la paila en una marmita natural.

La humita campesina se hace sobre un fogón de leña, y si se puede leña de capulí, porque la moderna olla tamalera compuesta por separadores perforados, dispuestos en forma sucesiva y coronada por una tapa semi hermética, funciona mejor con la llama de la quema de los derivados del petróleo, que siendo más eficientes no podrán comunicar los sabores especiales que deja la combustión de la aromática madera.

Sabrosa recién cocida, el equilibrio perfecto entre la fibra de la cutícula y los sólidos de la masa amilácea con los huevos y el queso rallado cuando por el calor se funden; el polvo de hornear mantiene la masa esponjosa; la presencia de la mantequilla le da plasticidad y aroma; el espíritu de la sal y una pizca de pimienta mantienen arriba a todos los sabores; más si a este conjunto apetece agregar condumio en las humitas de sal, ha de ser de queso y refrito de cebolla de rama.

### 2.1.6.2 *La chicha de jora, bebida de los dioses*

Ligera, casi espumante, deliciosa, algo espirituosa, la chicha de jora es la hija del sacrificio del maíz que no terminó de nacer; del embrión generoso que no pudo alcanzar el cielo ni tampoco afincarse con sus raíces en el surco de la tierra, solo entregó la gran reserva de su vida para que al secarse este maíz nonato fuera harina, materia prima de la bebida que, en fermento, se

transformara en la gran chicha de jora. ¿Si es la bebida de los dioses porqué la hemos abandonado? ¿Por qué en nuestras celebraciones no está presente y más bien el brindis lo hacemos con cualquier agüita fresca que tenga el nombre en francés?

Del maíz, el grano elegido para la gran transformación, debe entrar en el recato de la obscuridad de un ambiente húmedo hasta la saturación, medio necesario para el inicio de la vida que se despertara con la calidez de este clausuro que semeja al seno materno; se hincha la semilla hasta que se rompen los tegumentos protectores y eclosiona la vida desde este embrión, en forma de un incipiente tallo que iniciara su viaje al sol, siguiendo el destino del heliotropismo y de allí mismo unas raicillas iniciaran el viaje con dirección al centro de la tierra, siguiendo el sino del geotropismo; en ambos casos su camino será corto, porque en cuanto tengan dos o tres centímetros, estos tallos y raíz incipientes, serán secados junto a la reserva de alimento de los hidratos de carbono que aún le queda en el interior del grano germinado. (Estrada, 2011)

La jora seca será molida entre las piedras del molino y esta harina será la materia prima que, diluida, reposada y cocida, según las recetas y los secretos de cada hogar y religión, será nuestra chicha de jora. (Estrada, 2011)

La receta va desde la crianza de la variedad de maíz más suave de cada zona, el amarillo o el blanco y de porte delgado, hasta la combinación de las mejores semillas seleccionadas en más de dos variedades que, incluyendo al maíz dulce, garantizara la fórmula de los maestros mezcladores podrán ofrecer a los paladares más exigentes y en las celebraciones más connotadas. (Estrada, 2011)

La harina de jora, algo morena, en la noche quedara disuelta con la sazón de las hierbas aromáticas para someterse, al día siguiente, al fuego generador del desdoblamiento de los hidratos de carbono para generar azúcares y alcoholes; esta es la chicha tradicional, neta, pura, que en su desnudez de la fermentación natural crea sabores fuertes, definidos, aceptados solo por el gusto de la gente que hace honor a la tradición y al ancestro. (Estrada, 2011)

El gusto popular de nuestra diversidad andina ha permitido que a esta fórmula básica se agreguen algunas frutas, en jugo o maceración, y azúcares naturales en forma de panela o miel de caña, transformándole en una bebida refrescante y con fermentación algo espirituosa. Cuando la cocines; donde la fermentes; cuantas cosas agregues; ha de ser tu marca de tu casa, de tu familia o tu religión. (Estrada, 2011)



### 2.1.6.3 *Las tortillas de palo*

Este bocadillo caliente se hace cada vez más invitador y enamora la preferencia de todos lo que practicamos la golosina sin recato. (Estrada, 2011)

“La tarde noche era gloriosa, la presencia inusitada de tanto público que pululaba por el centro del pueblo; muchos nerviosos con la incógnita del resultado, contando los minutos para el inicio del evento; en los corridos menudeaban los comentarios, las anécdotas de todos los calibres y chistes no calaban en espíritus tan tensos. Una especie de neblina se extendía por el pueblo; el humo mezclado con el olor a cebolla tostada se servía a los presentes como un sedante, bueno para controlar la ansiedad, la leña encendida calentaba el hornillo y encima un disco de arado, hecho con un buen acero, hacía las veces de sartén y sobre él se dispensaba, generosa, manteca de cerdo que doraba rápidamente a las tortillas de palo; por algunos resquicios de la masa crocante se escapaban hilos de queso criollo; en una funda de papel se acomodaban cinco tortillas por dólar; la “probana” caliente atormentaba los labios del goloso que pasaba la prueba del iniciado” (Estrada, 2011)

No concuerda el nombre que el vulgo le ha dado a tan sabroso bocado, que es más campesino que ciudadano y que merece mejor factura para vencer el purito de alguna gente engominada, que no se atreve a dar el sí al aromático llamado de la cebolla y el queso criollo, de la manteca del chanco, que en el tiesto o en el latón golpeado, con tres leños ardiendo, dora a la masa de la harina de maíz crudo que fuera elaborada sobre la tarde y que redondeada por las manos diestras, dejan al condumio en el interior de la masa para que el fuego derrita el queso y cocine el picadillo de la cebolla blanca, que nos delata como golosos contumaces de las tortillas de “palo”. (Estrada, 2011)

### 2.1.6.4 *Colada morada*

Los pobladores de las tierras andinas de secano comparten la receta de su bebida ancestral que empieza sobretarde cuando se mezcla, por una parte, el polvo de maíz negro con agua y jugo de mortiño, y, por otra, se deja al sereno agua con cascara de piña, hojas de arrayán y de naranja, babaco o chamburo, hierba luisa, anís estrellado, clavo de olor, pimienta de dulce y una buena raja de canela. A la mañana, en el fogón, se juntan los dos preparados, se corrige el azúcar y se cuece hasta que del punto con la densidad requerida. Hay quien añade pasas de uva en la cocción. A la hora de servir hay que agregar, en el pocillo, pequeños trozos de fruta, especialmente piña, que completa el aderezo de la colada morada. (Estrada, 2011)

Alrededor de una taza de colada morada y una guagua de pan recién horneada, la tradición junta a las familias. Las grandes ciudades quedan vacías; la provincia reclama, momentáneamente, a los que migraron en busca de superación y progreso; la nostalgia y sus recuerdos hacen que vuelvan en pos de sus raíces. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.5 El champús*

El champús o colada de maíz blanco, algo acida, lleva granos de mote pelado y reventado que, según los estudiosos, no solo alimentaba a la población cotopaxense, sino que era utilizada como bebida ceremonial en las festividades de Corpus y, hasta ahora, en las festividades de la Mama Negra. (Estrada, 2011)

La harina de maíz diluida en agua aromatizada por hojas de naranja, arrayán y hierba luisa, debe reposar por setenta y dos horas, en ambiente abrigado, para aumentar su acidez natural, el jugo de naranjilla y chamburo completaran este sabor característico; la panela pondrá la alegría del dulce, el clavo de olor, pimienta de dulce y la canela cerraran el círculo gustoso que, con o sin celebraciones, deleita a la gente de nuestra tierra. No hay que olvidarse del mote para que sea completa esta bebida tradicional, medio hermana de la colada morada. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.6 El morocho*

Morocho, maíz especial de cutícula brillante y grano de cristal, viene en mazorcas bien formadas que presentan cierta dificultad para el desgrane; cuando está bien seco al agitar unos granos entre los cuencos de las manos se escucha el tintineo de este grano. (Estrada, 2011)

##### *2.1.6.6.1 Sopa de morocho*

La sopa más popular de morocho es aquella que proviene del caldo de las costillas de cerdo sin grasa, con trozos de col y papa, que sepa a cilantro, picadillo de cebolla blanca y una pizca de comino; plato, cuchara y boca y habilidad para descarnar la cotilla, serán las herramientas necesarias para un estomago satisfecho. (Estrada, 2011)

#### 2.1.6.6.2 *Morocho de dulce*

Azúcar y canela, generalmente, cubren la expectativa de una bebida sencilla que el hombre del campo muchas veces la toma como postre, paste de la sustentación y fuente energética en el derroche del esfuerzo físico de las labores del campo. (Estrada, 2011)

#### 2.1.6.7 *El mote*

El mote es el elemento complementario de la mesa diaria, y aun de la tradicional, para la celebración de bodas y fiestas conmemorativas. (Estrada, 2011)

El maíz suave, blanco o amarillo, y seco como la semilla sirve para el efecto; el fuego, el agua y la cal o la ceniza como abrasivos, tienen la virtud de escaldar y desprender la cubierta exterior que se encuentra fuertemente adherida al grano. Hay que derrochar buena energía en mecer la gran olla en la que se realiza la operación, para ayudar a la escarificación por el roce persistente entre los granos y la enorme paleta de madera que sirve para el efecto; se concluye la operación lavando los granos con abundante agua para eliminar las cáscaras desprendidas y los restos de los abrasivos, terminando la operación con un repaso manual de aquellos granos que no pudieron liberarse de la envoltura por acción del fuego. (Estrada, 2011)

El producto obtenido, mote pelado, si no va a ser consumido de inmediato deberá ser secado al sol cuidadosamente para guardarlo en calidad de grano seco y poder utilizarlo a gusto ocasiones propicias; para ello hay que remojar la víspera para facilitar la cocción que se hará en recipientes grandes, previniendo el crecimiento en volumen de dos y hasta tres veces de su tamaño normal. (Estrada, 2011)

En las celebraciones populares de nuestras comunidades rurales se consume mucha leña se alimenta de los fogones, en los que hierven grandes pailas u ollas, que proveerán de mote desde la víspera hasta el día siguiente del convite. (Estrada, 2011)

#### 2.1.6.8 *El tostado*

Tostado, testigo de cuentos, hazañas, de proezas, o simplemente de sentidos satisfechos. Los hay de todas las variedades, desde el “cancha” hecho en tiesto con maíz “cao”, agusal y cebolla;

pasando por el tostado al natural, o tostado “desabrido”, sin añadiduras en el tiesto solo, dorado y como Dios lo trajo al mundo, no mancha los bolsillos y acompaña estupendamente al vaso de leche recién ordeñada; el tostado de manteca, linajudo en el sartén o en la paila, con aceite o manteca de cerdo, termina siempre con buenas compañías: ajos, cebollas, sal y sazones, y a veces saca brillo con la presencia de chicharrones. (Estrada, 2011)

Es buena sorpresa cuando se funde la raspadura o el azúcar morena y se transforma en miel a punto de caramelo, entonces se mezclan con el tostado de tiesto o el de manteca y se inmersa con la miel en su punto, agitando en forma envolvente en el recipiente y mientras pierde temperatura se va “garrapiñando” el dulce alrededor de los granos cuando más se revuelven más se “garrapiñan” individualmente, y si se suspende a mitad del proceso se crean “grumos” con granos asociados, que en nuestra región se lo conoce como tostado “caca de perro”; rico bocado que no corresponde a tal apelativo. No con todas las variedades de maíz se puede hacer tostado, pero con las que se puede, sin duda, el “chulpi” o maíz dulce, es el crocante favorito que ha conquistado el mercado moderno de consumo. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.9 La mashca o machica latacungueña*

El chapo, el pinol, la machica traposa, en asocio con la raspadura, la canela, el clavo de olor, el queso y la “cachigüira”, pondrán al hambre en fuga despavorida. (Estrada, 2011)

La “mashca” o “machica” ha sido, sin duda, casa adentro de los hogares cotopaxenses y sobre todo latacungueños, el alimento más apetecido en su dieta cotidiana; desayunar con “machica” era la sustitución del pan que, con la bebida caliente, leche, chocolate, agua de panela o hierbas aromáticas, se transformaba en “chapo” cuya densidad y plasticidad variaba con la mayor o menor cantidad de líquido requerido. Algunos golosos exigían en el “chapo” la inclusión de mantequilla y o crema de leche. (Estrada, 2011)

El “chapo” de medio día, o vespertino, podría tener otras variantes preparado con el caldo del locro, el caldo y las morcillas de cerdo o simplemente con la “cachigüira”. La “mahica” esencialmente haría de cebada tostada, aunque las amas de casa solían mezclar, en pequeños porcentajes, maíz tostado o habas peladas y tostadas, o algún grano de su preferencia para dar un toque especial a la “machica” familiar. (Estrada, 2011)

La piedra de moler para la “maqui mashca”, “machica” de mano, o el molino de la vecindad hacían la receta especial; el cedazo fino de crin de caballo, enmarcado en delgadas láminas de

madera, era el instrumento necesario para separar el exceso de afrecho que algunas variedades de cebada tenían. (Estrada, 2011)

El pinol, gran sobreviviente de las recetas tradicionales, es una mezcla armoniosa de una “machica” bien hecha, de granulosis media, con raspadura, azúcar natural de color moreno, que se obtiene por la evaporación del jugo de la caña de azúcar procedente del subtrópico; la golosina de la casa siempre fue el “atado” de panela en la despensa. La canela, el clavo de olor y otras ricuras de las especies que sazonaban lo dulce, eran parte de las recetas. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.10 Arroz de cebada con “mishqui”*

Diluir el arroz de cebada en la cantidad de agua adecuada es buena práctica porque se puede “espumar” el afrecho residual desde la superficie del líquido además porque se inicia el remojo del grano facilita la cocción. (Estrada, 2011)

Fuego medio y sostenido entre treinta y cuarenta minutos, según la variedad de la cebada, dejará una buena densidad en la bebida que será controlada con la inclusión del “mishqui”, con un último hervor estará listo para servirse frío o caliente. No es recomendable mantener una reserva de esta bebida por mucho tiempo debido a su fácil fermentación. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.11 El locro*

Cuando hierve la olla, ella tiene su propio idioma, que habla según su contenido. Danza en el agua el refrito de cebolla, de ajo y manteca de color; se pinta de alegría con un tomate rallado, el secreto de la abuela; danzan los pedazos bien cortados de la “chola” o la “leona blanca”, no tan grandes para que el corazón no quede crudo ni tan chicos para que no se diluyan antes de hora; esa es la papa arenosa, es la variedad sabrosa. (Estrada, 2011)

Locro, sopa de papa, elemento básico de la papilla del que aprende a comer o ya no puede morder. Locro, medio niño y medio abuelo. Locro con leche, locro con crema, locro con queso; locro de la vía láctea. Locro con cuero; locro con carne; locro con huevo; con chicharrón y tostado; si está muy rico, aunque sea pecado. Y del mundo vegetal, locro con nabo, berros y acelga; con aguacate, goloso. Locro de todo, locro con todo. (Estrada, 2011)

### 2.1.6.12 *Llapingachos*

Las mismas variedades arenosas que son buenas para el locro, han de ser sin duda para el “llapingacho”. Cocidas en agua con sal y retazos de cebolla blanca; se ha de escurrir el agua cuando están las papas “florecidas”, para que sin mucho esfuerzo el “pasa-puré” las haga “llapi” y se tenga una masa no tan fina a la que se integra un abundante refrito de cebolla, ajo y achiote. (Estrada, 2011)

Si hace falta plasticidad se agregará un huevo de gallina contenta, que aportará con un color; sabor y estructura; bien mezclada la masa recibirá, generosa al queso criollo desmenuzado que le dará un toquecito con su acidez controlada. Hay que probar la sal antes de aplaudir con entusiasmo y formar, entre el cuenco de las manos, al “llapingacho” que se apilará ansioso para ingresar al sartén en correcta formación; fuego y manteca de cerdo coloreada, dispensada generosamente por un pincel de cebolla blanca desflecada que hará, de lado y lado, la costra crocante para guardar el queso derretido. (Estrada, 2011)

La cabeza del chanco hornado le guiña el ojo con su cuero reventado; el chorizo reclama en la paila por la redonda compañía; el huevo frito tiene el privilegio de fundirse en un bocado sabroso; la fritada y el mote, el arroz y la menestra, se presentan en bandeja para compartir ese lecho. (Estrada, 2011)

### 2.1.6.13 *El cabuyo y el “mishqui”*

El “mishqui” o “chaguarmishqui”, por ser un líquido cargado de azúcares, es de fácil fermentación y se transforma en una bebida embriagante, que se la conoce como “guarango”, cuya ingesta sitúa al que lo bebe muy cerca de los dioses. Los mexicanos por destilación del pulque obtienen el mezcal y el tequila. (Estrada, 2011)

El hoyo, recolector del “mishqui”, se practica en la mitad del tronco del “cabuyo”, después de retirar desde sus bases unas cuantas “pencas” y se lo tapa con una piedra de agua para impedir el hurto de los rapaces; cada mañana se recolecta el néctar que endulza la vida campesina y es componente de platos tradicionales en nuestra cocina cotopaxense. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.14 La gallina de campo*

La gallina del campo en la cocina tradicional tiene un sitio de privilegio en las celebraciones y en los platos clásicos, como el ají de gallina con la misma factura que el ají del cuy; al horno, a la brasa o al sartén. Un preparado de gallina de campo tiene una connotación especial por su sabor natural, que se destaca más en el caldo de gallina con presa; a unos les gusta la pechuga, a otros la pospierna, y para algunos privilegiados la rabadilla con huevera y molleja, solo así se sabrá que es gallina de campo y no cualquier pollo con marca de supermercado. (Estrada, 2011)

El plato de caldo estará completo con una papa de leona blanca bien cocinada y bien condimentada con picadillo fino de cebolla blanca y cilantro. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.15 El ají de cuy*

Fray Jodoco Rique, a mediados del siglo XVI, en su estancia en Mulaló, población cercana al volcán Cotopaxi, describe, con gusto, algunos alimentos que los habitantes de este pueblo consumían. El conejillo de indias o cobayo, animal doméstico, era proveedor de carne para sus habitantes; se los guisaba y cocía a la brasa para servirlo acompañado por papas, producto cultivado abundantemente en los campos del sector. (Estrada, 2011)

El cuy, cobayo o “trompudo”, a la brasa o al horno, a la paila o en el locro, siempre reclama el comino como parte de su sazón; la manteca con “achiote” da el acabado sabroso a su cuero reventado y, los cánones señalan, hay que comerlo con la mano. La papa “leona” o “chola” son buenas candidatas para ser bañadas en una rica salsa de cebolla y maní; una rodaja de huevo y pedacitos de aj, deben ser el complemento de esta sabrosa guarnición, en recetas familiares se incluye en esta salsa las menudencias del cuy, en trozos pequeños, aunque esto suponga un trabajo de paciencia. (Estrada, 2011)

En la actualidad la crianza del cuy se ha tecnificado hasta transformarse en una explotación intensiva, donde la nutrición atiende un crecimiento rápido y un desarrollo corporal de alto rendimiento en peso; sin embargo, en las casas campesinas y las chozas parameras todavía es el animal doméstico que comparte la cocina para beneficiarse del calor que el fogón genera. Su presencia se delata con las voces persistentes de una onomatopeya a su nombre. (Estrada, 2011)

La calidad organoléptica de su carne es superior a la restricción que una mala información y percepción, de otras culturas extra regionales, ponen como barrera para difundir su consumo en el gran mercado abierto de la alimentación. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.16 Las chugchucas*

En la tradición latacungueña las chugchucas nunca fueron la trivialidad porque eran, sin duda, un hecho gozoso, esperado por todos para festejar al viernes, que nunca fue santo; era apenas el penúltimo día de trabajo, porque la semana laboral terminaba con la grande y colorida fiesta sabatina. (Estrada, 2011)

#### *2.1.6.17 La allulla*

Que digan entonces los viejos hornos de leña que prendían en las madrugadas y convocaban a las familias en jornadas esforzadas, que empezaban sobre la tarde; se mezclaba la harina con los sabores, sobre todo con la manteca de cerdo, y había que trabajar fuerte para que la masa se transforme en una masa fina y repose en las artesas hasta encontrarse al siguiente día con los miembros de la familia dispuestos a la rutina; el más diestro hace el corte para que los “tantos” de la masa sean parejos para cada allulla, con el cuenco invertido de las manos de los ayudantes dan forma circular para que los diestros con el bolillo tiendan a la masa preformada. (Estrada, 2011)

A la mitad del trabajo se comenzaba a calentar el horno poner a punto la temperatura con la que recibía las primeras latas; fuerte y aromática cuando se quema la leña del capulí, que es la que pondrá esa marca en el sabor de la allulla que prepara esta industria familiar. La calidez del ambiente completa el “leudo” necesario para que garantice la contextura esponjosa que el calor estructurara. La harina de trigo “leudada” con propiedad, antes de ser horneada con paciencia, ha de recibir un pinchazo en la mitad de su redondez para que no se “abombe” y mantenga la horizontalidad dada por el bolillo. (Estrada, 2011)



## **2.1.7 Fases del proyecto**

### *2.1.7.1 Estudio de mercado*

En los proyectos de inversión, *el estudio de mercado* tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos. En ocasiones los productos o servicios deben ser modificados porque los consumidores los prefieren con características diferentes de las que ostentan; por ello, las empresas deben conocer con exactitud qué es lo que en realidad se demanda. Este conocimiento se logra a través del análisis de mercado, que es uno de los más importantes y determinantes que debe realizar el investigador o inversionista. Esta herramienta permite recopilar información que proporcionara perspectivas importantes que culminaran en un estudio que será la base de los siguientes estudios del proyecto. (Morales, A., y Morales J., 2009)

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Constatar la existencia de una necesidad insatisfecha y determinar la posibilidad de los productos que elabora o servicios que presta la empresa pueden satisfacerla.
- Proponer productos o servicios con mejores características que los que brinda la competencia.
- Estimar la cantidad de productos que el mercado demanda y que tiene la posibilidad de adquirir.
- Conocer los canales de comercialización adecuados para que los consumidores puedan comprar el producto o solicitar el servicio en el lugar y momento que desean.
- Disminuir el riesgo que corre cuando el producto no es aceptado por los consumidores. (Morales, A., y Morales J., 2009)

### *2.1.7.2 Estudio técnico*

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha (y mantener) en funcionamiento de la factoría. (Morales, A., y Morales J., 2009)

Mediante el estudio técnico se determina la mejor localización de las instalaciones esto es, se debe detectar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente. Además, es necesario que se encuentre a una distancia óptima de los mercados de consumidores y de materia prima, circunstancia que ayuda a minimizar costos y gastos. Asimismo, debe tener un acceso expedito y barato a todos los elementos que influyen en los procesos de fabricación y vías de comunicación (terrestres, fluviales, aéreas), energía eléctrica, seguridad instituciones de salud y educativas para los empleados, drenajes, etcétera. (Morales, A., y Morales J., 2009)

#### 2.1.7.3 Estudio administrativo

La *administración* es una actividad que se desarrolla en todo tipo de empresas con el objetivo de alcanzar los máximos resultados. En los proyectos de inversión es necesario lograr las metas que le dieron origen, tarea en la cual es imprescindible una buena administración. La administración utiliza una serie de pasos que en conjunto se denominan *proceso administrativo*, el cual comprende las siguientes etapas:

- Previsión
- Planeación
- Organización
- Integración
- Dirección
- Control (Morales, A., y Morales J., 2009)

#### 2.1.7.4 Estudio legal

El estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa.

Estar constituido legalmente permite a la empresa:

- Promover la producción de la empresa sin problemas y dentro de las disposiciones legales.
- Ser sujeto de crédito ante las entidades financieras.
- Emitir comprobantes de pago.

- Pagar impuestos y acceder al crédito fiscal
- Participar como proveedor de empresas de mayor tamaño o de entidades del estado.

El estudio legal tiene como objetivo:

- Determinar la viabilidad legal, es decir, conocer los alcances y limitaciones existentes, relacionadas con la naturaleza del proyecto.
- Definir la forma jurídica de la empresa.
- Constituir y formalizar la empresa. (Hamilton, M., y Pezo, A., 2005)

#### *2.1.7.5 Estudio financiero*

El propósito de esta actividad consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. Todas estas tareas se realizan de acuerdo con el diseño de sistema de producción y organización que proponen los estudios de producción y de administración del proyecto, para evaluar la rentabilidad financiera del proyecto. (Morales, A., y Morales J., 2009)

#### *2.1.7.6 Estudio ambiental*

El estudio de impacto ambiental es un documento técnico que soporta técnicamente, a la EIA; en él se identifican, valoran, previenen los impactos potenciales del proyecto y se plantea el seguimiento y control ambiental (gestión) de su ejecución. El “ambientalista” o profesional que lo realiza, puede formar parte, desde el principio, del equipo de proyectistas que va a desarrollar el proyecto, o bien ser requerido para que aporte sus conocimientos y criterios en fases más o menos avanzadas del proyecto. (Gomez, D., y Gomez T., 2013)

## 2.2 Marco conceptual

**Chicha:** Bebida fermentada hecha de cereales y otros productos naturales. (Estrada, 2011)

**Chogllotanda:** Choclotanda o humita. preparado de maíz semi maduro y molido, sazonado y cocido al vapor en las hojas de su envoltura. (Estrada, 2011)

**Chugchucara:** Platillo latakungueño hecho a base de cerdo, maíz y papas. Del quechua “cuero que tiembla”; “piel y grasa proveniente de la parte central del cerdo, cocida y dorada” (Estrada, 2011)

**Guiso:** Alimento que se cocina rehogado en una especie de salsa se emplean productos que sean de la región a la cual se le aromatiza con diferentes especias.

**Jora:** Harina obtenida a partir de granos de maíz previamente germinados, secados y molidos.

**Mashca:** O máchica. Preparado alimenticio en forma de harina de cebada tostada. (Estrada, 2011)

**Mishki:** O chaguarmishqui. Dulce, líquido azucarado que se extrae del tronco del cabuyo. (Estrada, 2011)

**Probana:** Obsequio entregado ante de la compra de alimentos, como una forma de degustación. (Estrada, 2011)

**Sustentable:** sistema que puede mantenerse por su propia cuenta generando y consumiendo sus productos.

**Productos Km0:** Alimentos que se cultivan en los alrededores en su mayoría emplean técnicas orgánicas y son de temporada.

**IEA:** International Energy Agency, Agencia Internacional de la Energía.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de la investigación

El tipo de investigación utilizada para este proyecto es de tipo descriptiva debido a que se narra las tradiciones gastronómicas del cantón Latacunga en su esencia propia, empleando técnicas de observación que permitan conocer el surgimiento y desarrollo de las tradiciones perduran al paso del tiempo, de campo debido a que se requiere recopilar información lo más fiable posible para así direccionar al mercado meta y no experimental debido a que se desarrolla sin manipular las variables, proporciona información sobre consumo y opinión de la población.

#### 3.2 Técnicas de recolección de datos

Este emprendimiento utilizó como instrumento de recopilación de información una encuesta, los datos receptados permiten indagar preferencias, gustos en cuanto a servicios de alimentos y bebidas existentes en la localidad así también permite conocer la aceptabilidad de la población en que se implemente un restaurante de comida típica en la parroquia San Buenaventura.

#### 3.3 Fuentes de investigación

##### 3.3.1 Fuentes primarias

Las encuestas se aplicarán a los habitantes de las parroquias urbanas del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi con el fin de recopilar información cualitativa y cuantitativa que ayude a determinar la factibilidad del proyecto, los gustos, preferencias y el segmento de mercado al cual pretendemos suplir la demanda insatisfecha.

### **3.3.2 Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias como documentos, libros, revistas, artículos, enlaces de internet, y datos actualizados del censo de población del Cantón Latacunga, nos proveen de información referente a cultura, tradición, gastronomía y cifras de crecimiento poblacional, lo cual nos permitirá avanzar con el desarrollo del proyecto.

### **3.4 Segmento de mercado**

Mediante la segmentación de mercado lograremos identificar cual es el mercado objetivo para así poder satisfacer las necesidades de nuestros consumidores potenciales, a los cuales enfocaremos mayoritariamente nuestro esfuerzo para brindar un servicio de calidad, logrado así captar más clientes.

#### **Zona Geográfica**

Para desarrollo de este proyecto se ha tomado en cuenta la parroquia San Buenaventura misma que se encuentra en el cantón Latacunga, los datos utilizados para la misma se han tomado del censo nacional desarrollado del año 2010.

#### **Género**

Está dirigido a hombres, mujeres, adolescentes y personas mayores.

#### **Edad**

Está dirigido a todas las personas que tengan edad entre 15 a 65 años

#### **Clase Social**

El proyecto está enfocado a satisfacer a personas con un estrato social medio bajo y medio alto.

#### **Ocupación**

Se pretende prestar el servicio de alimentación personas ejecutivas o turistas que visiten la parroquia san Buenaventura.

## **Estilo de Vida**

Está dirigido a personas que deseen experimentar nuevas propuestas gastronómicas disfrutando de alimentos completamente nutritivos que ayuden a mantener el equilibrio físico y emocional adecuado.

### **3.5 Universo**

Se tomó en cuenta el universo de estudio para el proyecto, los habitantes del Cantón Latacunga que se encuentran en el grupo de edad de 15 a 65 años, 42595 personas según el Instituto Nacional de Estadísticas, Censo de población y vivienda INEC 2010.

### **3.6 Muestra**

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de probabilística finita simple debido a que se conoce el número de habitantes del Cantón Latacunga.

#### **Cálculo de la muestra**

**n= Tamaño**

**z= Nivel de confianza (1,96)**

**e=Error Admisible (0,1)**

**N= Población**

**P= Proporción Esperada (0,5)**

## Desarrollo

$$n = \frac{Np^2z^2}{(n-1)e^2 + p^2z^2}$$

$$n = \frac{42.595(0,5)^2(1,96)^2}{(42.595-1)(0,1)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{(10.648,75)(3,8416)}{425,94 + 0,9604}$$

$$n = \frac{40908,238}{426,9004}$$

$N= 95$  encuestas.

Mediante el empleo de la fórmula se ha determinado que se deben realizar 95 encuestas en las parroquias urbanas del cantón Latacunga para así poder conocer la opinión de la población.

### 3.7 Tabulación y análisis de resultados

## TABULACIÓN GRÁFICA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

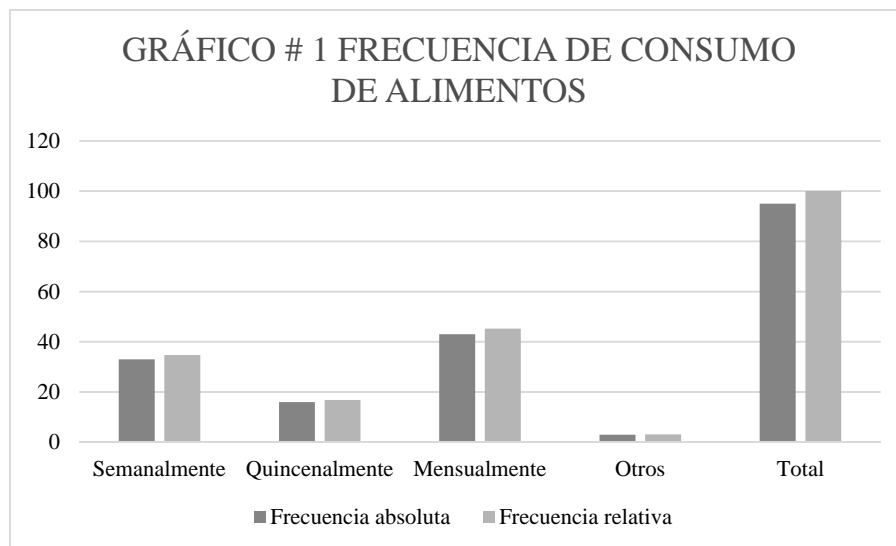
### 1. ¿Con qué frecuencia consume alimentos en el sector de la plaza central de San Buenaventura?

**Tabla 1-3:** Frecuencia de consumo de alimentos

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Semanalmente	33	34,74
Quincenalmente	16	16,84
Mensualmente	43	45,26
Otros	3	3,16
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)





**Gráfico 1-3:** Frecuencia de consumo de alimento  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

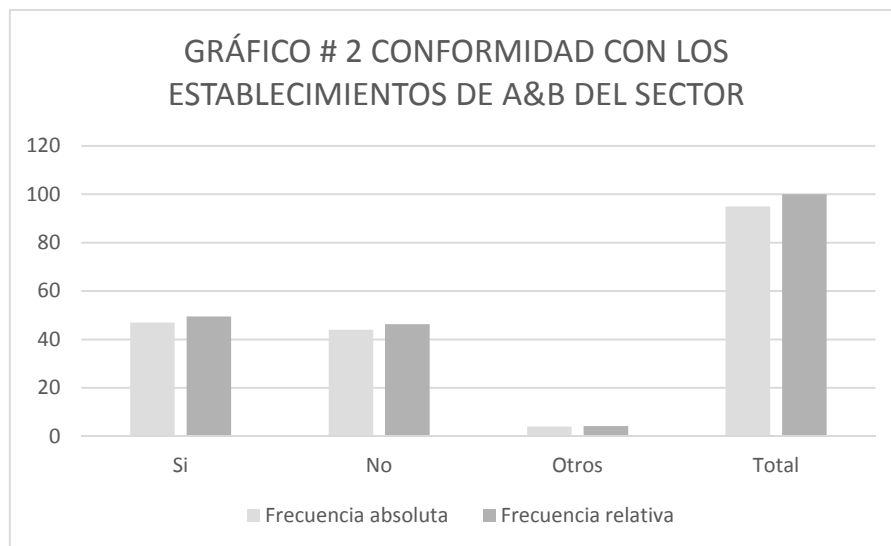
El 45% de las personas encuestadas afirma que acude mensualmente a los establecimientos de alimentos y bebidas, mientras que un 34% confirma que asiste semanalmente, el 16 % concurre quincenalmente y otros con un porcentaje del 3% afirman que acuden eventualmente, la mayoría de las personas encuestadas son de otros cantones e incluso provincias por lo que se tiene una mayor afluencia de personas los domingos.

### **2. ¿Está conforme con el servicio de alimentos y bebidas que ofrecen los establecimientos que se encuentran en los alrededores de la plaza de la parroquia de San Buenaventura?**

**Tabla 2-3:** Conformidad con los establecimientos de a&b del sector

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	47	49,47
No	44	46,32
Otros	4	4,21
Total	95	100,00

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 2-3:** Conformidad con los establecimientos de a&b del sector  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

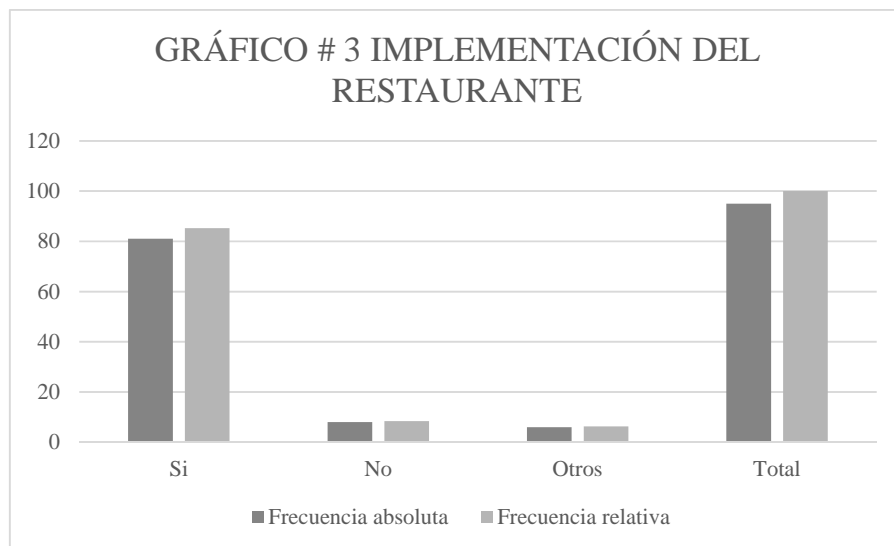
Los resultados muestran que el 49% de las personas encuestadas están conformes con el servicio que brindan los establecimientos aledaños a la plaza central de San Buenaventura, mientras que el 50% derivado de la suma de los indicadores, (no y otros) afirma que no se sienten a gusto debido a que falta organización y es deficiente la infraestructura de los establecimientos a su vez manifiestan que el servicio no es del todo bueno.

### **3. Le gustaría que en la parroquia de San Buenaventura se establezca un restaurante que se especialice en ofrecer servicios de alimentos y bebidas típicos de la zona**

**Tabla 3-3:** Implementación del restaurante

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	81	85,26
No	8	8,42
Otros	6	6,32
Total	95	100,00

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 3-3: Implementación del restaurante**  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

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

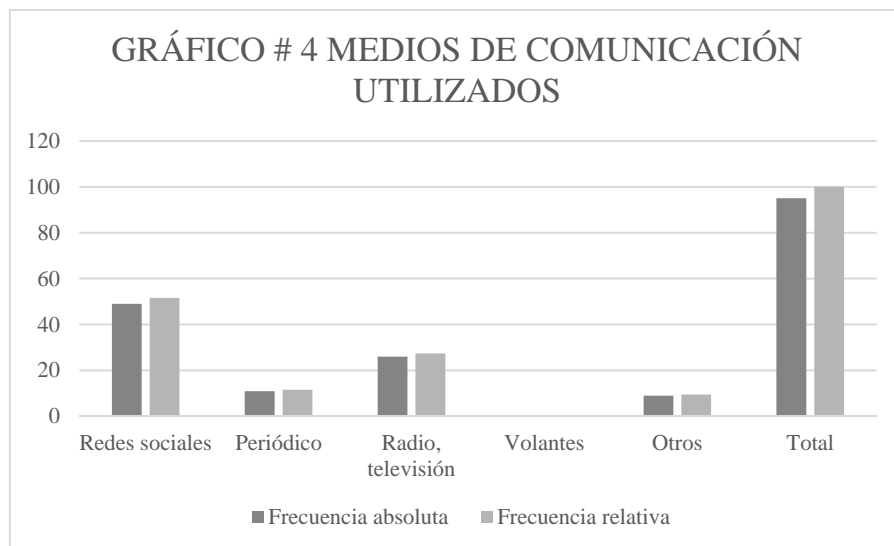
El 85% de la población encuestada manifestó le gustaría que se implemente un establecimiento de alimentos y bebidas en la parroquia San Buenaventura que se especialice en comida típica del sector debido a que no existe diversidad en los alimentos ofertados en el sector de la plaza central el 8% restante manifestó que no desean que se implemente un restaurante ya que se sienten a gusto con el servicio brindado.

#### **4. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse acerca de publicidad y promociones de establecimientos de Alimentos y Bebidas?**

**Tabla 4-3: Medios de comunicación utilizados**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Redes sociales	49	51,58
Periódico	11	11,58
Radio, televisión	26	27,37
Volantes	0	0,00
Otros	9	9,47
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 4-3:** Medios de comunicación utilizados  
 Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

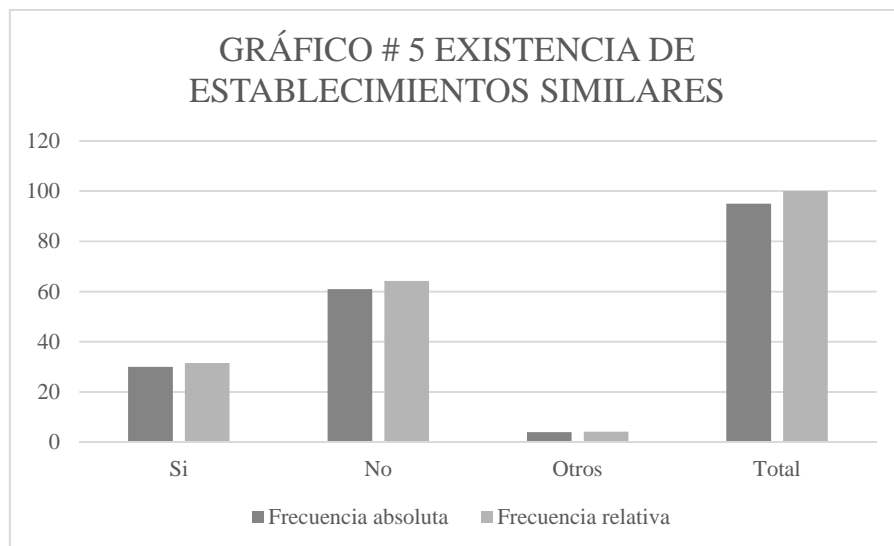
Del total de la población encuestada el 51% afirmó que sería más fácil informarse de las promociones mediante las redes sociales, en cambio el 27% prefiere que la publicidad sea mediante radio y televisión y un grupo pequeño de personas correspondiente al 11% prefiere la prensa para informarse de las promociones que ofrezca el restaurante lo cual permite conocer que medios de comunicación se ocupará para dar a conocer los productos.

### **5. ¿Conoce la existencia de un restaurante especializado en comida típica del cantón Latacunga en la parroquia San Buenaventura?**

**Tabla 5-3:** Existencia de establecimientos similares

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	30	31,58
No	61	64,21
Otros	4	4,21
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 5-3:** Existencia de establecimientos similares  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

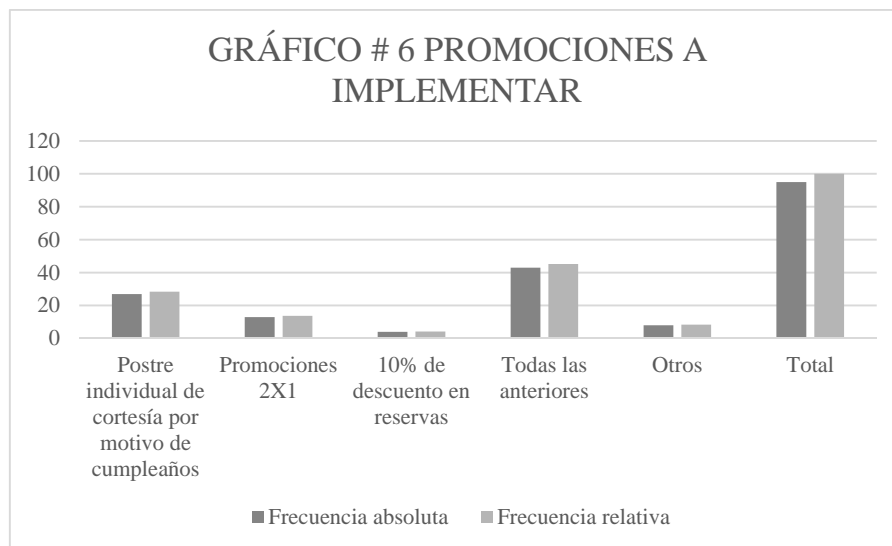
El 64% de las personas encuestadas afirmó que no conoce de algún establecimiento de alimentos y bebidas que esté en funcionamiento por el sector, mientras el 31% conoce de un establecimiento restaurantero que se encuentra en la parroquia. Resulta estratégico implementar un restaurante que brinde este tipo de alimentos.

### **6. ¿Cuál de estas promociones le gustaría que se implemente dentro del restaurante de comida típica del cantón Latacunga?**

**Tabla 6-3:** Promociones a implementar

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Postre individual de cortesía por motivo de cumpleaños	27	28,42
Promociones 2X1	13	13,68
10% de descuento en reservas	4	4,21
Todas las anteriores	43	45,26
Otros	8	8,42
Total	95	100,00

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 6-3:** Promociones a implementar

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Análisis descriptivo e interpretativo

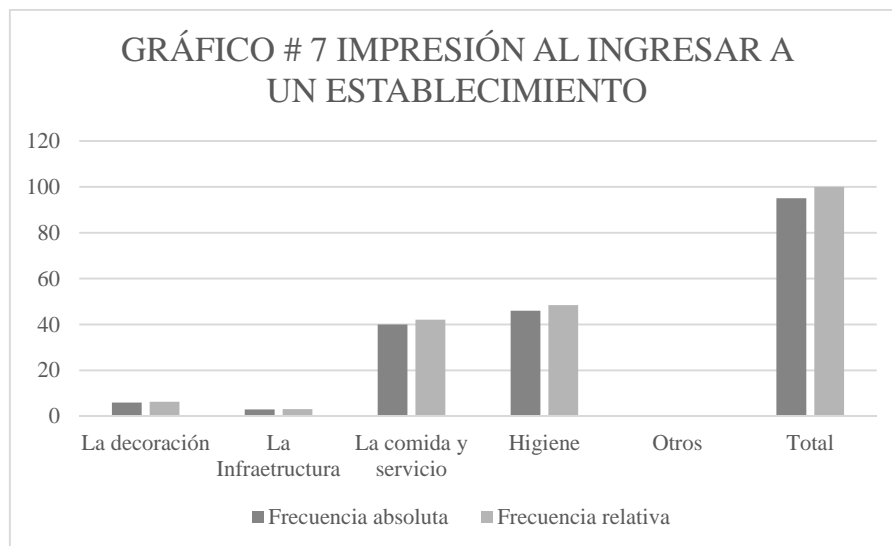
El 45% de la población encuestada confirmó que le gustaría que implementasen todas las promociones mientras que el 28% de las personas optó como una buena promoción el postre individual, las promociones 2X1 tuvieron poca acogida ya que solo un 13% optó por esta alternativa, y el descuento en reservas obtuvo un 4% ya que no es muy llamativa para los clientes.

### 7. ¿Qué es lo más importante para usted cuando llega a un establecimiento de alimentos y bebidas?

**Tabla 7-3:** Impresión al ingresar a un establecimiento

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
La decoración	6	6,32
La Infraestructura	3	3,16
La comida y servicio	40	42,11
Higiene	46	48,42
Otros	0	0,00
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 7-3:** Impresión al ingresar a un establecimiento  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

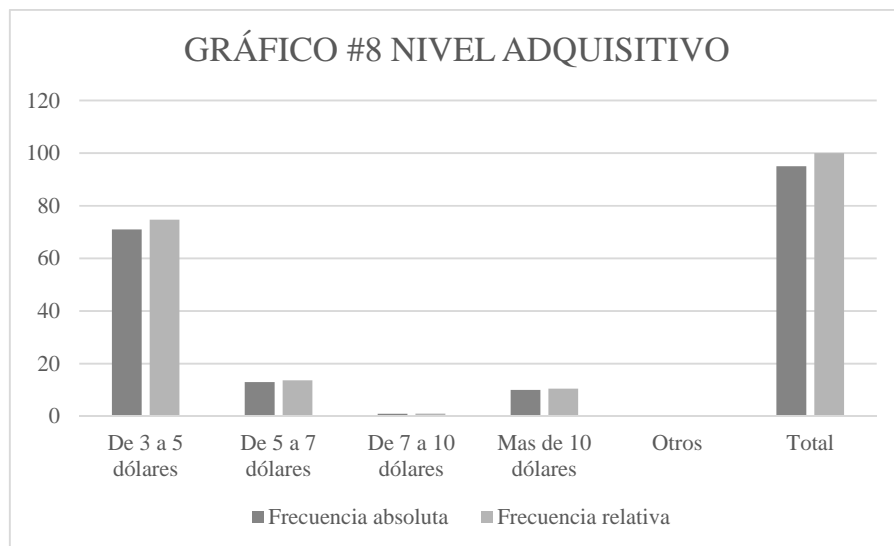
El 48% de los encuestados comenta que al ingresar a un establecimiento de alimentos y bebidas prefiere que este lo más higiénico y organizado posible ya que es una deficiencia que se puede apreciar en los locales que se encuentran en la parroquia, el 42% de la población encuestada afirma que prefiere un servicio rápido y que la comida sea de calidad, el 6% correspondiente a la decoración y el 3% a la infraestructura del establecimiento no es muy relevante para la mayoría de los clientes pero se debería tener una decoración e instalaciones acorde al servicio para distinguirse de la competencia

### **8. En promedio cuánto gasta por persona cuando acude a un restaurante**

**Tabla 8-3:** Nivel adquisitivo

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 3 a 5 dólares	71	74,74
De 5 a 7 dólares	13	13,68
De 7 a 10 dólares	1	1,05
Mas de 10 dólares	10	10,53
Otros	0	0,00
Total	95	100,00

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 8-3: Nivel adquisitivo**  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Análisis descriptivo e interpretativo

El 74% de la población encuestada gasta en promedio de 3 a 5 dólares por personas por lo que se procurará ofertar los servicios a este nivel adquisitivo para que sea más asequible, el 13% está dispuesto a gastar de 5 a 7 dólares, el 10% está de acuerdo en pagar más de 10 dólares y el 1% en gastar de 7 a 10 dólares.

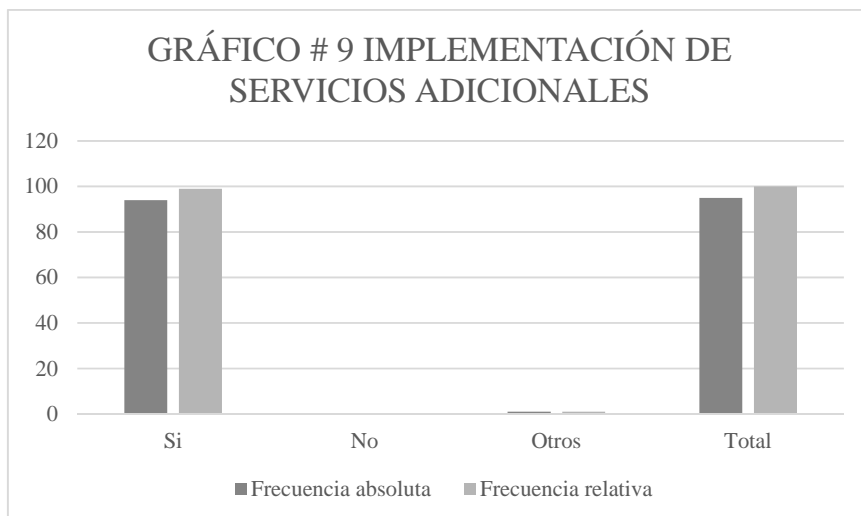
### 9. Le gustaría que el restaurante cuente con parqueadero y juegos recreativos para los niños, mientras usted degusta de la comida

**Tabla 9-3: Implementación de servicios adicionales**

Indicador	Frecuencia	
	Frecuencia absoluta	relativa
Si	94	98,95
No	0	0,00
Otros	1	1,05
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)





**Gráfico 9-3:** Implementación de servicios adicionales  
 Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

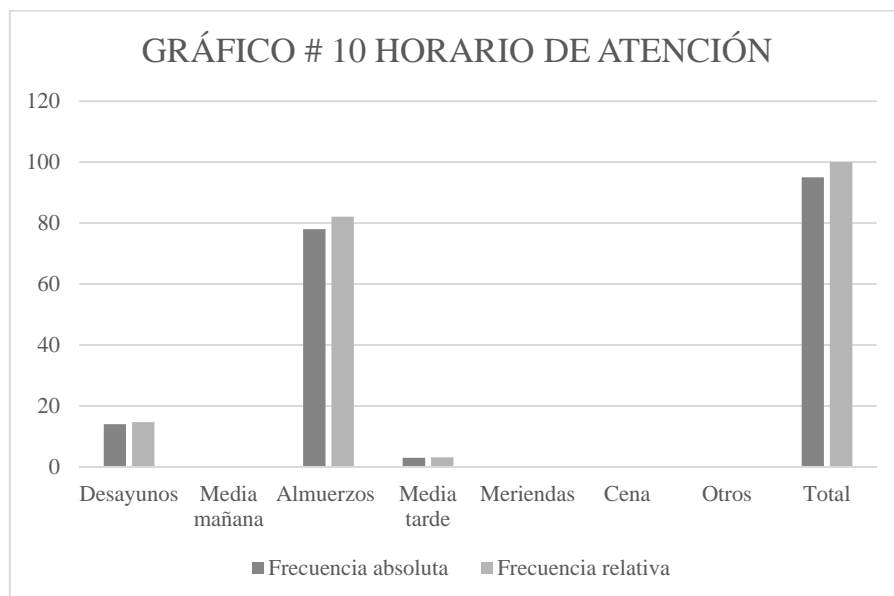
El 98% de la población le gustaría que el establecimiento cuente con parqueadero y juegos recreativos para los niños para que puedan disfrutar cómodamente de la comida sin interrupciones, esta alternativa fue muy acogida debido a que ninguno de estos servicios está vigente en el sector.

### **10. Durante el día en ¿Qué tiempo de comida, fuera de su hogar frecuenta un restaurante?**

**Tabla 10-3:** Horario de atención

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Desayunos	14	14,74
Media mañana	0	0,00
Almuerzos	78	82,11
Media tarde	3	3,16
Meriendas	0	0,00
Cena	0	0,00
Otros	0	0,00
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 10-3:** Horario de atención  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

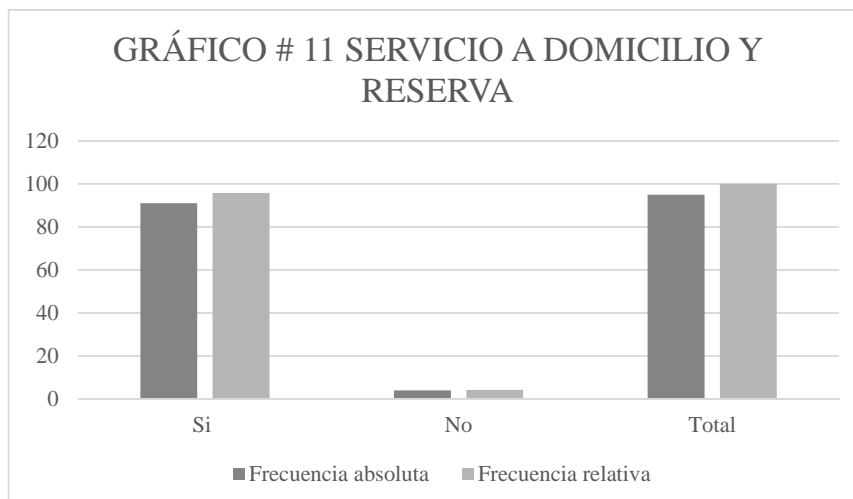
El 78% de la población encuestada le gustaría que el establecimiento esté en funcionamiento durante el almuerzo debido a que las personas frecuentan la iglesia al medio día, el 14% de la población encuestada afirma que le gustaría que se ofrezcan desayunos y tan solo el 3% manifiesta que le gustaría que el establecimiento funcione las medias tardes, las alternativas de meriendas y cenas no son muy acogidas es por ello que se pretende brindar el servicio desde las mañanas hasta la media tarde.

### **11. En el caso de implementarse el restaurante le gustaría que se ofrezca el servicio a domicilio y reserva**

**Tabla 11-3:** Servicio a domicilio y reserva

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	91	95,79
No	4	4,21
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 11-3:** Servicio a domicilio y reserva  
 Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

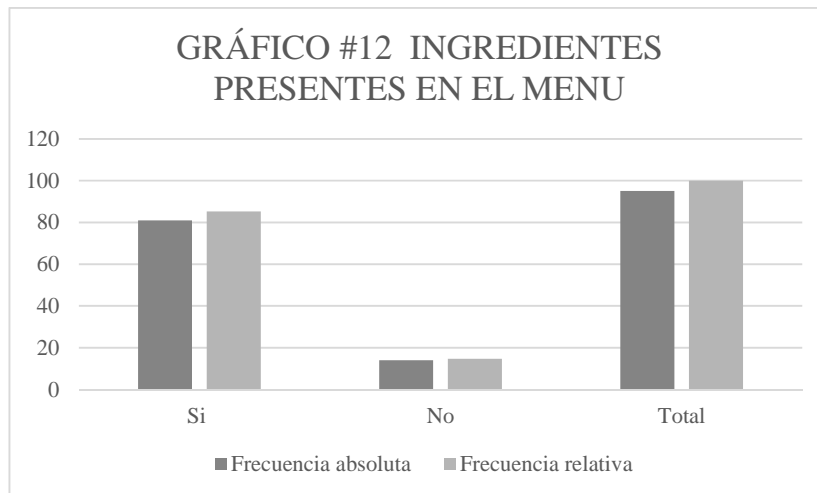
El 95% de la población encuestada afirmó que prefiere evitar filas y hacer una reserva o a su vez que sus alimentos sean enviados a domicilio para degustarlos en la comodidad del hogar en cambio el 4% manifiesta que no le agrada el servicio a domicilio ya que expresan que prefieren salir hacer actividades de ocio y frecuentar establecimientos de alimentos y bebidas.

### **12. ¿Le gustaría que en su menú le especifiquen la lista de ingredientes que se utilizan en las preparaciones con el fin de evitar complicaciones médicas?**

**Tabla 12-3:** Ingredientes presentes en el menú

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	81	85,26
No	14	14,74
Total	95	100,00

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 12-3:** Ingredientes presentes en el menú  
 Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### **Análisis descriptivo e interpretativo**

El 85% de la población manifestó que es una excelente idea el incorporar la lista de ingredientes en el menú con el fin de evitar alguna complicación medica en contraste el 14% de la población encuestada expreso que no le gustaría que se incluyera la lista de ingredientes.

## CAPÍTULO IV

### 4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### INTRODUCCIÓN

Emprendedor es una persona creativa que identifica oportunidades exitosas de negocios y las pone en marcha aplicando su experiencia y motivación, asumiendo riesgos financieros durante el desarrollo de la idea concebida por el u otra persona, el emprendedor tiene varias cualidades que ayudan a organizar y culminar sus ideas de negocio.

Un emprendedor saca el mejor provecho a las oportunidades que se presentan, es una persona energética, muy motivada que influye sobre las demás personas; es un líder da lo mejor de él, propone ideas nuevas y creativas con el fin de culminar sus proyectos. Tienen alta autoestima ya que confían plenamente en ellas mismas y en las decisiones que toman, no dan marcha atrás a sus ideales asumen riesgos a los cuales hacen frente o a su vez los prevén y toman decisiones con el fin de solucionarlos.

Una de las razones por las que una persona se arriesga a emprender un negocio, es progresar financieramente, o a su vez nace la necesidad debido al déficit de empleo, también hay razones lucrativas y no lucrativas estas últimas consisten en retribuir a la sociedad para que desarrolle y mejore la calidad de vida de las personas, mientras tanto las razones lucrativas consisten en obtener más dinero o también la necesidad de tener algo propio y dejar de ser empleado.

Según (Duarte, 2009) El término *emprendedor* proviene de las locuciones latinas *in, en, y prendere*, coger, cuyo significado es acometer o llevar a cabo. Por extensión, y probablemente por influencia del francés y del italiano, lenguas en las que *empresario* se dice *entrepreneur e imprenditore* respectivamente, el vocablo se utiliza para señalar a quien inicia una empresa. En consecuencia, emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción del riesgo. Por lo anterior, se concluye que los emprendedores son los principales agentes de cambio social.

## 4.1 Identificación de la Idea

**Tabla 1-4:** Valoración de ideas

<b>PRODUCTO</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>NECESIDAD QUE SATISFACE</b>
<b>Creación de un restaurante sustentable</b>	Poco impacto ambiental, empleo de productos de Km 0 & orgánicos.	Alimentación orgánica, responsable con el medio ambiente.
<b>Creación de un Pub-Bar</b>	Temática Vintage, variedad de cerveza.	Ocio y diversión.
<b>Creación de una Bar-Café</b>	Café lojano, elaboración de cerveza artesanal.	Punto de encuentro y esparcimiento.

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### 4.1.1 Lluvia de ideas

**Tabla 2-4:** Selección de las ideas

<b>IDEAS</b>	<b>NIVEL DE INNOVACIÓN</b>	<b>MERCADO POTENCIAL</b>	<b>CONOCIMIENTO TÉCNICO</b>	<b>REQUERIMIENTO DEL CAPITAL</b>	<b>TENDENCIA NACIONAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Creación de un restaurante sustentable</b>	5	5	4	5	5	24
<b>Creación de un Pub-Bar</b>	3	4	4	4	5	20
<b>Creación de una Bar-Café</b>	3	4	3	5	5	20

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.1.1.1 Selección y evaluación de la idea

**Tabla 3-4:** Evaluación final de las ideas

<b>IDEA</b>	<b>BARRERAS DE ENTRADA</b>	<b>DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA</b>	<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Creación de un restaurante sustentable</b>	4	5	5	14
<b>Creación de un Pub-Bar</b>	4	4	4	12
<b>Creación de una Bar-Café</b>	4	3	4	11

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.1.1.2 Descripción de la idea seleccionada

Estudio de factibilidad para la implantación de un restaurante sustentable de comida típica del cantón Latacunga, parroquia San Buenaventura 2018.

#### 4.1.2 Justificación

El proyecto de implantación de un restaurante sustentable de comida típica del cantón Latacunga, parroquia San Buenaventura es una propuesta muy innovadora ya que no solo brindará un servicio de alimentación, sino que también contribuirá al mejoramiento paulatino de la salud de sus consumidores debido a que este tipo de establecimiento emplea productos orgánicos y de Km 0 para la elaboración de los diferentes potajes. Conjuntamente dará a conocer la gastronomía y cultura de la región ya que es un restaurante de comida típica y la gente se sentirá identificada con sus costumbres y tradiciones.

La creación de este tipo de establecimiento nace a la falta de un lugar en el que se puedan disfrutar diferentes platillos tradicionales en un ambiente acogedor libre de la contaminación acústica y ambiental como es el caso de los establecimientos del centro de la parroquia. Así también se propone aprovechar al máximo la capacidad agraria del sector debido a que este tipo de

restaurantes sustentables usa por lo general productos aledaños lo cual ayuda al progreso de los agricultores.

#### 4.1.3 Nombre del emprendimiento

**Tabla 4-4:** Selección del nombre del emprendimiento

ATRIBUTOS	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	CLARO	FÁCIL DE RECORDAR	TOTAL
Arrebol	10	9	9	9	9	9	55
Mashca	9	7	9	8	9	7	49
Los Angeles	9	8	7	7	7	8	46

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### Emotividad del nombre

“Arrebol” es un nombre sencillo de recordar, de fácil pronunciación se ha elegido este nombre debido a que este evento natural se produce por las tardes en el horizonte lo cual produce un sentimiento de tranquilidad al contemplarlo, con este nombre se pretende crear una imagen de negocio diferente, única y que se posicione en el mercado.

#### 4.1.4 Descripción del emprendimiento

La naturaleza de este emprendimiento es de tipo industrial, de servicios y comercial

- **Industrial:** Sus procesos de producción son estandarizados, utilizan materia prima para la elaboración de sus productos y aplican normas de seguridad, higiene y sanitación.
- **Servicios:** Debido a que brindan un servicio tangible o intangible con el fin de satisfacer las necesidades de las personas.
- **Comercial:** Son aquellas que expenden los productos para así tener una retribución económica, son con fin de lucro.



#### 4.1.4.1 Misión

Ser un establecimiento de alimentos y bebidas comprometido con nuestros clientes con el fin de garantizar una alimentación de calidad por medio de procesos estandarizados en donde podamos satisfacer sus necesidades y a la vez otorgar una nueva experiencia culinaria que sobrepase las expectativas de nuestros clientes.

#### 4.1.4.2 Visión

Lograr ser un establecimiento de restauración que se posicione en el mercado y que cree identidad en los consumidores consiguiendo ser fácilmente identificado por los servicios que brinda, convirtiéndose así en un establecimiento muy rentable y competitivo con personal capacitado y comprometido por el cuidado del medio ambiente.

#### 4.1.4.3 Políticas y estrategias

**Tabla 5-4:** Políticas y estrategias

<b>Políticas</b>	<b>Estrategias</b>
Brindar un servicio de calidad	Personal calificado en la que establezcan comunicación asertiva con los clientes.  Utilizar procesos para la atención al cliente con el fin de mejorar el servicio constantemente.  Capacitación regularmente para así formar un equipo de trabajo.
Aplicación de métodos que aseguren la higiene de los alimentos	Empleo de manuales de función con el fin de preservar la calidad de los ingredientes.  Emplear normas de HACCP O BPM's para garantizar productos de calidad.
Crear un ambiente laboral adecuado	Iluminación adecuada Instalaciones y maquinaria apropiada.  Trato justo, remuneración y días libres de acuerdo con la ley  Capacitación del RH constantemente para que sea más eficiente y solucione conflictos.

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### *4.1.4.4 Valores y principios*

##### **De trabajo**

- Responsabilidad
- Compromiso
- Puntualidad
- Eficiencia

##### **Axiológicos**

- Respeto
- Innovación
- Ética
- Colaboración
- Disciplina

#### *4.1.4.5 Distingos y ventajas competitivas*

##### **Distingos competitivos**

- Mediante la implementación del restaurante se dará a conocer las costumbres y tradiciones del cantón Latacunga que se convertirá en un atractivo para turistas nacionales y extranjeros fomentando así el desarrollo del sector.
- La decoración será acorde a la cultura del sector lo que generará un ambiente acogedor para los clientes.
- La comida tendrá un papel importante ya que se emplearán productos orgánicos del sector lo fomentara el desarrollo agrario de la parroquia.

## **Ventajas competitivas**

- El establecimiento contará con instalaciones adecuadas que permitirán un ambiente tranquilo y confortable logrando una aceptación y motivando al regreso de los clientes.
- Se crearán promociones con el fin de recompensar la fidelidad de los clientes.
- Al estar en una zona estratégica se convertirá en el punto de encuentro de las personas propiciando el ocio y esparcimiento de los clientes.

## **Análisis del sector**

- Este emprendimiento se dará lugar en la parroquia San Buenaventura ubicada en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.
- Los productos empleados para la elaboración de alimentos se encuentran en el sector por lo que tendrán un menor costo de adquisición.
- La ubicación del establecimiento de alimentos y bebidas es muy concurrida debido a que la mayoría de gente visita la iglesia y demás atractivos de la parroquia.
- Los precios de los alimentos en el restaurante son accesibles a clientes de nivel socio económico medio alto y bajo.
- Por el momento el sector no cuenta con un establecimiento similar al propuesto.

## **Análisis del producto bienes & servicio**

### **Características**

- Es un establecimiento de alimentos y bebidas muy novedoso de ambiente acogedor y con decoración tradicional, que combina ingredientes autóctonos con técnicas culinarias y procesos de producción higiénicos asegurando así la calidad del producto final. Además de garantizar una experiencia culinaria, precautela la salud de los consumidores debido a que se emplean productos locales y orgánicos fomentando el desarrollo agrario y turístico.

## Usos

- Impulso de la agricultura orgánica del sector.
- Satisfacción de las necesidades nutricionales.
- Brindar un servicio de calidad personalizado
- Ambiente tradicional impulsando la cultura del cantón.

### 4.1.5 Aplicación del FODA

**Tabla 6-4:** FODA del establecimiento

<b>Fortalezas</b>	Productos innovadores, empleo de técnicas que ayuden a mejorar los procesos de producción.  Empleo de productos de los agricultores del sector fomentando la agricultura orgánica.  Localización del establecimiento estratégica.
<b>Debilidades</b>	Desconocimiento del establecimiento de alimentos y bebidas en el mercado hasta que se posicione en el mismo.  Competencia directa e indirecta des leal en los precios.
<b>Oportunidades</b>	Elaboración de productos con la mayor frescura posible, empleo técnicas para que el producto sea más apetecible y llamativo al público.  Diversidad de platillos y promociones.  Atención personalizada y ambiente acogedor.
<b>Amenazas</b>	Competencia indirecta establecida en las cercanías del sector.  Implementación de establecimientos similares lo que ocasionaría disminución de ingresos.

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

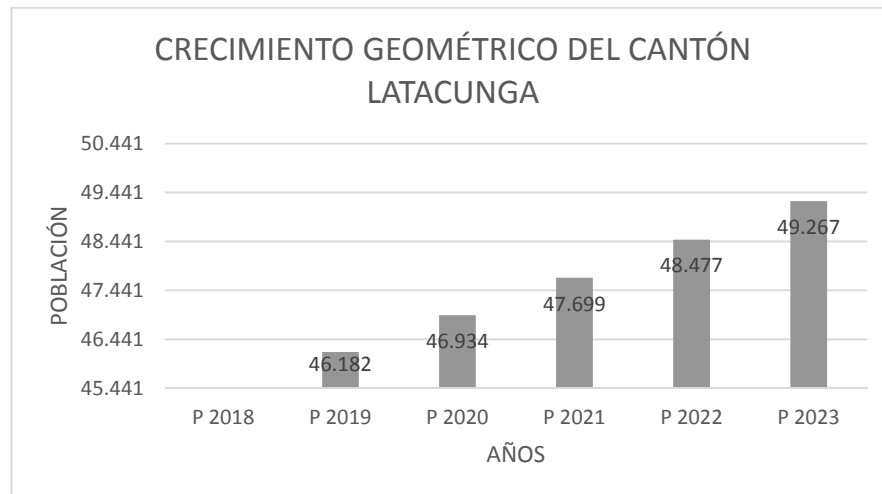
## 4.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado se emplea para conocer la factibilidad del proyecto mediante la recopilación de datos e información relativa a la población encuestada que permitirán conocer sus preferencias y satisfacer la demanda existente en el mercado.

**Tabla 7-4:** Crecimiento geométrico del cantón Latacunga

AÑOS		POBLACION	FORMULA	CRECIMIENTO GEOMETRICO
P 2018	=	42595	$( 1 + 0,0163 )^4$	45.441
P 2019	=	42595	$( 1 + 0,0163 )^5$	46.182
P 2020	=	42595	$( 1 + 0,0163 )^6$	46.934
P 2021	=	42595	$( 1 + 0,0163 )^7$	47.699
P 2022	=	42595	$( 1 + 0,0163 )^8$	48.477
P 2023	=	42595	$( 1 + 0,0163 )^9$	49.267

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 1-4:** Crecimiento geométrico del cantón Latacunga

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Análisis descriptivo e interpretativo

El crecimiento poblacional del cantón Latacunga se incrementa conforme avanzan los años se ha tomado en cuenta a partir del año 2018 ya que consta como año 0 o fase de desarrollo del proyecto. Lo que da entender que resulta favorable para el establecimiento debido a que la población crece paulatinamente.

## 4.2.1 Demanda

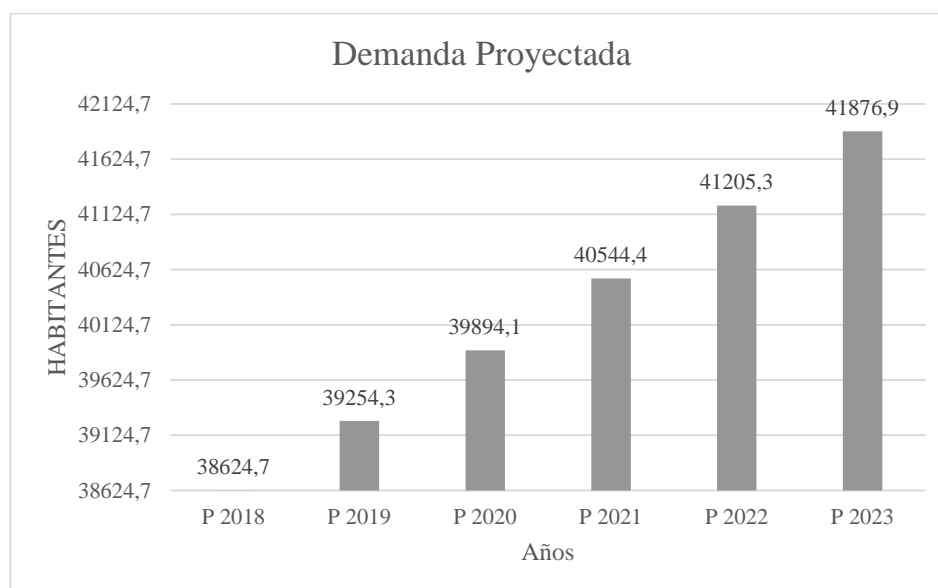
La demanda es influenciada por los hábitos de una persona, su poder adquisitivo y otros factores que permitirán conocer la cantidad de individuos que deseen adquirir un bien o servicio es por ello por lo que mediante encuestas y datos acerca del crecimiento poblacional del cantón Latacunga permitirán conocer la demanda existente.

### 4.2.1.1 Demanda proyectada

**Tabla 8-4:** Demanda proyectada

AÑOS		Población	Aceptabilidad	Población objetivo		Consumo mensual	Consumo anual
P 2018	=	45.441	85,00%	38624,7	hab.	\$ 140,00	\$ 64.889.515,63
P 2019	=	46.182	85,00%	39254,3	hab.	\$ 140,00	\$ 65.947.214,73
P 2020	=	46.934	85,00%	39894,1	hab.	\$ 140,00	\$ 67.022.154,33
P 2021	=	47.699	85,00%	40544,4	hab.	\$ 140,00	\$ 68.114.615,45
P 2022	=	48.477	85,00%	41205,3	hab.	\$ 140,00	\$ 69.224.883,68
P 2023	=	49.267	85,00%	41876,9	hab.	\$ 140,00	\$ 70.353.249,28

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 2-4:** Demanda proyectada

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

## Análisis descriptivo e interpretativo

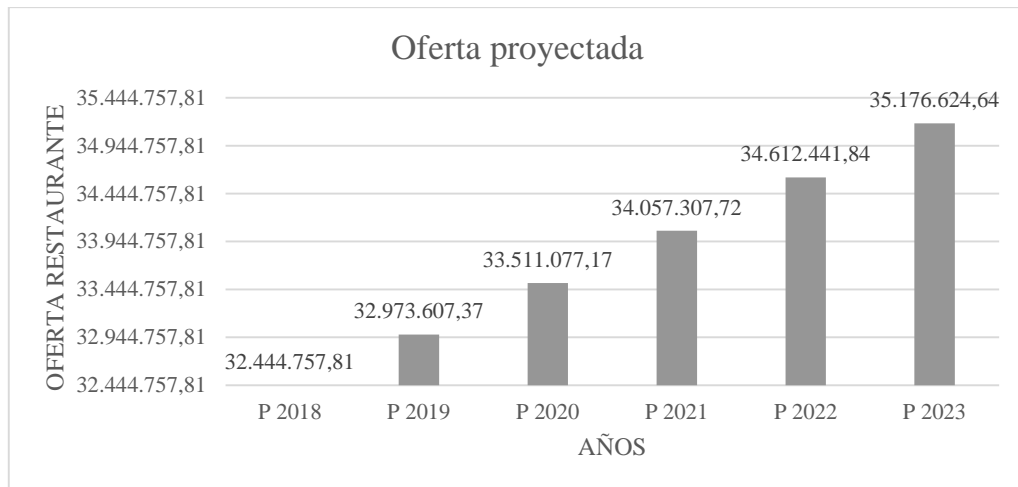
Los datos obtenidos reflejan que durante un periodo de 5 años la demanda va incrementándose de 38.624,7 habitantes hasta 41.876,9 debido a que el target de mercado no se siente a gusto con los bienes o servicios ofertados por los establecimientos de alimentos y bebidas.

### 4.2.2 Oferta

**Tabla 9-4: Oferta**

AÑOS		Población objetivo		Consumo anual	Oferta local	OFERTA DEL RESTAURANTE
P 2018	=	38624,7	hab.	\$ 64.889.515,63	50,00%	32.444.757,81
P 2019	=	39254,3	hab.	\$ 65.947.214,73	50,00%	32.973.607,37
P 2020	=	39894,1	hab.	\$ 67.022.154,33	50,00%	33.511.077,17
P 2021	=	40544,4	hab.	\$ 68.114.615,45	50,00%	34.057.307,72
P 2022	=	41205,3	hab.	\$ 69.224.883,68	50,00%	34.612.441,84
P 2023	=	41876,9	hab.	\$ 70.353.249,28	50,00%	35.176.624,64

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 3-4: Oferta proyectada**

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

## Análisis descriptivo e interpretativo

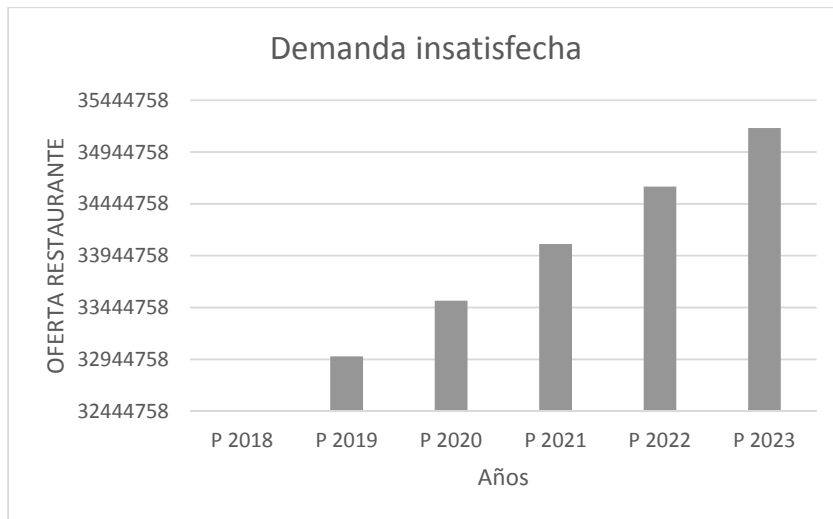
Mediante las encuestas se ha recopilado datos los cuales muestran que el 50% de la población está conforme con los servicios de alimentos y bebidas que existen en la localidad por lo que se debe elaborar planes de marketing debido a que este porcentaje es relativamente alto.

### 4.2.3 Demanda insatisfecha

**Tabla 10-4:** Demanda insatisfecha

AÑOS		Población objetivo	Consumo anual	Oferta local	Demanda Insatisfecha
P 2018	=	38624,7	hab.	\$ 64.889.515,63	32.444.757,81
P 2019	=	39254,3	hab.	\$ 65.947.214,73	32.973.607,37
P 2020	=	39894,1	hab.	\$ 67.022.154,33	33.511.077,17
P 2021	=	40544,4	hab.	\$ 68.114.615,45	34.057.307,72
P 2022	=	41205,3	hab.	\$ 69.224.883,68	34.612.441,84
P 2023	=	41876,9	hab.	\$ 70.353.249,28	35.176.624,64

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 4-4:** Demanda insatisfecha

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



## **Análisis descriptivo e interpretativo**

Utilizando la progresión de crecimiento geométrico del cantón Latacunga se determinó la demanda insatisfecha, la cual resulta beneficiosa debido a que el 50% de la población estaría dispuesta a asistir a un establecimiento de alimento y bebidas lo cual es factible implementar el proyecto.

### **4.2.4 Mix de mercado**

#### **4.2.4.1 Producto**

El producto que se va a ofertar es la gastronomía típica de gastronomía del cantón Latacunga que se complementara con un servicio de calidad que se dará lugar en un ambiente acogedor con una temática tradicional además se complementara este servicio empleando el plus gastronómico el cual fomenta el consumo de los productos locales y orgánicos así precautelando la salud de sus consumidores.

### **Logotipo**



**Gráfico 5-4:** Logotipo  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Slogan:** Sabores que perduran en el tiempo



**Gráfico 6-4:** Tarjeta de presentación  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.2.4.2 Precio

Para determinar el precio se tomará en cuenta la competencia, el nivel adquisitivo y los datos obtenidos en las encuestas que permitirán fijar precio a los diferentes productos que se ofertarán en el establecimiento de alimentos y bebidas.

#### 4.2.4.3 Plaza

Para la distribución de los bienes y servicios se utilizará un canal de distribución directo debido a que no se pretende tener intermediarios o como mucho se empleará un canal corto en caso de que se realicen entregas a domicilio.

#### 4.2.4.4 Promoción

Los medios de comunicación jugarán un papel importante ya que por medio de estos se dará a conocer el establecimiento es por lo que mediante los datos obtenidos en las encuestas se identificarán que medios de comunicación son los más idóneos para ejecutar un plan publicitario.

## **4.2.5 Análisis del sector**

### *4.2.5.1 Análisis del sector*

El restaurante de comida típica del cantón Latacunga se ubicará en la parroquia San Buenaventura en el barrio centro a pocos metros del estadio de la parroquia y relativamente cerca de la vía principal por la que transitan personas que practican deporte y frecuentan la iglesia de la parroquia los domingos por lo que es una gran oportunidad para captar clientes con los productos novedosos que se ofertaran en el sector.

### *4.2.5.2 Tipo de cliente*

Está dirigido a clientes que estén en el rango de edad de 15 a 65 años y que tengan un nivel adquisitivo medio ya que los bienes y servicios están más adecuados para este target de mercado.

### *4.2.5.3 Proveedores*

Al ser un establecimiento auto sustentable no se requiere de muchos proveedores debido a que los productos se pretenden cultivar y los demás alimentos se compraran a los agricultores del sector fomentando el desarrollo agrario.

### *4.2.5.4 Competidores*

Existe mucha competencia indirecta debido a que hay establecimientos que no poseen infraestructura adecuada ni conocen de un manejo correcto de alimentos, la competencia directa es el restaurante San Juan el cual posee instalaciones para brindar un servicio de calidad, pero ve limitado en cuanto a presentación de platos, variedad tanto en comida caliente y pastelería.

#### 4.2.6 Cargos y funciones del área comercial

Se destinará una persona para atender el área de servicio, deben cumplir ciertas funciones como dar un buen trato al cliente, mantener el restaurante en perfecciones condiciones, organizado y limpio aparte de ello deben tener facilidad de palabra para así establecer conversaciones y lograr que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

**Tabla 11-4:** Beneficios sociales

VENTAS				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (1% LEY DE DISCAPACIDAD)
MESERO/CAJERO	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79
<b>TOTALES:</b>	<b>386,00</b>	<b>1.158,00</b>	<b>4.632,00</b>	<b>562,79</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.2.7 Determinación de inversiones y gastos del área comercial

**Tabla 12-4:** Determinación de inversiones

INVERSIONES DEL ÁREA COMERCIAL O VENTAS			
RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
TV TCL 55 SMART 4K UHD L55P62US 2018 CON HDR	1	629,99	629,99
MÓDEM WIFI	1	28,00	28,00
CAJA REGISTRADORA CASIO PCR-T280	1	309,00	309,00
TELÉFONO PANASONIC	1	36,99	36,99
<b>SUB TOTAL EQUIPO DEL ÁREA COMERCIAL</b>			<b>1.003,98</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1.003,98</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Tabla 13-4:** Determinación de inversiones

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES VENTAS</b>			
MESAS DE MADERA	10	60,00	600,00
SILLAS DE MADERA	50	15,00	750,00
BARRA DE MADERA	1	150,00	150,00
			-
<b>TOTAL</b>		<b>225,00</b>	<b>1.500,00</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Tabla 14-4: Suministros y materiales**

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>			
HOJAS* 1000	1	3,25	3,25
ESFEROS	6	0,35	2,10
SELLO DE LA EMPRESA	1	7	7,00
PERFORADORA	1	1,5	1,50
ENGRANPADORA	1	2,3	2,30
ARCHIVADOR	2	5	10,00
CORRECTOR	1	1,25	1,25
BORRADOR	2	0,25	0,50
LAPIZ	2	0,35	0,70
MARCADOR	2	0,6	1,20
COLOR	1	4,42	4,42
DETERGENTE INDUSTRIAL	1	5,5	5,50
ESCOBA	2	1,8	3,60
TRAPEADOR	2	2,5	5,00
BASUREROS	5	5	25,00
FUNDAS DE BASURA*10	5	1,5	7,50
DESGRASANTE	1	4,73	4,73
MASCARILLA * 100	1	3,1	3,10
COFIA * 100	1	4	4,00
LAVA VAJILLA	2	1,8	3,60
VILEDAS	5	0,65	3,25
PAPEL HIGIÉNICO * 12	1	2,25	2,25
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>59,10</b>	<b>101,75</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Tabla 15-4: Publicidad**

<b>GASTO PROMOCIÓN</b>		
TIPO	CANTIDAD	C.ANUAL
VALLA PUBLICITARIA CON EL NOMBRE DEL ESTABI	1	360,00
DISEÑO DE CARTA O MENÚ DEL ESTABLECIMIENTO	20	60,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	100	60,00
PUBLICIDAD INTERNET	2	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>480,00</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### 4.3 Estudio Técnico

#### 4.3.1 Determinación del tamaño

Para determinar el tamaño de la empresa se utiliza la siguiente formula tomando en cuenta la dimensión del salón del establecimiento el cual posee

CR= CAPACIDAD REAL 200 pax

CO= CAPACIDAD OSCIOSA 20 pax

CI= CAPACIDAD INSTALADA

**CI=CR+CO**

CI=180+20

CI=200 PAX

**ANALISIS:** Aplicando la fórmula de la capacidad instalada el restaurante tiene una capacidad real aproximadamente de 180 pax y como capacidad ociosa de 20 pax diarios, por lo tanto, el establecimiento tiene como resultado una capacidad instalada de 200 pax diarios.

#### 4.3.2 Capacidad del emprendimiento

**Tabla 16-4:** Capacidad de producción

TIPO DE RECETA ESTÁNDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Locro de papas	8	40	160	1.920
Locro de cuy	5	25	100	1.200
Sopa de quinua	4	20	80	960
Caldo de gallina	5	25	100	1.200
Caldo de pata	6	30	120	1.440
Llapingachos	4	20	80	960
Cuy asado	7	35	140	1.680
Fritada	10	50	200	2.400
Tortillas de palo(maíz)	10	50	200	2.400
Chicha de jora	5	25	100	1.200
Morocho	4	20	80	960
Horchata Arrebol	3	15	60	720
Variedad de pan	3	15	60	720
Hallullas	10	50	200	2.400
Torta de chocolate	5	25	100	1.200
Torta de banano y nuez	5	25	100	1.200
Tarta de limón y naranja	5	25	100	1.200
Mousse de mora	5	25	100	1.200
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>520</b>	<b>2.080</b>	<b>24.960</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### 4.3.3 Localización

Tabla 17-4: Localización

POSIBLES UBICACIONES PARÁMETROS	PARROQUIA SAN BUENAVENTURA	COLAISA	LATACUNGA CENTRO DE LA CIUDAD
Disponibilidad de espacio	10	7	4
Disponibilidad de M.P.	10	9	7
Disponibilidad de M.O.	8	8	10
Servicios básicos	10	10	10
Seguridad	10	10	7
Accesibilidad	9	10	10
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>54</b>	<b>48</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Análisis

El puntaje máximo por ítem es 10 acumulando un total de 60 puntos, son 3 posibles alternativas para la localización siendo la parroquia San Buenaventura la más considerada ya que cuenta con la mayoría de los parámetros que exige para el emplazamiento del establecimiento de alimentos y bebidas.

### Macro localización

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** Latacunga
- **Parroquia:** San Buenaventura

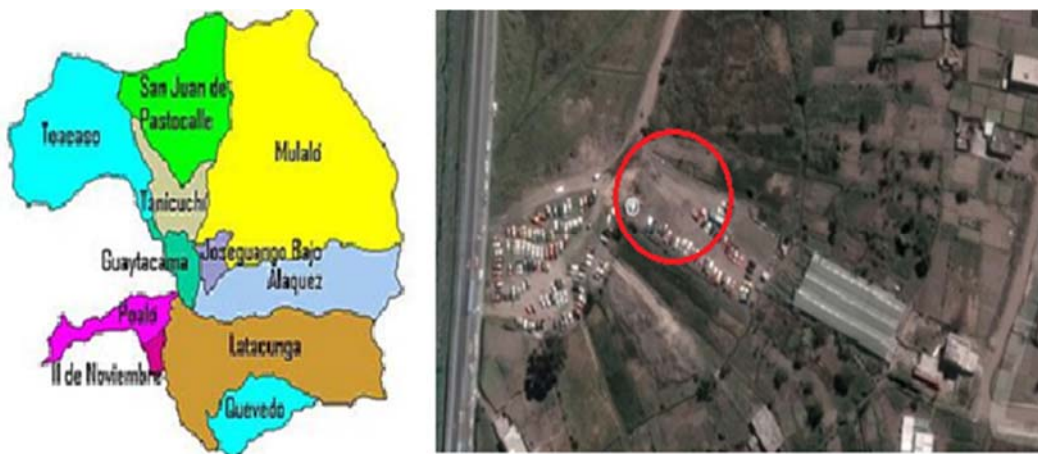


**Gráfico 7-4: Macro localización**

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

Fuente: (Google Maps, 2018)

### Micro localización



**Gráfico 8-4: Micro Localización**

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

Fuente: (Google Maps, s.f.)

#### 4.3.4 Proceso de producción

**Adquisición de materia Prima:** Es muy crucial en el proceso debido a que se debe adquirir productos de óptima calidad cuidando en lo posible las propiedades organolépticas de cada ingrediente adquirido.

**Recepción:** Al recibir los productos se debe cerciorar que estos no tengan abolladuras o que presenten visualmente maltrato ya que estos se malogran en el proceso de almacenamiento.



**Lavado:** Este proceso es muy importante puesto que los productos adquiridos son locales y presentan en la superficie polvo u otros contaminantes físicos que estropean los alimentos con el paso del tiempo.

### **Almacenado de productos perecederos y no perecederos**

Una vez limpios los productos se procede a clasificarlos de acuerdo con las características y tipo de almacenamiento.

### **Mise en place**

El mise en place debe realizarse correctamente para que facilite la producción de los alimentos y evite retrasos al momento de preparar los alimentos.

### **Producción**

Se procurará emplear técnicas de cocción que ayuden a preservar los nutrientes de los alimentos y al realizar la producción de las diferentes preparaciones se debe tener en cuenta el stock mínimo y máximo para así evitar la sobreproducción.

### **Montaje**



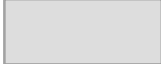


Se debe elaborar montajes en los cuales se preserve la armonía de cada uno de los ingredientes, respetando cantidades evitando el exceso de algún género.

### **Servicio**

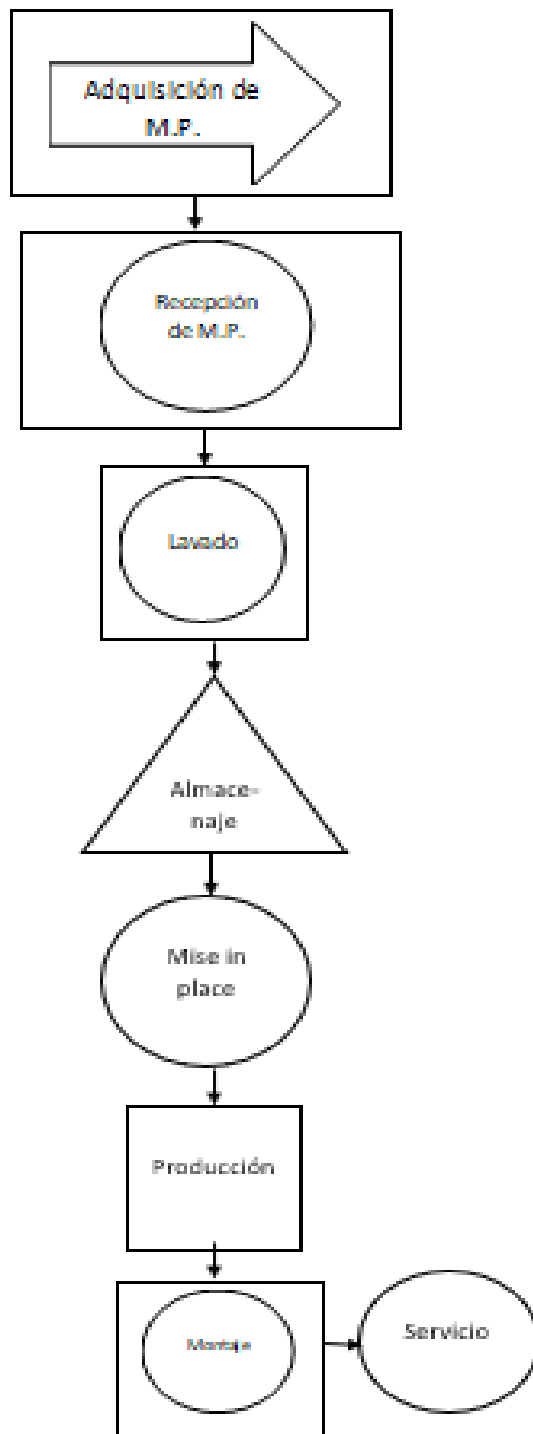
El servicio debe ser de primera, se desarrollará en un ambiente adecuado donde el cliente se sienta a gusto, será igualitario para todos, además se procurará satisfacer todas sus necesidades.

#### 4.3.4.1 Diagrama de flujo

**Tabla 18-4:** Histograma

HISTOGRAMA	
OPERACIÓN	
DEMORA	
INSPECCIÓN	
ALMACENAJE	
TRANSPORTE	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 9-4:** Proceso de producción  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

4.3.4.2 Recetas estándar

Tabla 19-4: Receta estándar

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA  CALDO DE PATA				GRUPO: SOPAS Y CALDOS		
				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
PATA DE RES	1500	1500	gr	3,00	c/kg	4,50
CEBOLLA BLANCA	250	250	gr	0,75	c/lb	0,41
MOTE	900	900	gr	0,82	c/lb	1,63
AGUA	2000	2000	ml	0,00	c/lt	0,00
CILANTRO	100	100	gr	1,00	c/lb	0,22
SAL	35	35	gr	0,48	c/kg	0,02
						0,00
					C. VARIABLE	6,78
				7%	% VARIOS	0,47
					TOTAL	7,25
					C. PAX	0,72

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.5 *Requerimiento de Talento Humano*

##### Área de servicio

**Tabla 20-4:** Ficha profesiográfica  
**Análisis de puestos de trabajo**

<b>Título del cargo:</b> Mesero			<b>Departamento:</b> Restauración			<b>Fecha:</b> 21 de julio de 2018		
<b>Título del cargo del cual depende:</b> Ninguno				<b>Código del cargo:</b> GAS002				
<b>Resumen del cargo:</b> El Mesero deberá ser rápido a la hora del servicio evitando errores.								
<b>Requisitos educativos:</b> Estudios segundo nivel.								
<b>Experiencia requerida:</b> 2 años de experiencia.								
<b>Conocimientos y habilidades:</b> Forma de llevar los platos, ser una persona asertiva Liderazgo, rapidez y eficacia								
<b>Requerimientos físicos:</b> Joven libre de problemas de salud y no tener impedimentos físicos.								
<b>Requerimientos personales:</b> Aseo, Limpieza uso de buenas prácticas de manufactura.								
<b>Rango de edad:</b> Preferiblemente edades entre 20 a 30 años								
<b>Referencias requeridas:</b> El desempeño laboral, cartas de recomendación de antiguos trabajos.								
<b>Horario:</b> Hora de ingreso 8:00 am /5:00 pm, 5 días a la semana.								
<b>Salario:</b> 386.00 Dólares americanos								
<b>Oportunidades de ascenso:</b> Supervisor del área de restauración.								

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

## Área de producción

**Tabla 21-4:** Ficha profesiográfica

Análisis de puestos de trabajo		
<b>Título del cargo:</b> Chef/ Pastelero	<b>Departamento:</b> Producción	<b>Fecha:</b> 21 de julio de 2018
<b>Título del cargo del cual depende:</b> Propietario		<b>Código del cargo:</b> GAS003
<b>Resumen del cargo:</b> El chef de cocina deberá poseer los conocimientos amplios del Arte Culinario empleando técnicas para así lograr productos de alta calidad y conservando en su gran mayoría platillos de alto contenido nutricional.		
<b>Requisitos educativos:</b> Estudios tercer nivel.		
<b>Experiencia requerida:</b> 2 años de experiencia.		
<b>Conocimientos y habilidades:</b> Desenvolvimiento del área de cocina, conocimiento de temperaturas, Liderazgo, rapidez y eficacia		
<b>Requerimientos físicos:</b> Joven libre de problemas de salud y no tener impedimentos físicos.		
<b>Requerimientos personales:</b> Aseo, Limpieza uso de buenas prácticas de manufactura.		
<b>Rango de edad:</b> Preferiblemente edades entre 23 a 30 años		
<b>Referencias requeridas:</b> El desempeño laboral, cartas de recomendación de antiguos trabajos.		
<b>Horario:</b> Hora de ingreso 8:00 am /5:00 pm, 5 días a la semana.		
<b>Salario:</b> 400.00 Dólares americanos		
<b>Oportunidades de ascenso:</b> Jefe de cocina.		

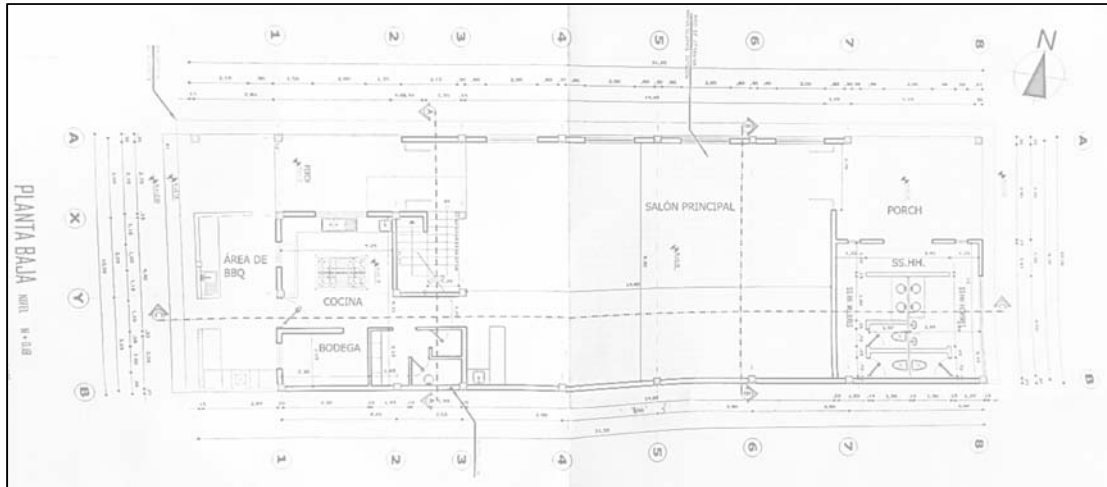
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

**Tabla 22-4:** Ficha profesiográfica

<b>Análisis de puestos de trabajo</b>		
<b>Título del cargo:</b> Cocinero	<b>Departamento:</b> Producción	<b>Fecha:</b> 21 de julio de 2018
<b>Título del cargo del cual depende:</b> Chef		<b>Código del cargo:</b> GAS004
<b>Resumen del cargo:</b> El Cocinero deberá poseer los conocimientos amplios del Arte Culinario empleando técnicas para así lograr productos de alta calidad y conservando en su gran mayoría platillos de alto contenido nutricional.		
<b>Requisitos educativos:</b> Estudios segundo nivel.		
<b>Experiencia requerida:</b> 5 años de experiencia.		
<b>Conocimientos y habilidades:</b> Desenvolvimiento del área de cocina, conocimiento de temperaturas, Liderazgo, rapidez y eficacia		
<b>Requerimientos físicos:</b> Joven libre de problemas de salud y no tener impedimentos físicos.		
<b>Requerimientos personales:</b> Aseo, Limpieza uso de buenas prácticas de manufactura.		
<b>Rango de edad:</b> Preferiblemente edades entre 23 a 30 años		
<b>Referencias requeridas:</b> El desempeño laboral, cartas de recomendación de antiguos trabajos.		
<b>Horario:</b> Hora de ingreso 8:00 am /5:00 pm, 5 días a la semana.		
<b>Salario:</b> 386.00 Dólares americanos		
<b>Oportunidades de ascenso:</b> Sous Chef		

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.6 Diseño de la planta



**Gráfico 10-4:** Diseño de planta

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### Descripción de la planta

El establecimiento Arrebol está dividido en varias áreas, comenzando por la cocina la cual está distribuida para la adecuación de fogones centrales que facilitan el desplazamiento de la brigada, cuenta con una bodega para el almacenamiento de productos perecederos, el área de BBQ está pensada para elaborar productos al exterior bajo cubierta como es el caso de asados los cuales demandan de ventilación constante para evitar la acumulación de humo y grasa, la posillería tiene comunicación directa con la cocina y el salón principal para proveer de vajilla u otro implemento que sea necesario.

El salón principal cuenta con una dimensión de 200 metros cuadrados en los cuales se distribuirá el restaurante, bar y la caja, las mesas para el servicio se ubicarán estratégicamente para que permitan el correcto desplazamiento de meseros y clientes, el salón cuenta con 2 salidas una principal y secundaria esta última brinda acceso a los servicios higiénicos los cuales están divididos para damas y caballeros.

En los exteriores del establecimiento se encuentra el parqueadero exclusivo para clientes, las áreas verdes cuentan con patio de juegos para los más pequeños y chancas deportivas.



### 4.3.7 Estructura de costos de producción

#### Servicios Básicos

**Tabla 23-4: Servicios Básicos**

SERVICIOS BÁSICOS						
TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	180	0,13	kw/h	23,46	70,38	281,52
Teléfono	150	0,09	mm	13,50	40,5	162
Internet	ilimitado	23,00	Megas	23,00	69	276
Agua	30	0,49	m3	14,70	44,10	176,40
<b>TOTAL</b>				<b>74,66</b>	<b>223,98</b>	<b>895,92</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Tabla 24-4: Costo**

100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN 50%	ADMINISTRACIÓN 25%	VENTAS 25%
<b>895,92</b>	447,96	223,98	223,98

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### Combustible

**Tabla 25-4: Combustibles y lubricantes**

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES						
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
GAS DOMÉSTICO	1	4	2,00	8,00	24,00	96,00
GAS INDUSTRIAL	1	2	20,00	40,00	120,00	480,00
<b>TOTAL</b>					<b>144,00</b>	<b>576,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

## Mantenimiento

**Tabla 26-4: Mantenimiento**

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO	COSTO ANUAL
REFRIGERADOR VERTI/ 2 PUERTAS	1	C/6 MESES	SANSUMG	20	40
REFRIGERADOR PANORAMICO VERTI/ 1 PUERTA	1	C/6 MESES	SANSUMG	20	40
VITRINA MOSTRADOR	1	C/6 MESES	PROMETAL	20	40
CONGELADOR ELECTROLUX 320 LT	1	C/6 MESES	ELECTROLUX	10	20
COCINA INDUSTRIAL 3 QUEMADORES	1	C/12 MESES	PROMETAL	10	10
BATIDORA MANUAL	1	C/6 MESES	MONTERO	10	20
LICULADORA PROFESIONAL OSTER	1	C/6 MESES	MONTERO	10	20
MESON DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	1	C/12 MESES	PROMETAL	15	15
MESON DE DOS POZOS	1	C/12 MESES	PROMETAL	15	15
COCHE GRADILLERO	1	C/12 MESES	PROMETAL	15	15
ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	1	C/12 MESES	PROMETAL	15	15
CAMPANA EXTRACTORA DE AROMAS	1	C/12 MESES	PROMETAL	15	15
TRAMPA DE GRASA	1	C/12 MESES	PROMETAL	15	15
<b>TOTAL</b>				<b>190,00</b>	<b>380,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

## Depreciación

**Tabla 27-4: Depreciación activos fijos**

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	COSTO SIN IVA	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP.ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3384,00	10	338,40	304,56
EQUIPOS DE COMPUTO	504,00	3	166,32	112,56
MUEBLES Y ENSERES	2503,98	10	250,40	225,36
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				<b>642,48</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.7.1 Materia prima

**Tabla 28-4:** Materia prima

<b>TIPO DE RECETA ESTÁNDAR</b>	<b>CANTIDAD DIARIA</b>	<b>COSTO POR PAX</b>
Locro de papas	8	0,45
Locro de cuy	5	1,67
Sopa de quinua	4	0,64
Caldo de gallina	5	0,76
Caldo de pata	6	0,72
Llapingachos	4	0,98
Cuy asado	7	1,73
Fritada	10	1,29
Tortillas de palo(maíz)	10	0,39
Chicha de jora	5	0,20
Morocho	4	0,29
Horchata Arrebol	3	0,14
Variedad de pan	3	0,33
Hallullas	10	0,27
Torta de chocolate	5	0,70
Torta de banano y nuez	5	0,74
Tarta de limón y naranja	5	0,36
Mousse de mora	5	0,38
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>12,05</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.7.2 Mano de obra directa

**Tabla 29-4:** Mano de obra directa

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO TRIMESTRAL</b>	<b>SUELDO AÑO</b>	<b>BENEFICIOS SOCIALES</b>
				<b>12,15 (1% LEY DE DISCAPACIDAD)</b>
COCCINERO/PASTELEF	400,00	1.200,00	4.800,00	583,20
AYUDANTE DE COCINA	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79
<b>TOTALES:</b>	<b>786,00</b>	<b>2.358,00</b>	<b>9.432,00</b>	<b>1.145,99</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.7.3 Costos Indirectos de fabricación

**Tabla 30-4:** Costos indirectos de fabricación

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	925,20	950,18	975,84	1.002,18	1.029,24
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACION</b>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	576,00	591,55	607,52	623,93	640,77
MANTENIMIENTO	380,00	395,62	411,88	428,81	446,43
SERVICIOS BÁSICOS	447,96	466,37	485,54	505,49	526,27
SUMINISTROS Y MATERIALES	732,60	762,71	794,06	826,69	860,67
AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	12,09	12,09	12,09	12,09	12,09
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	304,56	277,15	252,21	229,51	208,85
	-	-	-	-	-
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>3.378,41</b>	<b>3.455,68</b>	<b>3.539,13</b>	<b>3.628,71</b>	<b>3.724,33</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.8 Determinación de activos fijos para producción

**Tabla 31-4:** Activos fijos para producción

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MAQUINARIA EQUIPOS</b>			
REFRIGERADOR PANORAMICO VERTI/ 1 PUERTA	1	650,00	650,00
VITRINA MOSTRADOR	1	450,00	450,00
CONGELADOR ELECTROLUX 320 LT	1	438,00	438,00
COCINA INDUSTRIAL 3 QUEMADORES	1	200,00	200,00
BATIDORA MANUAL	1	50,00	50,00
LICULADORA PROFESIONAL OSTER	1	86,00	86,00
MESON DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	1	300,00	300,00
MESON DE DOS POZOS	1	290,00	290,00
COCHE GRADILLERO	1	180,00	180,00
ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	1	120,00	120,00
CAMPANA EXTRACTORA DE AROMAS	1	450,00	450,00
TRAMPA DE GRASA	1	170,00	170,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>3.384,00</b>	<b>3.384,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.3.9 Programa pre operativo

**Tabla 32-4:** Gasto experimentación

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	AYUDANTE DE COCINA	100	9	2,34	11,34
MUESTRAS	AYUDANTE DE COCINA	100	3	4,77	7,77
DEGUSTACIONES	COCINERO	100	3	2,43	5,43
CONTROL DE CALIDAD	COCINERO	100	0	2,34	2,34
	<b>TOTAL</b>			<b>11,89</b>	<b>26,89</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

#### **4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental**

##### **4.4.1 Organización**

El establecimiento de alimentos y bebidas Arrebol está conformado por dos principales departamentos producción y ventas dentro de este último se encuentra el mesero y el gerente que cumple funciones contables de la empresa y está inmerso en la atención del cliente.

##### **A. Área Administrativa**

En esta área la persona encargada será el gerente del establecimiento la cual desempeñara funciones administrativas en el restaurante Arrebol, estará pendiente de que se desarrollen los objetivos propuestos y precautelara que exista organización en las diferentes áreas.

##### **B. Área de Producción**

Esta área esta encargada de elaborar los diferentes productos empleando técnicas que permitan obtener el máximo rendimiento de los ingredientes de la manera más higiénica posible además se dará la respectiva limpieza y desinfección del área en cuestión los encargados son el Chef/pastelero y cocinero

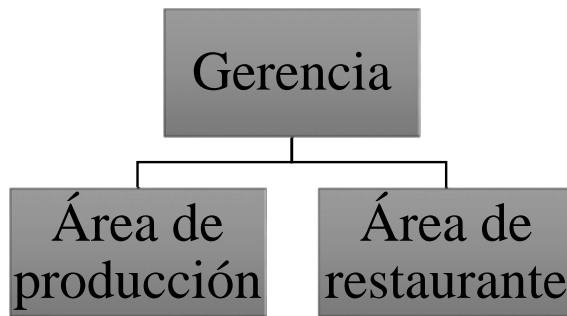
##### **C. Área Comercial**

El mesero será la persona encargada en recibir a los clientes de forma cordial y asertiva así también es la delegada en vender la diversidad de productos del establecimiento. El gerente del establecimiento también se involucrará en esta área mejorando la atención al cliente.

##### **D. Área Financiera**

Es fundamental contar con un profesional en esta rama, en este caso un contador, el cual se encargará de realizar mensualmente los procesos contables y tributario del restaurante para que el establecimiento pueda generar ingresos y se desarrolle favorablemente en el transcurso de los años.

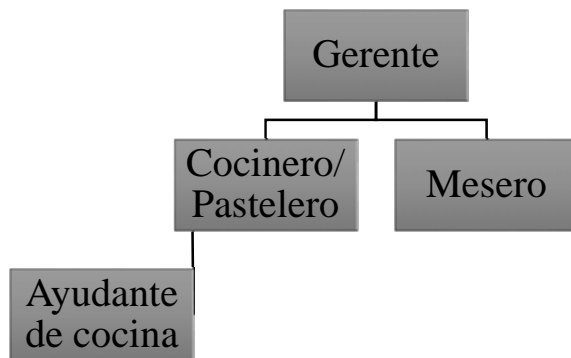
#### 4.4.1.1 Organigrama Estructural



LEYENDA	
	DIRECCIÓN
└	OPERATIVA
<b>Fecha de elaboración:</b> 20/10/2018	
<b>Fecha de aprobación:</b> 22/10/2018	

**Gráfico 11-4:** Organigrama estructural  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.4.1.2 Organigrama Funcional



**Gráfico 12-4:** Organigrama funcional  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### 4.4.1.3 Proceso de Selección y contratación del talento humano

Para la selección y contratación del personal se realizará anuncios por medio de redes sociales, volantes y prensa, siendo estos los medios de comunicación más eficientes.

**Tabla 33-4: Proceso de selección y contratación**

<p><b>Restaurante Arrebol</b></p> <p>Requiere contratar personal en las áreas de servicio y cocina para el establecimiento de Alimentos y Bebidas, localizado en la parroquia San Buenaventura del cantón Latacunga.</p> <p><b>Requisitos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado en gestión gastronómica o afines.</li> <li>- Experiencia en el campo laboral mínimo 1 año.</li> <li>- Poseer conocimiento de contabilidad e informática.</li> </ul> <p>Las personas interesadas enviar su currículo a la siguiente dirección, parroquia San Buenaventura, Quijano y Ordoñez Km 2 ½ o al siguiente correo electrónico arrebol-rest@hotmail.com.</p>
---

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Descripción del puesto

**Tabla 34-4: Descripción del puesto**

<b>Cargo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Chef/ pastelero</b>	Planificación de menús, diseño de recetas estándar administración del área de producción y bodega, enseñanza de procesos de producción.
<b>Ayudante de cocina</b>	Producción de materia prima, correcta manipulación de alimentos, uso adecuado de maquinaria, limpieza y organización de cocina.
<b>Mesero/cajero</b>	Atención al cliente. Manejo de las comandas. Manejo diario contable

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Perfil de los trabajadores

**Tabla 35-4: Perfil de los trabajadores**

<b>Cargo</b>	<b>Función</b>
<b>Chef/ pastelero</b>	Resolver problemas relacionados al área de cocina. Verificación de calidad del producto elaborado. Lidera y coordina al personal del establecimiento. Controla la producción. Verifica el stock de productos.
<b>Ayudante de cocina</b>	Control de limpieza y desinfección de las instalaciones y maquinaria. Emplea técnicas y procesos para lograr el producto final deseado. Elaboración de mise in place.
<b>Mesero/cajero</b>	Satisfacer las necesidades del cliente. Mantener el área del restaurante en perfectas condiciones. Recaudación y registro de ingresos del establecimiento.

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

## Costos salariales

**Tabla 36-4:** Costos salariales

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO TRIMESTRAL</b>	<b>SUELDO AÑO</b>
Chef/ pastelero	400,00	1.200,00	4.800,00
Cocinero	386,00	1.158,00	4.632,00
Mesero/cajero	386,00	1.158,00	4.632,00
<b>TOTALES:</b>	<b>1.162</b>	<b>3.486</b>	<b>14.064</b>

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### Proceso de reclutamiento y selección

Determinar este proceso es muy importante debido a que el talento humano permite que la empresa se desarrolle adecuadamente logrando que sea reconocida y posicione en el mercado con el paso del tiempo. Se tomará en cuenta varios aspectos al momento de seleccionar a la persona que se desenvolverá en el lugar de trabajo para lo cual se seguirá un modelo el cual consta de requisitos establecidos.

#### A. Determinación del perfil

El perfil que debe poseer el candidato que quiere acceder a la vacante disponible, consiste en adquirir experiencia laboral, conocimiento teórico y práctico, liderazgo lo cual ayudará a que el personal se desenvuelva de la mejor manera lo que será beneficioso para que el establecimiento se desarrolle adecuadamente.

#### B. Reclutamiento del personal

Se establecerán requisitos para captar personal calificado que cumpla con los diferentes requerimientos que el establecimiento disponga con el fin de facilitar la selección del personal, se promocionará las vacantes en medios de comunicación tales como volantes, redes sociales y prensa.

#### C. Selección

En esta etapa se selecciona a la persona más idónea y que cumple con la mayoría de los requisitos establecidos por el establecimiento esto se realiza mediante una entrevista de trabajo la cual nos ayuda a conocer las aptitudes de las personas, después se procede a informar acerca de las funciones que va a desempeñar en su lugar de trabajo.



#### **D. Inducción y Capacitación**

Finalizado el reclutamiento y selección de personal se dará la bienvenida al equipo de trabajo, se desarrollará la socialización de las funciones y el rol que desempeñará, se realizará un breve recorrido por las instalaciones mostrando cual es el funcionamiento de estas, se capacitará al personal para que se pueda adaptar a las exigencias que el trabajo requiere.

##### *4.4.1.4 Manual de funciones*

El manual de funciones es una guía muy útil que permitirá conocer la misión, visión, políticas, estrategias del establecimiento, así también detalla los roles que debe cumplir el recurso humano en el área que desempeña sus labores cotidianas, el manual de funciones es un elemento que permitirá que la organización del establecimiento se desarrolle de manera correcta logrando optimizar los esfuerzos del talento humano. Revisar anexo

##### *4.4.2 Marco Legal*

#### **REQUISITO PARA LA CALIFICACIÓN Y RECALIFICACIÓN DE TALLER ARTESANAL**

La Ley de defensa del Artesano señala que los artesanos son aquellos que practican una actividad eminentemente artesanal con predominio de actividad manual, dirigida personalmente por el artesano con un máximo de 15 operarios y 5 aprendices. (Tapia, 2017)

Si usted o su negocio se adaptan a esta descripción, puede obtener la calificación de artesano. Además, tendrá beneficios como, por ejemplo, no estará obligado a llevar contabilidad, sus actividades gravan el 0% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y no está obligado a pagarlos décimos tercero y cuarto sueldo a sus colaboradores, y tampoco tiene que cancelarles y utilidades y fondos de reserva. (Tapia, 2017)

La JNDA solo calificará como artesanos a quienes hayan invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. (Tapia, 2017)

A través de la Unidad de Calificaciones se otorgará el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (Tapia, 2017)

#### **Requisitos para calificación artesanal**

Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales.

Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.

Copia de la última calificación (según el caso).

#### **Requisitos para certificar el taller**

En el proceso, el solicitante también debe obtener la calificación de taller artesana. El interesado debe presentar:

Copia cédula identidad.

Copia certificada de votación (hasta 65 años).

Foto carné actualizada a color.

Tipo de sangre.

Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

Luego se inspeccionará el taller para determinar si cumple con lo que determina la ley y se extenderá la calificación de taller artesanal.

#### **4.4.3 Permisos requeridos para su funcionamiento**

Para la constitución del establecimiento de alimentos y bebidas es necesario que las entidades reguladoras aprueben el funcionamiento de la empresa siempre y cuando esta cumpla una serie de requisitos propuestos por dichos entes.

## **RISE O RUC**

- Formulario O1A y O1B suscrito por el representante legal
- Copia y original de los siguientes documentos:
- Cedula y papeleta de votación del representante legal
- Escritura pública de constitución
- Escritura pública del contrato social otorgado ante el notario o juez
- Nombramiento inscrito en el registro mercantil, nombramiento notariado y con reconocimiento de firmas nombramiento avalado por el organismo no gubernamental in fin de lucro si se encuentra registrada en MSE.
- Hojas de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías.

## **PATENTE MUNICIPAL**

- Costo \$ 60,00

## **PERMISO DE BOMBEROS**

- Informe de inspección del cuerpo de bomberos del GADMR.
- Copias del RUC, pago del impuesto predial del año en curso, pago de la tasa de bomberos de año en curso, cedula y papeleta de votación.
- Costo \$ 5,00

## **ARCSA**

- Numero de RUC
- Categorización otorgada por el ministerio de turismo
- Costo \$ 40,58

## **REGISTRO DE MINTUR**

- Copia certificada de la escritura pública de constitución, Ruc o Rise, cédula y papeleta de votación, nombramiento del representante legal, título de propiedad legalizado, lista de precios y servicios correspondientes.
- Certificado de IEPI de no encontrarse registrada la razón.
- Registro único contribuyente
- Declaración de activos fijos para la cancelación de uno por mil.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo responsabilidad del propietario
- Costo \$ 45,00

## **LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

- Solicitud de registro de catastro para el alcalde de Latacunga.
- Certificado del registro MINTUR.
- Patente actualizada.
- Copia certificada de servicio de rentas internas.
- Título de propiedad
- Costo \$ 139,90

### ***4.4.4 Mitigar el impacto ambiental***

#### **Agua**

Es un elemento vital el cual es muy usado en la empresa alimenticia es empleado en técnicas de limpieza y desinfección del establecimiento, en los procesos de producción e incluso como ingrediente por lo cual requiere un manejo y racionamiento adecuado es por ello que se debe tener reservorios e instalaciones adecuados que ayuden a su preservación y reutilización, en este caso se utilizarán filtros para que el agua se use para el riego de los jardines y otros procesos que no estén involucrados con el manejo de alimentos.

#### **Suelo**

Debido a que es un restaurante sustentable se cultivaran los productos que se usaran en las preparaciones, los residuos orgánicos de estos se aprovecharan como fertilizante previamente descompuesto el cual ayudará a disminuir considerablemente la contaminación, los desechos que no se puedan reciclar se clasificarán de acuerdo con sus características físicas y químicas.

#### **Aire**

Es vital para los seres vivos por lo que se procurará utilizar equipos que reduzcan la contaminación con el fin de evitar olores desagradables que puedan incomodar a los pobladores cercanos al establecimiento de igual manera los tachos de basura deberán estar respectivamente sellados para evitar que estos emanen olores desagradables.

#### 4.4.4.1 Acciones remediales

**Tabla 37-4:** Acciones remediables

<b>DETALLE</b>	<b>RECICLAR</b>	<b>REDUCIR</b>	<b>REUTILIZAR</b>
<b>Cartones</b>	X	X	X
<b>Fundas y botellas plásticas</b>	X	X	X
<b>Papel aluminio</b>		X	
<b>Recipientes de vidrio</b>	X		X
<b>Desperdicios orgánicos</b>	X		X

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

#### **Reciclar**

Al reciclar elementos como cartón, fundas, vidrio y productos orgánicos evitamos que estos se mezclen y que sea difícil organizarlos de acuerdo con sus características. Mediante este proceso logra optimizar los recursos puesto que se puede vender estos residuos a las plantas recicladoras generando ingresos extras al establecimiento y ayudaran a mejorar el ambiente.

#### **Reducir**

El uso excesivo de ciertos empaques genera basura una manera para remediarlo es comprar productos que tengan envoltorios de materiales que se puedan reciclar fácilmente, esto ayuda a evitar la acumulación de desechos, también es idóneo reducir el uso de plástico debido a que tarda en degradarse.

#### **Reutilizar**

Se puede reutilizar envases de vidrio, plástico otorgándoles una nueva función la cual sea provechosa, alargando la vida útil de los envases o reparándolos, reutilizar también engloba a los recursos naturales como es el caso del agua ocupándola para regar plantas o preparando fertilizante con desechos orgánicos.

## 4.5 Estudio Financiero

### 4.5.1 Análisis de la inversión

**Tabla 38-4:** Análisis de la inversión

RUBROS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSIÓN
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>			7.685,53
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.000,00	1.384,00	3.384,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	504,00		504,00
MUEBLES Y ENSERES	500,00	2.003,98	2.503,98
MENAJE Y VAJILLA	500,00	752,15	1.252,15
IMPREVISTOS (1%)		41,40	41,40
<b>2. ACTIVOS DIFERIDOS</b>			1.193,77
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		460,48	460,48
GASTOS DE INSTALACIÓN		181,00	181,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		480,00	480,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		60,47	60,47
IMPREVISTOS (1%)		11,82	11,82
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>			9.878,59
MATERIA PRIMA		4.360,25	4.360,25
MATERIALES INDIRECTOS		231,30	231,30
MANO DE OBRA DIRECTA		2.358,00	2.358,00
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	144,00		144,00
SERVICIOS BÁSICOS	223,98		223,98
GASTO ARRIENDO		0,00	0,00
SUELDOS VENTAS		1.158,00	1.158,00
SUMINISTROS Y MATERIALES		305,25	305,25
CAJA - BANCOS	1.000,00		1.000,00
CONTINGENCIA (1%)		97,81	97,81
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>4.871,98</b>	<b>13.885,91</b>	<b>18.757,89</b>

**18.757,89**

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** Se determinó que la inversión inicial del proyecto es de 18.757,89 \$ el cual resulta de la suma de los siguientes rubros: Inversiones fijas, activos diferidos y capital de trabajo en esta tabla detalla los costos y gastos que se debe asumir al momento de realizar una inversión.

#### 4.5.1.1 Fuentes y usos

**Tabla 39-4:** Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>				
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.384,00	2.000,00	1.384,00	
EQUIPO DE COMPUTO	504,00	504,00		
MUEBLES Y ENSERES	2.503,98	500,00	2.003,98	
MENAJE Y VAJILLA	1.252,15	500,00	752,15	
IMPREVISTOS (1%)	41,40		41,40	
<b>2. ACIVOS DIFERIDOS</b>				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	460,48		460,48	
GASTOS DE INSTALACIÓN	181,00		181,00	
GASTOS DE PUBLICIDAD	480,00		480,00	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	60,47		60,47	
IMPREVISTOS (1%)	11,82		11,82	
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>				
MATERIA PRIMA	4.360,25			4.360,25
MATERIALES INDIRECTOS	231,30		231,30	
MANO DE OBRA DIRECTA	2.358,00		2.358,00	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	144,00	144,00		
SERVICIOS BASICOS	223,98	223,98		
GASTO ARRIENDO				
SUELDOS DE VENTAS	1.158,00		1.158,00	
SUMINISTROS Y MATERIALES	305,25		305,25	
CAJA - BANCOS	1.000,00	1.000,00		
CONTINGENCIA (1%)	97,81		97,81	
<b>TOTAL</b>	<b>18.757,89</b>	<b>4.871,98</b>	<b>9.525,66</b>	<b>4.360,25</b>

18.757,89

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La tabla de fuentes y usos da a conocer los medios de financiamiento del proyecto en la cual establece el total del capital propio a invertir, y el valor que se empleará para ser acreedor a un préstamo bancario, la materia prima se realizará a través de proveedores.

#### 4.5.1.2 Tipo de financiamiento

**Tabla 40-4:** Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	9525,66
PROPIO	4871,98
PROVEEDORES	4360,25
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>18757,89</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En la siguiente tabla se aprecia cómo está distribuido el financiamiento del emprendimiento en las siguientes cuentas: Préstamo \$9.525,66, capital propio 4871,98, proveedores 3.499,72 dado un total de 18.757,89.

#### 4.5.1.3 Amortización de crédito bancario

**Tabla 41-4:** Amortización del préstamo

PERIODO	CAPITAL PRESTABLE	INTERÉS	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	9525,66	1129,74	3.175,22	4.304,96	6.350,44
2	6350,44	753,16	3.175,22	3.928,38	3.175,22
3	3175,22	376,58	3.175,22	3.551,80	-
<b>TOTAL</b>		<b>2.259,49</b>	<b>9.525,66</b>	<b>11.785,15</b>	<b>9.525,66</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En esta tabla se estima el valor a pagar anualmente, el préstamo está proyectado para tres años, también se aprecia el interés anualmente.

**Tabla 42-4:** Amortización de diferidos

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	460,48	92,10	92,10	92,10	92,10	92,10
GASTOS DE INSTALACIÓN	181,00	36,20	36,20	36,20	36,20	36,20
GASTOS DE PUBLICIDAD	480,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN	60,47	12,09	12,09	12,09	12,09	12,09
IMPREVISTOS (1%)	11,82	2,36	2,36	2,36	2,36	2,36
<b>TOTAL GASTO DIFERIDO</b>	<b>1.193,77</b>	<b>238,75</b>	<b>238,75</b>	<b>238,75</b>	<b>238,75</b>	<b>238,75</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La amortización de los activos diferidos se realiza al 20% dando un valor anual de 238,75 que está determinado para cinco años.



## 4.5.2 Presupuestos

**Tabla 43-4:** Presupuesto general

ESTRUCTURA DE COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1.COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
MATERIA PRIMA	17.441,02	17.911,93	18.395,55	18.892,23	19.402,32
MANO DE OBRA DIRECTA	10.577,99	10.863,59	11.156,91	11.458,15	11.767,52
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	925,20	950,18	975,84	1.002,18	1.029,24
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACION</b>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	576,00	591,55	607,52	623,93	640,77
MANTENIMIENTO	380,00	395,62	411,88	428,81	446,43
SERVICIOS BÁSICOS	447,96	466,37	485,54	505,49	526,27
SUMINISTROS Y MATERIALES	732,60	762,71	794,06	826,69	860,67
AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	12,09	12,09	12,09	12,09	12,09
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	304,56	277,15	252,21	229,51	208,85
	-	-	-	-	-
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>30.788,30</b>	<b>31.676,90</b>	<b>32.587,18</b>	<b>33.520,07</b>	<b>34.476,46</b>
<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
SERVICIOS BÁSICOS	223,98	230,03	236,24	242,62	249,17
SUMINISTROS Y MATERIALES	122,10	125,40	128,78	132,26	135,83
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO	112,01	117,60	82,32	-	-
AMORTIZACIÓN DE GASTOS ORGANIZACIÓN	92,10	92,10	92,10	92,10	92,10
AMORTIZACIÓN DE GASTOS INSTALACIÓN	36,20	36,20	36,20	36,20	36,20
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>586,38</b>	<b>601,32</b>	<b>575,64</b>	<b>503,17</b>	<b>513,29</b>
<b>3. GASTO DE VENTAS</b>					
AMORTIZACIÓN GASTO PUBLICIDAD	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
SUELDOS	5.194,79	5.335,05	5.479,09	5.627,03	5.778,96
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	225,36	205,08	186,62	169,82	154,54
SERVICIOS BÁSICOS	223,98	230,03	236,24	242,62	249,17
SUMINISTROS Y MATERIALES	366,30	376,19	386,35	396,78	407,49
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>5.655,71</b>	<b>5.832,19</b>	<b>6.011,06</b>	<b>6.192,60</b>	<b>6.377,08</b>
<b>4. GASTOS FINANCIEROS</b>					
INTERÉS BANCARIO	1.129,74	753,16	376,58		
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.129,74</b>	<b>753,16</b>	<b>376,58</b>		
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>38.160,14</b>	<b>38.863,57</b>	<b>39.550,46</b>	<b>40.215,84</b>	<b>41.366,84</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

### 4.5.2.1 Presupuestos de costos de producción

**Tabla 44-4:** Presupuesto de costo de producción

ESTRUCTURA DE COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1.COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
MATERIA PRIMA	17.441,02	17.911,93	18.395,55	18.892,23	19.402,32
MANO DE OBRA DIRECTA	10.577,99	10.863,59	11.156,91	11.458,15	11.767,52
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	925,20	950,18	975,84	1.002,18	1.029,24
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACION</b>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	576,00	591,55	607,52	623,93	640,77
MANTENIMIENTO	380,00	395,62	411,88	428,81	446,43
SERVICIOS BÁSICOS	447,96	466,37	485,54	505,49	526,27
SUMINISTROS Y MATERIALES	732,60	762,71	794,06	826,69	860,67
AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	12,09	12,09	12,09	12,09	12,09
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	304,56	277,15	252,21	229,51	208,85
	-	-	-	-	-
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>30.788,30</b>	<b>31.676,90</b>	<b>32.587,18</b>	<b>33.520,07</b>	<b>34.476,46</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En esta tabla se muestra el total de los costos de producción la cual resulta de la suma de los costos de producción, los costos indirectos de fabricación y los costos generales de fabricación dando como resultado para el año uno el valor de 30.788,30 y aplicando la proyección para cinco años se determina un valor de 34.476,46.

#### 4.5.2.2 Presupuesto de gastos de administración

**Tabla 45-4:** Presupuesto gasto de administración

<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
SERVICIOS BÁSICOS	223,98	230,03	236,24	242,62	249,17
SUMINISTROS Y MATERIALES	122,10	125,40	128,78	132,26	135,83
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO	112,01	117,60	82,32	-	-
AMORTIZACIÓN DE GASTOS ORGANIZACIÓN	92,10	92,10	92,10	92,10	92,10
AMORTIZACIÓN DE GASTOS INSTALACIÓN	36,20	36,20	36,20	36,20	36,20
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>586,38</b>	<b>601,32</b>	<b>575,64</b>	<b>503,17</b>	<b>513,29</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En la tabla anterior se detalla los gastos administrativos que tendrá el proyecto estos son los servicios básicos, suministros y materiales, depreciación de equipos de cómputo, amortizaciones de los gastos de organización e instalación que da como resultado para el año uno el valor 586,38.

#### 4.5.2.3 Presupuesto de gastos de ventas

**Tabla 46-3:** Presupuesto de gasto de venta

<b>3. GASTO DE VENTAS</b>					
AMORTIZACIÓN GASTO PUBLICIDAD	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
SUELDOS	5.194,79	5.335,05	5.479,09	5.627,03	5.778,96
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	225,36	205,08	186,62	169,82	154,54
SERVICIOS BÁSICOS	223,98	230,03	236,24	242,62	249,17
SUMINISTROS Y MATERIALES	366,30	376,19	386,35	396,78	407,49
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>5.655,71</b>	<b>5.832,19</b>	<b>6.011,06</b>	<b>6.192,60</b>	<b>6.377,08</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** Se determina el total del gasto de venta lo cual resulta de la suma de amortizaciones, suministros y materiales, sueldos, depreciaciones y servicios básicos dando un valor de 5.655,71 para el año uno y para el año cinco 6.377,08.

#### 4.5.2.4 Presupuesto de gastos financieros

**Tabla 47-3:** Presupuesto de gasto financiero

<b>4. GASTOS FINANCIEROS</b>					
INTERÉS BANCARIO	1.129,74	753,16	376,58		
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.129,74</b>	<b>753,16</b>	<b>376,58</b>		
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>38.160,14</b>	<b>38.863,57</b>	<b>39.550,46</b>	<b>40.215,84</b>	<b>41.366,84</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En el gasto financiero se muestra el interés a pagar del préstamo del cual se ha sido acreedor.

#### 4.5.2.5 Proyección de ventas

**Tabla 48-4: Proyección de ventas**

Nº	TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL	PVP	P.TOTAL	VENTAS SEMANAL ES	VENTAS MENSUALES	VENTAS TRIMESTRALES	VENTAS ANUAL	VENTAS ANUAL 1	VENTAS ANUAL 2	VENTAS ANUAL 3	VENTAS ANUAL 4	VENTAS ANUAL 5
1	Locro de papas	8	40	160	1.920	0,45	3,60	1,31	10,49	52,47	209,88	629,65	2.518,61	2.518,61	2.586,62	2.656,46	2.728,18	2.801,84
2	Locro de cuy	5	25	100	1.200	1,67	8,35	4,90	24,52	122,62	490,47	1.471,41	5.885,65	5.885,65	6.044,56	6.207,77	6.375,38	6.547,51
3	Sopa de quinoa	4	20	80	960	0,64	2,56	1,89	7,57	37,85	151,40	454,21	1.816,84	1.816,84	1.891,51	1.942,58	1.995,03	2.048,90
4	Caldo de gallina	5	25	100	1.200	0,76	3,80	2,23	11,17	55,85	223,38	670,14	2.680,58	2.680,58	2.790,75	2.866,10	2.943,48	3.022,96
5	Caldo de pata	6	30	120	1.440	0,72	4,32	2,13	12,79	63,97	255,88	767,64	3.070,55	3.070,55	3.196,75	3.283,06	3.371,70	3.462,74
6	Llapingachos	4	20	80	960	1,36	5,44	2,89	11,57	57,84	231,37	694,10	2.776,39	2.776,39	2.890,50	2.968,54	3.048,69	3.131,01
8	Cuy asado	7	35	140	1.680	1,73	12,11	5,08	35,53	177,66	710,64	2.131,93	8.527,72	8.527,72	8.878,21	9.117,92	9.364,11	9.616,94
9	Fritada	10	50	200	2.400	1,50	15,00	3,78	37,84	189,22	756,86	2.270,58	9.082,33	9.082,33	9.455,61	9.710,91	9.973,11	10.242,38
11	Tortillas de palo(maíz)	10	50	200	2.400	0,75	7,50	1,16	11,60	58,00	232,01	696,02	2.784,08	2.784,08	2.898,51	2.976,77	3.057,14	3.139,69
12	Chicha de jora	5	25	100	1.200	0,25	1,25	0,60	3,00	15,01	60,06	180,17	720,69	720,69	750,31	770,57	791,37	812,74
13	Morocho	4	20	80	960	0,29	1,16	0,86	3,44	17,20	68,79	206,37	825,47	825,47	859,40	882,60	906,43	930,91
14	Horchata Arrebol	3	15	60	720	0,14	0,42	0,42	1,26	6,32	25,29	75,86	303,45	303,45	315,92	324,45	333,21	342,21
15	Variedad de pan	3	15	60	720	0,28	0,84	0,97	2,90	14,49	57,97	173,91	695,62	695,62	724,21	743,77	763,85	784,47
16	Halullas	10	50	200	2.400	0,67	6,70	0,79	7,91	39,55	158,21	474,62	1.898,47	1.898,47	1.976,50	2.029,86	2.084,67	2.140,96
17	Torta de chocolate	5	25	100	1.200	0,70	3,50	2,07	10,33	51,64	206,56	619,69	2.478,78	2.478,78	2.580,66	2.650,34	2.721,89	2.795,39
18	Torta de banano y nuez	5	25	100	1.200	0,74	3,70	2,18	10,90	54,52	218,09	654,26	2.617,04	2.617,04	2.724,60	2.798,16	2.873,71	2.951,30
19	Tarta de limón y naranja	5	25	100	1.200	0,36	1,80	1,06	5,31	26,56	106,23	318,69	1.274,78	1.274,78	1.327,17	1.363,00	1.399,80	1.437,60
20	Mousse de mora	5	25	100	1.200	0,87	4,35	1,12	5,58	27,92	111,67	335,01	1.340,06	1.340,06	1.395,14	1.432,80	1.471,49	1.511,22
21	<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>520</b>	<b>2.080</b>	<b>24.960</b>	<b>13,88</b>	<b>86,40</b>	<b>35,45</b>	<b>213,74</b>	<b>1068,69</b>	<b>4.274,76</b>	<b>12.824,28</b>	<b>51.297,11</b>	<b>51.297,11</b>	<b>53.286,93</b>	<b>54.725,67</b>	<b>56.203,27</b>	<b>57.720,75</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En la tabla anterior se proyectan las ventas diarias, semanales, mensuales y anuales del establecimiento también se muestra la cantidad de productos que se pretenden vender, la utilidad de las recetas de determina mediante el costo de producción y la utilidad en este caso se ha utilizado del 34%, para el año uno las ventas son de 51.297,11 y empleando la proyección para el año 5 se estima tener ventas de 57.720,75.

#### 4.5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas

**Tabla 49-4:** Estado de ganancias y pérdidas

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	51.297,11	52.682,14	54.104,55	55.565,38	57.065,64
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	30.788,30	31.676,90	32.587,18	33.520,07	34.476,46
(=) UTILIDAD BRUTA	20.508,81	21.005,24	21.517,37	22.045,31	22.589,18
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	586,38	601,32	575,64	503,17	513,29
(-) GASTO DE VENTAS	5.655,71	5.832,19	6.011,06	6.192,60	6.377,08
(=) UTILIDAD OPERATIVA	14.266,72	14.571,73	14.930,68	15.349,54	15.698,81
(-) GASTO FINANCIERO	1.129,74	753,16	376,58	-	
(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	13.136,98	13.818,57	14.554,10	15.349,54	15.698,81
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	13.136,98	13.818,57	14.554,10	15.349,54	15.698,81

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** El estado de pérdidas y ganancias se obtiene restando del total de ventas todos los gastos, esto ayuda a conocer hay utilidad y si esta es mayor que los costos que tiene el proyecto para lo cual se realiza una proyección de cinco años.

#### 4.5.4 Estado de Situación Financiera

**Tabla 50-4:** Estado de situación financiera

TABLA N° BALANCE GENERAL						
DETALLE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>ACTIVO</b>						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	9573,34	18370,86	18871,97	19390,99	16751,57	17303,65
ACTIVO FÍJO	6433,38	6433,38	6433,38	6433,38	6433,38	6433,38
ACTIVOS REALIZABLES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-642,48	-599,82	-521,14	-399,33	-363,39
DIFERIDOS (Valor amortización anual)	1193,77	955,02	716,26	477,51	238,75	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>17200,49</b>	<b>25116,78</b>	<b>25421,79</b>	<b>25780,73</b>	<b>23024,37</b>	<b>23373,64</b>
<b>PASIVOS</b>						
PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario)		1129,74	753,16	376,58		
PASIVO LARGO/PLAZO ( Crédito Bancario)	9525,66	3175,22	3175,22	3175,22		
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>9525,66</b>	<b>4304,96</b>	<b>3928,38</b>	<b>3551,80</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	7674,83	7674,83	7674,83	7674,83	7674,83	7674,83
Resultado del Ejercicio ( Utilidad Neta)		13136,98	13818,57	14554,10	15349,54	15698,81
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>7674,83</b>	<b>20811,81</b>	<b>21493,41</b>	<b>22228,93</b>	<b>23024,37</b>	<b>23373,64</b>
<b>TOTAL PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>17200,49</b>	<b>25116,78</b>	<b>25421,79</b>	<b>25780,73</b>	<b>23024,37</b>	<b>23373,64</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** El balance general permite conocer la situación patrimonial del proyecto, lo que ayuda a entender como está compuesto la estructura financiera, es decir de qué manera están siendo distribuidos los recursos y de qué forma están siendo aprovechados.

#### 4.5.5 Estado de Flujo del Efectivo

**Tabla 51-4:** Estado del flujo del efectivo

RUBROS	0	1	2	3	4	5
(+) Ventas		51.297,11	52.682,14	54.104,55	55.565,38	57.065,64
(-) Costos Producción		30.788,30	31.676,90	32.587,18	33.520,07	34.476,46
(-) Gasto Administrativo		586,38	601,32	575,64	503,17	513,29
(-) Gasto Ventas		5.655,71	5.832,19	6.011,06	6.192,60	6.377,08
(-) Gasto Financieros		1.129,74	753,16	376,58		
(-) Amortización act. Diferido		238,75	238,75	238,75	238,75	238,75
<b>(=) Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.</b>		<b>13.136,98</b>	<b>13.818,57</b>	<b>14.554,10</b>	<b>15.349,54</b>	<b>15.698,81</b>
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>13.136,98</b>	<b>13.818,57</b>	<b>14.554,10</b>	<b>15.349,54</b>	<b>15.698,81</b>
(+) Depreciaciones		642,48	599,82	521,14	399,33	363,39
(+) Amort.Act.Nominal		238,75	238,75	238,75	238,75	238,75
(-) Inversion Maq. Y Equip.	3.384,00					
(-) Inv. Terreno y Obra Fisica						
(-) Inversion Otros	4.260,13					
(-) Inv. Act. Nominal	1.193,77					
(-) Inv. Capital de Trabajo	9.878,59					
(-) Vehiculo						
(-) Imprevisto	41,40					
(+) Recup. Capital Trabajo						
(+) Préstamo						
(-) Amort. Prestamo		- 3.175,22	- 3.175,22	- 3.175,22		
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>18.757,89</b>	<b>10.842,99</b>	<b>11.481,93</b>	<b>12.138,78</b>	<b>15.987,62</b>	<b>16.300,95</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** En el flujo de caja se visualiza el total de ingresos y egresos que va a tener el establecimiento, esto es de vital importancia debido a que permite conocer si el proyecto es viable a largo plazo.

#### 4.5.6 Evaluación Económica

**Tabla 52-4:** Prueba ácida

PRUEBA ÁCIDA	
ACTIVO CORRIENTE	18370,86
INVENTARIOS	7.990,78
PASIVO CORRIENTE	1129,74
PRUEBA ÁCIDA	9,19

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La prueba ácida es un indicador financiero que determina la capacidad de pago y su liquidez. Se determina que el restaurante Arrebol posee \$ 9,19 por cada dólar invertido, lo que significa que el establecimiento está en la capacidad de pagar las deudas a corto plazo.

## 4.5.7 Evaluación Financiera

### 4.5.7.1 Valor Actual Neto

**Tabla 53-4:** Valor actual neto

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
Nº	FNE	$(1+i)^{-n}$	FNE $(1+i)^{-n}$
INVERSION	- 18.757,89		- 18.757,89
1	10.842,99	1,12	9.681,24
2	11.481,93	1,25	9.153,32
3	12.138,78	1,40	8.640,14
4	15.987,62	1,57	10.160,42
5	16.300,95	1,76	9.249,60
<b>TOTAL</b>			<b>28.126,83</b>
<b>VAN</b>	<b>\$</b>	<b>28.126,83</b>	

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** El valor actual neto es un indicador financiero el cual mide los ingresos y egresos del establecimiento dando como resultado los valores del flujo de caja comenzando desde el año 1 hasta el año 5 dando como resultado el VAN positivo de \$ 28.126,83 lo cual indica que es factible la implantación del establecimiento.

### 4.5.7.2 Tasa Interna de Retorno

**Tabla 54-4:** Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)					
Inversion Inicial	-	18.757,89			
	Kp 28%		Kp 29%		
AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
1	10.842,99	0,78125	8.471,09	0,775193798	8.405,42
2	11.481,93	0,610351563	7.008,01	0,600925425	6.899,78
3	12.138,78	0,476837158	5.788,22	0,465833663	5.654,65
4	15.987,62	0,37252903	5.955,85	0,361111367	5.773,31
5	16.300,95	0,291038305	4.744,20	0,279931292	4.563,15
			<b>31.967,37</b>		<b>31.296,31</b>
			<b>Inversion - 18.757,89</b>		<b>- 18.757,89</b>
			<b>VAN 13.209,48</b>		<b>12.538,42</b>
<b>TIR =</b>	<b>TD1+(TD2-TD1)*(VAN1/VAN1-VAN2)</b>				
<b>TIR =</b>	<b>47,68%</b>				

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La TIR del emprendimiento es del 47,68% este indicador financiero supera la tasa de interés vigente en el mercado que corresponde al 12% por lo cual se determina que el proyecto es rentable.

#### 4.5.7.3 Relación Beneficio Costo

**Tabla 55-4:** Relación beneficio costo

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO</b>			
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>12%</b>		
<b>Nº</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS</b>
	- 18.757,89		
1		51.297,11	30.788,30
2		53.286,93	31.676,90
3		54.725,67	32.587,18
4		56.203,27	33.520,07
5		57.720,75	34.476,46
		<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>\$ 195.704,15</b>
		<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 116.802,57</b>
		<b>(=) COSTO+INVERSIÓN</b>	<b>\$ 98.044,68</b>
<b>RB/C</b>			<b>1,68</b>

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La tabla de relación beneficio costo muestra que se obtiene \$ 1,68 este indicador financiero indica que representa la cantidad de ganancia por dólar invertido en el emprendimiento.



#### 4.5.7.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

**Tabla 56-4:** Periodo de recuperación de la inversión

P+A45:F69ERIDO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)					
AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN	PARCIAL DEL AÑO	PRI
0	- 18.757,89				
1	10.842,99	10.842,99	10.842,99		
2	11.481,93	22.324,92	22.324,92	1,94	2,94
3	12.138,78	34.463,69	34.463,69	2,84	3,84
4	15.987,62	50.451,32	50.451,32	3,16	4,16
5	16.300,95	66.752,27	66.752,27	4,09	5,09
<b>TOTAL</b>	<b>47.994,37</b>			<b>12,03</b>	<b>16,03</b>

PRR =	Año anterior a la Recuperación +	$\frac{\text{Costo No Recuperado}}{\text{Recuperación Total}}$
-------	----------------------------------	--

$$\text{PRR} = 2 + \frac{\$ 22.324,92}{\$ 34.463,69}$$

$$\begin{aligned} \text{PRR} &= 2,65 \text{ años} \\ \text{PRR} &= 2 \text{ años} \\ &- 4 \text{ meses} \\ &- 7 \text{ días} \end{aligned}$$

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La tabla anterior determina el periodo en el cual se va a recuperar lo invertido en el proyecto el tiempo de recuperación es de 2 años 4 meses 7 días.

#### 4.5.7.5 Punto de Equilibrio

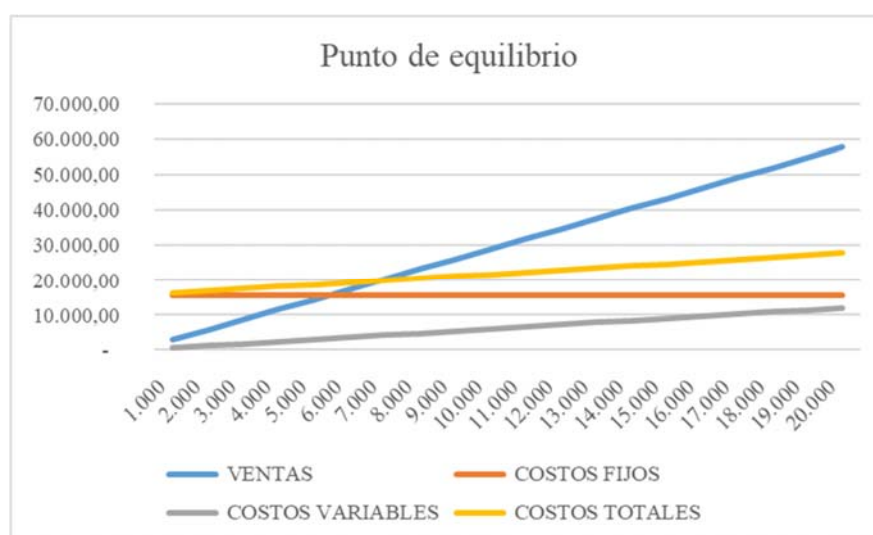
**Tabla 57-4: Punto de equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	15.772,78
PRECIO	2,89
COSTO VARIABLE	0,60
PUNTO DE EQUILIBRIO	6.883
UTILIDAD	0

UNIDADES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTOS TOTALES	RESULTADOS
1.000	2.892,07	15.772,78	600,58	16.373,35	- 13.481,28
2.000	5.784,15	15.772,78	1.201,15	16.973,93	- 11.189,78
3.000	8.676,22	15.772,78	1.801,73	17.574,50	- 8.898,28
4.000	11.568,29	15.772,78	2.402,30	18.175,08	- 6.606,79
5.000	14.460,37	15.772,78	3.002,88	18.775,65	- 4.315,29
6.000	17.352,44	15.772,78	3.603,45	19.376,23	- 2.023,79
7.000	20.244,51	15.772,78	4.204,03	19.976,80	267,71
8.000	23.136,58	15.772,78	4.804,60	20.577,38	2.559,21
9.000	26.028,66	15.772,78	5.405,18	21.177,95	4.850,70
10.000	28.920,73	15.772,78	6.005,75	21.778,53	7.142,20
11.000	31.812,80	15.772,78	6.606,33	22.379,10	9.433,70
12.000	34.704,88	15.772,78	7.206,90	22.979,68	11.725,20
13.000	37.596,95	15.772,78	7.807,48	23.580,25	14.016,69
14.000	40.489,02	15.772,78	8.408,05	24.180,83	16.308,19
15.000	43.381,10	15.772,78	9.008,63	24.781,41	18.599,69
16.000	46.273,17	15.772,78	9.609,20	25.381,98	20.891,19
17.000	49.165,24	15.772,78	10.209,78	25.982,56	23.182,69
18.000	52.057,31	15.772,78	10.810,36	26.583,13	25.474,18
19.000	54.949,39	15.772,78	11.410,93	27.183,71	27.765,68
20.000	57.841,46	15.772,78	12.011,51	27.784,28	30.057,18

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)



**Gráfico 13-4: Punto de equilibrio**

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** El punto de equilibrio muestra la cantidad de unidades que se deben vender para que se obtengan utilidades en el emprendimiento en este caso se debe vender 7000 unidades para tener resultados favorables.

#### 4.5.8 Evaluación Social

**Tabla 58-4:** Evaluación social

<b>EVALUACIÓN SOCIAL</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALORES</b>	<b>RESULTADO</b>
DESEMPLETO EN COTOPAXI	9411	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
<b>APORTE</b>		0,0319%

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** (E. Lasluisa, 2018)

**Análisis:** La evaluación social detalla la cantidad de personas desempleadas en la provincia de Cotopaxi su tasa de personas económicamente inactivas es de 2,23% dando un total de 9.411 individuos. El proyecto dará cabida a 3 personas de 9.411 disminuyendo 0,0319% de personal desempleado.

#### 4.5.9 Evaluación Ambiental

Los establecimientos de alimentos y bebidas generan residuos orgánicos e inorgánicos estos últimos son diversos y generan contaminación de diferente manera de acuerdo con su composición química. El restaurante Arrebol mediante acciones remediables presentadas en el estudio ambiental mejorará el manejo de estos desechos disminuyendo y evitando la contaminación, se usarán las medidas amigables y eficaces garantizando así un medio ambiente sano y limpio.

## **4.6 Conclusiones y Recomendaciones**

## CONCLUSIONES

- Mediante el estudio de mercado se recopiló datos respecto a gustos y preferencias, determinando que existe demanda insatisfecha correspondiente al 50% de la población encuestada lo que indica que el proyecto será factible y se puede implementar en la parroquia San Buenaventura, Cantón Latacunga.
- Por medio del estudio técnico se determinó el tamaño, localización, diseño arquitectónico, proceso de producción, inversiones, requerimientos, talento humano y recetas estándar que son necesarias para conocer la capacidad de producción que ayuda a que el proyecto se desarrolle de una manera eficaz.
- En el estudio legal indica los requisitos necesarios para la creación y funcionamiento del establecimiento, el estudio administrativo muestra que funciones deben cumplir los empleados así también conocer sus responsabilidades dentro del establecimiento. Las medidas de mitigación y cuidado del medio ambiente muestra que el proyecto no tiene impacto ambiental.
- Se concluye mediante los diferentes indicadores que el proyecto es factible ya que el VAN positivo de \$ 28.126,83 la TIR de 47,68% y RB/C 1,68 el periodo de recuperación de la inversión del emprendimiento es de 2 años 4 meses y 7 días, además proyecto disminuirá el 0,0319% de la población desempleada en la provincia de Cotopaxi lo que resulta beneficio en el ámbito socioeconómico.

## **RECOMENDACIONES**

- Se sugiere brindar un servicio de calidad de tal manera que sea atractivo para las personas y con ello satisfacer la demanda existente en el mercado generando así más capital y asegurando la estabilidad financiera del establecimiento.
- Es recomendable que en el estudio técnico se muestren las dimensiones reales del emprendimiento con el fin que se pueda determinar con exactitud la capacidad de producción del establecimiento.
- Se sugiere que el estudio legal se desarrolle adecuadamente ya que es un pilar muy importante debido a que este estudio permite que el emprendimiento se ejecute con normalidad acogándose a los reglamentos tributarios vigentes en el país. Dentro del estudio administrativo está comprendido el manual de funciones el cual debe actualizarse constantemente ya que ayuda a delegar responsabilidades en la empresa.
- Debido a la importancia que ocupa el estudio financiero dentro del proyecto se propone que se mantenga renovado puesto que por medio de indicadores financieros como: VAN, TIR, RB/C son importantes ya que da a conocer la situación económica de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, S. V.** (22 de Junio de 2017). *La Silla Rota*. Obtenido de: <https://lasillarota.com/opinion/columnas/la-gastronomia-sostenible-responsabilidad-compartida/159004>
- Ayuntamiento de Cordoba.** (17 de Noviembre de 2017). *Córdoba, Gastronomía Sostenible*. Obtenido de <https://www.cordoba.es/cordoba-gastronomia-sostenible>
- Brian Cooper, B. F.** (2002). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Duarte, J. E. (2009).** *Emprendedor, crea su propia empresa*. Madrid: Starbook.
- Estrada, T. L.** (2011). *Leña Verde*. Latacunga : Pedro Jorge Vera de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamin Carrión.
- Gad municipal de Latacunga.** (2018). Obtenido de Latacunga Pensil de los Andes: <https://www.latacunga.gob.ec/info-latacunga>
- Gallego, J. F.** (2002). *Manual práctico de restaurante*. Editorial Paraninfo.
- Gomez, D., y Gomez T.** (2013). *Evaluación de Impacto Ambiental*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Google Maps.** (s.f.). Obtenido de [https://www.mapasecuador.net/material/medium/mapa/small\\_cotopaxi-mapa-division-politica\\_\\_b07494d79.png](https://www.mapasecuador.net/material/medium/mapa/small_cotopaxi-mapa-division-politica__b07494d79.png)
- Google Maps.** (Febrero de 2018). Obtenido de [https://ecuador10.com/wp-content/uploads/2018/02/mapa\\_politico\\_ecuador\\_provincias-952x1024.png](https://ecuador10.com/wp-content/uploads/2018/02/mapa_politico_ecuador_provincias-952x1024.png)
- Hamilton, M., y Pezo, A.** (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Márquez, N.** (2015). *Tuataratech*. Obtenido de <http://www.tuataratech.com/2015/07/que-es-un-restaurante-sustentable.html>
- Morales, A., y Morales J.** (2009). *Proyectos de inversión. Evaluación y formulación*. Mexico D.F. : McGraw-Hill.

**ONU.** (8 de Mayo de 2017). *3er Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT*. Obtenido de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones\\_3er\\_foro\\_mundial\\_turismo\\_gastronomico\\_esp.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones_3er_foro_mundial_turismo_gastronomico_esp.pdf)

**Sanz, J. L.** (2016). *Productos culinarios*. Madrid : Paraninfo.

**Suquilanda, M.** (1996). *Serie Agricultura Orgánica*. Ediciones UPS.

**Tapia, E.** (25 de Agosto de 2017). *Somos emprendedores*. Obtenido de <https://somosemprendedores.byclaro.com.ec/como-obtener-la-calificacion-de-artesano/>

**Turismo, Hotelería y Restaurantes.** (2006). Madrid: Lexus.







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



**7. ¿Qué es lo más importante para usted cuando llega a un establecimiento de alimentos y bebidas?**

- a) La decoración
- b) La infraestructura
- c) La comida y servicio
- d) Higiene

**8. En promedio cuanto usted gasta por persona cuando acude a un restaurante**

- a) De 3 a 5 dólares
- b) De 5 a 7 dólares
- c) De 7 a 10 dólares
- d) Mas de 10 dólares

**9. ¿Le gustaría a usted que el restaurante cuente con parqueadero y juegos recreativos para los niños, mientras usted degusta de la comida?**

Si  No

**10. Durante el día que tiempo de comida, fuera de su hogar frecuenta un restaurante.**

- a) Desayunos
- b) Almuerzos
- c) Meriendas
- d) Media mañana
- e) Media tarde
- f) cena

**¿En el caso de implementarse el restaurante le gustaría a usted que se ofrezca el servicio a domicilio y reserva?**

Si  No

**11. ¿Le gustaría a usted que en su menú le especifiquen la lista de ingredientes que se utilizan en las preparaciones con el fin de evitar complicaciones médicas?**

Si  No

**Gracias por su colaboración, que tenga un buen día**

Anexo B



**Arrebol**  
Restaurante

# MENÚ



Síguenos en:    0958824219

**ENTRADAS**

Locro de papas ..... 1,30  
Esquibla sopa de la serranía ecuatoriana servida en fuente de barro, acompañada de aguacate y queso fresco como guarniciones.

Locro de cuy ..... 4,90  
Platillo típico de cantón Latacunga, sextos de cuy cocinados en un caldo aromatizado con especias del sector, acompañado de guarniciones como aguacate, tomate.

Sopa de quinua ..... 1,85  
Sopa de quinua aromatizada de vegetales y hierbas frescas cocinada en un caldo aromatizado y carne de cerdo.



**Arrebol**  
Restaurante

**PLATOS FUERTES**

Llapingachos ..... 2,80  
Tortillas de papa rellenas con queso acompañadas de huevo y chorizo latacunguelo acompañadas con salsa de maní y ensalada fresca.

Cuy asado ..... 5,00  
Sextos de cuy asados a las brasas aromatizados en manteca de cerdo y ajo acompañado de llapingachos, salsa de maní y ensalada fresca.

Tortillas de palomaiiz ..... 1,15  
Tortillas de maíz rellenas de queso maduro, doradas en manteca de cerdo, acompañadas con aji y ensalada.

Fritada ..... 3,80

**Caldo de pata** ..... 2,20  
Caldo de pata aromatizado con cebolla, acompañado con mote, cebolla y cilantro finamente picado.

**Caldo de gallina** ..... 2,25  
Octavos de gallina cocidos en su propio caldo acompañado con vegetales.

**Llapingachos**



**Sopa de Quinua**



**BEBIDAS Y PANES ARTESANALES**

 Chicha de jora ..... 0,60  
Morocho ..... 0,85  
Horchata Arrebol ..... 0,45  
Variedad de pan ..... 1,00  
Hallullas ..... 0,80



**Torta de Chocolate**



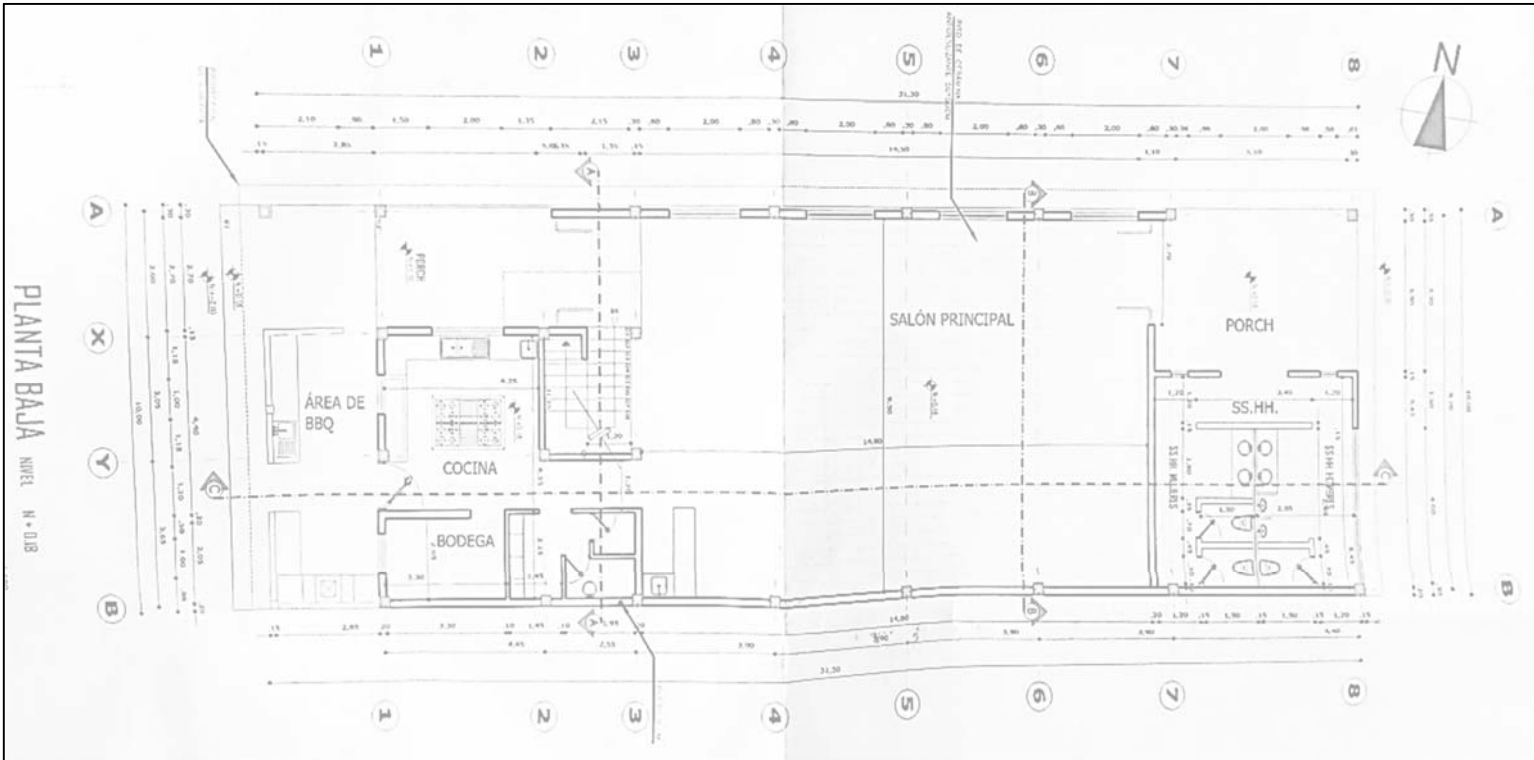
**POSTRES**

Torta de chocolate ..... 2,00  
Deliciosa torta de chocolate ecuatoriano al 60%, humectada con almibar suave especias y rellena de mermelada de durazno.

Torta de banano y nuez ..... 2,20  
Torta de banano con frutos secos napada con salsa de vainilla y fruta fresca.

Tarta de limón y naranja ..... 1,10  
Mousse de mora ..... 1,15  
Deliciosa masa sabla rellena de crema de limón y decorada con merengue salso y frutos rojos.

Anexo C



## Anexo D



MANUAL DE FUNCIONES ARREBOL RESTAURANTE

ELVIS MICHAEL LASLUISA SINCHIGUANO

RIOBAMBA-ECUADOR

2018



### CONTENIDO

<b>OBJETIVOS</b> .....	4
General .....	4
Específicos .....	4
<b>ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	5
Valores y principios .....	5
Misión .....	5
Visión .....	5
<b>DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	6
Organigrama estructural.....	6
Organigrama funcional.....	6
<b>FUNCIONES DE LOS TRABAJADORES</b> .....	6
Área de cocina .....	6
Cocinero/pastelero.....	6
Ayudante de cocina .....	7
Área de restaurante.....	7
Mesero.....	7
<b>NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL</b> .....	8
Uniforme.....	9
Área de cocina .....	9
La filipina:.....	9
Pantalones negros.....	9
Cuellos o picos:.....	9
Limpión: .....	9
Mandil.....	9
Gorro: .....	9
Calzado: .....	9
Área de restaurante .....	10
Apariencia del personal.....	11
La limpieza de manos.....	11
Baño diario .....	11
Aseo corporal.....	11
<b>RECEPCIÓN DE PRODUCTOS, PROCESAMIENTO Y ELABORACIÓN COMIDA</b> .....	11
Recepción de materia prima.....	12



Procesamiento adecuado de alimentos .....	12
Cadena de frío .....	13
Contaminación cruzada .....	13
¿Cómo evitar la contaminación cruzada? .....	13
Parámetros para la regeneración de alimentos.....	15
<b>LIMPIEZA DEL ESTABLECIMIENTO</b> .....	16
Limpieza en el área de cocina.....	16
Limpieza en el área de restaurante.....	17
Manejo de residuos .....	17
Residuos orgánicos.....	18
Residuos inorgánicos .....	18
Residuos grasos .....	18



## OBJETIVOS

### General

- Diseñar un manual de funciones que ayude a la buena marcha y organización del establecimiento de alimentos y bebidas Arrebol.

### Específicos

- Establecer normas que ayuden al adecuado desenvolvimiento de las personas en el lugar de trabajo.
- Detallar las funciones y obligaciones que deben desempeñar los empleados del establecimiento.
- Registrar procesos que se deben seguir al momento de manipular alimentos.



## ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

### Valores y principios

### De trabajo

- Responsabilidad
- Compromiso
- Puntualidad
- Eficiencia

### Axiológicos

- Respeto
- Innovación
- Ética
- Colaboración
- Disciplina

### Misión

Ser un establecimiento de alimentos y bebidas comprometido con nuestros clientes con el fin de garantizar una alimentación de calidad por medio de procesos estandarizados en donde podamos satisfacer sus necesidades y a la vez otorgar una nueva experiencia culinaria que sobrepase las expectativas de nuestros clientes.

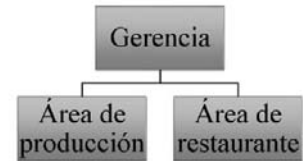
### Vision

Lograr ser un establecimiento de restauración que se posicione en el mercado y que cree identidad en los consumidores consiguiendo ser fácilmente identificado por los servicios que brinda, convirtiéndose así en un establecimiento muy rentable y competitivo con personal capacitado y comprometido por el cuidado del medio ambiente.

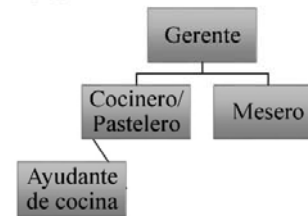


## DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

### Organigrama estructural



### Organigrama funcional



## FUNCIONES DE LOS TRABAJADORES

### Área de cocina

#### Cocinero/pastelero

- Deberá estar calificado para resolver problemas relacionados al área de cocina, precautelará la calidad del producto elaborado.



- Lidera y coordina al personal del establecimiento.
- Controla la producción de alimentos y verifica el stock de productos.
- Diseña y prepara menús.

**Horario:** Hora de ingreso 8:00 am /5:00 pm, 5 días a la semana

#### *Ayudante de cocina*

- Control de limpieza y desinfección de las instalaciones y maquinaria.
- Emplea técnicas y procesos para lograr el producto final deseado.
- Elaboración de mise in place.
- Asiste al chef

**Horario:** Hora de ingreso 8:00 am /5:00 pm, 5 días a la semana



#### **Área de restaurante**

##### *Mesero*

- Satisfacer las necesidades del cliente.
- Mantener el área del restaurante en perfectas condiciones.
- Recaudación y registro de ingresos del establecimiento.
- Atención personalizada

**Horario:** Hora de ingreso 8:00 am /5:00 pm, 5 días a la semana



#### **NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL**

La higiene es un aspecto muy importante que se debe precautelar al momento de tener contacto directo e indirecto con los alimentos, existen un sinnúmero de normativas las cuales ayudan a disminuir la contaminación de los productos que se despachan.





## Uniforme

La uniformidad tiene mucha relevancia dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas puesto que es la carta de presentación de la institución. Se debe llevar el uniforme adecuadamente ya que está diseñado para ser ergonómico y evitar accidentes relacionados con fuego y agua será de fácil limpieza, los colores representativos serán el blanco sinónimo de limpieza y sanitación.

### Área de cocina

#### Piezas del traje de cocineros

**La filipina:** debe ser de doble de algodón para que pueda ser invertida fácilmente y ocultar las manchas que se acumulan, aparte de para aislar los cuerpos del calor y las salpicaduras accidentales de líquidos calientes. Los botones anudados de paño fueron ideados porque el paño soporta los lavados fuertes.

**Pantalones negros:** Aunque la mayoría de chefs los usa, también hay otros que los prefieren con los clásicos cuadros blancos y negros ya que camuflan mejor las manchas.

**Cuellos o picos:** Los pañuelos de algodón fueron creados para ponerse alrededor del cuello y que de esta forma se empapara el sudor mientras se trabajaba.

**Limpión :** Trapo que se lleva doblado en la cintura. Suelen ser dos, uno se utiliza para limpiar las superficies y otro para limpiar los derrames ocasionados por los alimentos.

**Mandil:** Elaborado con materiales resistentes puede ser largo o corto, de dos o cuatro caras y debe llevarse siempre impoluto. Ningún otro cocinero exceptuando los chefs de partidas o 'sous chef' puede llevar este mandil. Los cocineros pueden llevar un mandil de peto de otro color.

**Gorro:** El gorro tradicional del chef, o 'toque blanche' (torre blanca, alta y hueca, que representa una corona) ya se usaba en el siglo XVI. Pero no fue hasta que en 1800, el chef Carême rediseñó los gorros por tamaños para distinguir entre los distintos rangos dentro de la cocina. De este modo, los chefs usaban los gorros más altos y los cocineros usaban otros más cortos, tipo casquillo. El diseño alto y cilíndrico resulta práctico ya que mantiene la cabeza fresca y la protege de las altas temperaturas. Antiguamente en su interior se solía colocar una bolsa con agua fría para mantener la cabeza a una buena temperatura.

**Calzado:** Para evitar accidentes, debe ser antideshlizante y cómodo. (Sager, 2018)



### Área de restaurante

- Su uniforme debe ofrecer movilidad.
- El uniforme clásico puede ser desplazado por una propuesta más fresca y juvenil, siempre y cuando vaya acorde al concepto gastronómico que presente el lugar.
- El uniforme clásico, estaría compuesto por camisa o blusa blanca lisa, pantalón de vestir o falda negra, chalco negro de 3 botones con bolsa frontal derecha y corbata de moño negra



#### **Apariencia del personal**

Al laborar en un establecimiento de alimentos y bebidas la higiene es de vital importancia ya que asegura que los alimentos o productos expendidos en el lugar estén higiénicos y que no sean posibles fuentes de contaminación

#### **La limpieza de manos**

En lo posible es necesario lavarse las manos cada vez que se realice una acción que involucre el contacto directo con alimentos que se van a preparar y posteriormente servir, el lavado de manos debe realizarse adecuadamente empleando abundante agua y jabón líquido para luego ser desinfectadas con gel anti-bacterial.

#### **Baño diario**

El baño diario es indispensable debido a que el cuerpo humano desprende fluidos corporales mismos que generan contaminación al momento de preparar cualquier tipo de alimento.

#### **Aseo corporal**

El cabello corto, y cubierto por una malla es recomendado dentro de una cocina así también las manos limpias y uñas cortadas libre de esmalte reflejan cuidado personal.

### **RECEPCIÓN DE PRODUCTOS, PROCESAMIENTO Y ELABORACIÓN COMIDA**



#### **Recepción de materia prima**

Al recibir las materias primas se debe precautelar que los productos estén en perfecto estado libres de cualquier tipo de abolladura, o residuo que pueda contaminar los alimentos durante el almacenaje de estos, se recomienda que:

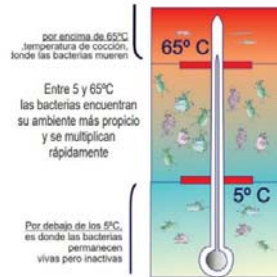
- Comprobar en qué estado llegan los productos: Etiquetado, temperatura, embalajes, envases, colocación en el camión.
- Comprobar la higiene del camión y del transportista.
- Comprobar las instalaciones del proveedor "in situ".
- Pactar unas normas de entrega y ser muy estrictos con lo que se acepta y lo que no se acepta (las no conformidades).
- Comprobar que el transporte en frío se realiza con el vehículo adecuado (isotermos, refrigerados o congeladores).
- Temperatura de transporte por normativa es de 0-5 °C para productos refrigerados y de - 18 °C o inferior para productos congelados.
- Nunca poner las mercancías directamente en contacto con el suelo.

#### **Procesamiento adecuado de alimentos**

Al procesar los alimentos es necesario tener en cuenta varios aspectos que son importantes. El almacenaje, la temperatura de alimentos, la temperatura de servicio, el método de cocción son aspectos que se deben cuidar el fallo de uno de estos puede ocasionar la contaminación del producto final malogrando la calidad de este.

### Cadena de frío

Durante todo el proceso de manipulación deben tener una estricta cadena de frío con el fin de mantener los microorganismos inactivos o que a su vez posean una carga microbiana aceptable.



A medida que transcurre el tiempo la proliferación de microorganismos puede aumentar dependiendo en que rango de temperatura se encuentren los alimentos por lo que es recomendable evitar de 5 a 65 grados Celsius debido a que son temperaturas de riesgo y en el lapso de 0 a 12 horas el producto se contamina completamente y es necesario desecharlo y evitar su consumo.

### Contaminación cruzada

Al momento de almacenar o procesar alimentos estos dependen líquidos o residuos es por ello que necesitan calificarse y ocupar utensilios de acuerdo a sus características fisicoquímicas, puesto que si no se realizan estas medidas conlleva a estar expuestos a ser sujetos de una contaminación cruzada.

*¿Cómo evitar la contaminación cruzada?*

- Procura separar los alimentos crudos de los alimentos cocidos o cocinados. No dejes que entren en contacto estos alimentos y asegúrate de que la sangre de la carne roja no toque ningún otro alimento.
- Lávate siempre las manos con agua y jabón antes de empezar a cocinar. Ten especial cuidado cuando hayas ido al servicio con anterioridad.
- Al hacer la compra y clasificarla en tu nevera, separa los alimentos. Pon en cajones o bolsas diferentes las carnes, los pescados y las aves. No permitas que entren en contacto con el resto de alimentos que guardas en tu nevera.
- Guarda la carne cruda en recipientes herméticamente cerrados para que la sangre no gotee y no entre en contacto de manera accidental con otros alimentos. Además, si puedes cubrir estos recipientes con papel de aluminio o con un trapo limpio, mejor aún.
- A la hora de manipular alimentos, utiliza utensilios diferentes para tratar alimentos distintos. También puedes limpiar los utensilios en profundidad antes de ponerlos en contacto con otro tipo de alimentos si no quieres tener que comprar tantos utensilios distintos.
- Es importante mantener todos los recipientes y utensilios limpios antes de utilizarlos. A la hora de limpiarlos no basta con pasar un trapo por encima de los utensilios sucios, sino que debes limpiarlos con agua caliente e incluso con detergente. (Manipulador de alimentos, 2018)

#### Parámetros para la regeneración de alimentos



Regeneración es el proceso culinario clave, complementario a la producción, que consigue elevar la temperatura en el corazón del alimento hasta superar los 65 °C para consumirlo o transformarlo en condiciones inocuas para la salud del consumidor. La regeneración varía en función del producto a regenerar y no es lo mismo que el recalentamiento. Cuando previamente se hayan tenido que descongelar géneros, estos siempre deben haber estado con anterioridad en refrigeración. La regeneración debe hacerse inmediatamente antes de su consumo. En el caso de la bebida, es el proceso que consigue alcanzar la temperatura más apropiada para su consumo o transformación. La regeneración en el bar es un proceso crítico del que depende la producción culinaria. En el bar también se realiza por diversos medios y técnicas, utilizando equipos sencillos denominados generadores de calor o radiación y en su caso generadores de frío, siempre considerando el tipo de alimento y la modalidad de conservación a que cada uno esté sometido. (Federación Española de Hostelería, 2018)

**Baño maría:** Cuba con agua caliente, unos grados por debajo de la ebullición, dentro de la cual se sitúan los recipientes contenedores de alimentos para: aplicar temperatura uniforme a un género líquido o sólido; calentarlo lentamente; o conservarlo en caliente durante un tiempo determinado, generalmente lo que dure el servicio. A veces se sustituye el agua por un aceite mineral o fluido refrigerante que sube el punto de ebullición y ofrece unos grados más de temperatura, otras se utilizan en pastelería para concentrar alimentos a temperaturas poco elevadas. (Federación Española de Hostelería, 2018)

- **Horno Microondas:** Funciona mediante la generación de ondas electromagnéticas en la frecuencia de las microondas que mueven las moléculas de agua, haciéndolas rotar a razón de 2.500 millones de veces por segundo, lo que produce calor debido a la agitación

molecular. Así, el alimento se calienta por excitación de las moléculas de agua. El Horno microondas se utiliza para calentar, fundir, descongelar y regenerar alimentos de forma rápida. (Federación Española de Hostelería, 2018)

- **Horno clásico convencional:** Estructura hueca con posibilidad de cierre, que conforma una instalación que efectúa operaciones de cocción mediante el calentamiento en habitáculo cerrado de la atmósfera que rodea al alimento, permitiendo su asado o cocción al horno. (Federación Española de Hostelería, 2018)
- **Horno de convección forzada:** Funciona con el aporte de una turbina de aire caliente en su interior lo que permite obtener una fuente de calor más homogénea en toda la cavidad del horno, permitiendo regenerar los alimentos en varios niveles. (Federación Española de Hostelería, 2018)
- **Armario de refrigeración:** Instalación que mantiene los alimentos refrigerados en régimen de frío positivo y sirve de paso a la de congelación, así como de antecámara de ésta. (Federación Española de Hostelería, 2018)

#### LIMPIEZA DEL ESTABLECIMIENTO

La limpieza es fundamental en los establecimientos de alimentos y bebidas debido a que se manipulan productos todo el tiempo y estos están expuestos a contaminación es por ello que las instalaciones deben gozar de mecanismos y estructuras que faciliten la limpieza y desinfección de

#### Limpieza en el área de cocina

Se debe mantener limpia la cocina evitando acumulaciones de vajilla los residuos y preparaciones obsoletas se deben clasificar de acuerdo con su composición orgánica e inorgánica. Si existen derrames de comida estos se deben limpiar rápidamente puesto que podrían contaminar otras preparaciones o a su vez entorpecer las actividades.



### Limpieza en el área de restaurante

La limpieza del restaurante debe realizarse constantemente ya que es el lugar donde se sirven y consumen los alimentos, el restaurant debe gozar de un ambiente limpio libre de olores desagradables su mantelería debe cambiarse constantemente puesto que hay derrames y residuos de comida, la cristalería y cubertería se encontrara en perfecto estado sin fisuras en las mismas y correctamente pulidas con soluciones de alcohol.



### Manejo de residuos

Los desechos deben clasificarse de acuerdo con su composición facilitando su futura de degradación o reutilización, el deposito de estos desechos debe mantenerse limpio para evitar la proliferación de plagas, la ubicación debe ser estratégica para evitar malos olores mismos que pueden generar contaminación.

### Residuos orgánicos

Son aquellos que por su composición se degradan con facilidad y no necesitan mayor acción humana para que se eliminen en su totalidad por ejemplo frutas y verduras en proceso de descomposición, residuos de comida, mermas etc.

### Residuos inorgánicos

Plástico, papel, vidrio, cerámica etc. Residuos que sean de estos materiales o de características similares son difícil de degradar para el medio ambiente por lo que necesitan ser calificados adecuadamente para que el ser humano pueda reutilizarlos, los tachos van de acuerdo con el código de colores lo que ayuda a que sean mejor catalogados.

### Residuos grasos

Este tipo de residuos no solo es muy bueno para el medio ambiente el poder reciclarlo, sino que son obligatorios en todos los establecimientos del país, su recogida por una empresa autorizada por tu ayuntamiento. Aquí pondremos todas las grasas desechadas de nuestro servicio, principalmente los aceites de las freidoras, pero también pueden introducirse el resto de las grasas. (Gros Mercat, 2015)

CLASE RESIDUO	CONTENIDO BÁSICO	COLOR	ETIQUETA
NO PELIGROSOS Biodegradables	Hojas y tallos de los árboles, grama, barro del patio, resto de alimentos no contaminados. Desechos de plástico, vasos y platos plásticos, gorrón, recipientes de polipropileno, botellas de cuero y polietileno sin contaminar y que no provengan de piscifactorías con medidas de aislamiento.	VERDE	Residuo con: NO PELIGROSO BIODEGRADABLES
NO PELIGROSOS Reciclables Plástico	Hojas y tallos de los árboles, grama, barro del patio, resto de alimentos no contaminados. Desechos de plástico, vasos y platos plásticos, gorrón, recipientes de polipropileno, botellas de cuero y polietileno sin contaminar y que no provengan de piscifactorías con medidas de aislamiento.	GRIS	Residuo con: RECYCLABLE PLASTICO
NO PELIGROSOS Reciclables Vidrio	Toda clase de vidrio.	GRIS	Residuo con: RECYCLABLE VIDRIO
NO PELIGROSOS Reciclables Cartón y similares	Cartón, papel, plegaria, sacos y periódicos.	AZUL	Residuo con: RECYCLABLE CARTÓN, PAPEL

Anexo E

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:	SOPAS Y CALDOS		
	LOCRO DE PAPAS CON QUESO			TIEMPO	30 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
CEBOLLA BLANCA	150	150	gr	0,75	c/lb	0,25	
COMINO	5	5	gr	3,70	c/lb	0,04	
AGUA	1500	1500	ml	0,00	c/lt	0,00	
ACHIOTE	75	75	ml	3,44	c/lt	0,26	
AJO	50	50	gr	3,00	c/lb	0,33	
CREMA DE LECHE	100	100	ml	3,31	c/lt	0,33	
MANTEQUILLA	75	75	gr	2,21	c/lb	0,37	
QUESO FRESCO	200	200	gr	3,21	c/lt	1,41	
PAPAS	1500	1500	gr	0,25	c/lb	0,83	
AGUACATE	200	200	gr	1,50	c/kg	0,30	
PIMIENTA	5	5	gr	3,70	c/lb	0,04	
SAL	30	30	gr	0,48	c/kg	0,01	
						<b>C. VARIABLE</b>	4,17
					<b>7%</b>	<b>% VARIOS</b>	0,29
						<b>TOTAL</b>	4,46
						<b>C. PAX</b>	0,45

## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: SOPAS Y CALDOS			
<b>LOCRO DE CUY</b>				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
CUY	1500	1500	gr	8,75	c/kg	13,13	
PAPAS	1000	1000	gr	0,25	c/lb	0,55	
CEBOLLA BLANCA	200	200	gr	0,75	c/lb	0,33	
AJO	25	25	gr	3,00	c/lb	0,17	
AGUA	1500	1500	ml	0	c/lt	0,00	
CILANTRO	50	50	gr	1,00	c/lb	0,11	
COMINO	5	5	gr	3,70	c/lb	0,04	
LECHE	75	75	ml	0,80	c/lt	0,06	
PAICO	20	20	gr	1,00	c/lb	0,04	
TOMATE	100	100	gr	0,50	c/lb	0,11	
AGUACATE	200	200	gr	1,50	c/lb	0,66	
MAIZ(TOSTADO)	100	100	gr	1,50	c/lb	0,33	
SAL	35	35	gr	0,48	c/kg	0,02	
PIMIENTA	5	5	gr	3,70	c/lb	0,04	
						<b>C. VARIABLE</b>	15,59
				7%		<b>% VARIOS</b>	1,09
						<b>TOTAL</b>	16,68
						<b>C. PAX</b>	1,67







## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: SOPAS Y CALDOS			
CALDO DE PATA				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
PATA DE RES	1500	1500	gr	3,00	c/kg	4,50	
CEBOLLA BLANCA	250	250	gr	0,75	c/lb	0,41	
MOTE	900	900	gr	0,82	c/lb	1,63	
AGUA	2000	2000	ml	0,00	c/lt	0,00	
CILANTRO	100	100	gr	1,00	c/lb	0,22	
SAL	35	35	gr	0,48	c/kg	0,02	
						0,00	
						<b>C. VARIABLE</b>	6,78
<b>7%</b>						<b>% VARIOS</b>	0,47
						<b>TOTAL</b>	7,25
						<b>C. PAX</b>	0,72

## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: PLATO PRINCIPAL			
TORTILLAS DE PAPA (LLAPINGACHO)				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
CARNE DE RES	700	700	gr	1,75	c/lb	2,70	
TOMATE	300	300	gr	0,50	c/lb	0,33	
AJO	100	100	gr	3,00	c/lb	0,66	
CEBOLLA PAITEÑA	300	300	gr	0,40	c/lb	0,26	
PIMIENTOS	300	300	gr	0,50	c/lb	0,33	
NARANJILLA	100	100	gr	0,50	c/lb	0,11	
PAPAS CHOLA	1000	1000	gr	0,25	c/lb	0,55	
CEBOLLA BLANCA	100	100	gr	0,75	c/lb	0,22	
ACHIOTE	100	100	ml	3,44	c/lt	0,34	
ARROZ	700	700	gr	0,40	c/lb	0,62	
ACEITE	100	100	ml	1,50	c/lt	0,15	
HUEVOS	600	600	gr	0,15	c/u	1,50	
LECHUGA	200	200	gr	0,50	c/lb	0,22	
REMOLACHA	250	250	gr	0,50	c/lb	0,28	
CEBOLLA PAITEÑA	100	100	gr	0,40	c/lb	0,09	
TOMATE	100	100	gr	0,50	c/lb	0,11	
AGUACATE	200	200	gr	1,5	c/lb	0,66	
SAL	35	35	gr	0,48	c/kg	0,02	
PIMIENTA	5	5	gr	3,7	c/lb	0,04	
					<b>C. VARIABLE</b>	9,19	
				<b>7%</b>	<b>% VARIOS</b>	0,64	
					<b>TOTAL</b>	9,83	
					<b>C. PAX</b>	0,98	

## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: PLATO PRINCIPAL			
CUY ASADO				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
CUY	1500	1500	gr	8,75	c/lb	13,13	
AJO	75	75	gr	3,00	c/lb	0,50	
COMINO	10	10	gr	3,70	c/lb	0,08	
LLAPINGACHO A PUNTO	1000	1000	gr	0,25	c/lb	0,55	
MANI	120	120	gr	2,50	c/lb	0,66	
LECHE	300	300	ml	0,80	c/lt	0,24	
CEBOLLA BLANCA	200	200	gr	0,75	c/lb	0,33	
ACHIOTE	90	90	ml	3,44	c/lt	0,09	
AJO	10	10	gr	3,00	c/lb	0,07	
MANTECA DE CERDO	20	20	gr	1,50	c/lb	0,07	
CEBOLLA PERLA	150	150	gr	0,40	c/lb	0,13	
LECHUGA	100	100	gr	0,50	c/lb	0,11	
TOMATE	100	100	gr	0,50	c/lb	0,11	
AGUACATE	3	3	gr	1,50	c/lb	0,01	
SAL	35	35	gr	0,48	c/kg	0,02	
PIMIENTA	5	5	gr	3,70	c/lb	0,04	
					C.	VARIABLE	16,13
					7%	% VARIOS	1,13
					<b>TOTAL</b>		17,26
					C.	PAX	1,73





## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: BEBIDA			
CHICHA DE JORA				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	4
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
AGUA	1200	1200	ml	0,00	c/lt	0,00	
HARINA DE JORA	82	82	gr	0,50	c/lb	0,09	
PANELA	108	108	gr	2,17	c/lb	0,52	
HIERBA LUISA	4	4	gr	1,00	c/lb	0,01	
HOJA DE NARANJA	4	4	gr	1,00	c/lb	0,01	
HOJA DE ARRAYAN	4	4	gr	1,00	c/lb	0,01	
CANELA	4	4	gr	4,30	c/lb	0,04	
CLAVO DE OLOR	2	2	gr	3,00	c/lb	0,01	
PIMIENTA DE DULCE	2	2	gr	3,00	c/lb	0,01	
NARANJILLA	60	60	gr	0,50	c/lb	0,07	
						0,00	
						0,00	
					C. VARIABLE	0,76	
				7%	% VARIOS	0,05	
					TOTAL	0,82	
					C. PAX	0,20	







## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: PAN			
PAN (MASA DULCE)				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
HARINA DE TRIGO	1000	1000	gr	0,35	c/lb	0,77	
LEVADURA	40	40	gr	3,00	c/lb	0,26	
MANTEQUILLA	200	200	gr	2,21	c/lb	0,97	
AGUA	333	333	ml	0,00	c/lt	0,00	
AZUCAR	117	117	gr	0,88	c/kg	0,10	
SAL	25	25	gr	0,48	c/kg	0,01	
HUEVOS	240	240	gr	0,15	c/u	0,60	
ESENCIA MANTEQUILLA	7	7	gr	2,26	c/lt	0,02	
					<b>C. VARIABLE</b>	3,07	
					<b>7%</b>	<b>% VARIOS</b>	0,21
					<b>TOTAL</b>	3,28	
					<b>C. PAX</b>	0,33	



## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
TORTA DE CHOCOLATE				POSTRE			
				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	12
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
AGUA	375	450	ml	0,00	c/lt	0,00	
LECHE	375	450	ml	0,80	c/lt	0,36	
CACAO AMARGO	40	48	gr	4,00	c/lb	0,42	
RICACAO	200	240	gr	3,20	c/lb	1,69	
VAINILLA	20	24	gr	2,26	c/lt	0,05	
ACEITE	200	240	ml	1,50	c/lt	0,36	
AZUCAR	450	540	gr	0,88	c/kg	0,48	
HARINA	720	864	gr	0,35	c/lb	0,67	
HUEVOS	300	360	gr	0,15	u	0,90	
BICARONATO	30	36	gr	5,00	c/lb	0,40	
POLVO HORNEAR	15	18	gr	5,00	c/lb	0,20	
SAL	5	6	gr	0,48	c/kg	0,00	
CACAO AMARGO	50	60	gr	4,00	c/lb	0,53	
AZUCAR	150	180	ml	0,88	c/kg	0,16	
CREMA DE LECHE	100	120	ml	3,31	c/lt	0,40	
GLUCOSA	125	150	gr	6,14	c/lt	0,92	
AGUA	45	54	ml	0,00	c/lt	0,00	
AGUA	45	54	ml	0,00	c/lt	0,00	
GELATINA	10	12	gr	13,00	c/lb	0,34	
					<b>C. VARIABLE</b>	7,88	
				7%	<b>% VARIOS</b>	0,55	
					<b>TOTAL</b>	8,43	
					<b>C. PAX</b>	0,70	



## RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: POSTRE			
TARTELETA DE LIMON Y NARANJA				TIEMPO	50 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
							0,00
HARINA	250	250	gr	0,35	c/lb		0,19
MANTEQUILLA	125	125	gr	2,21	c/lb		0,61
AZUCAR IMPALPABLE	100	100	gr	0,77	c/lb		0,17
AZUCAR GRANULADA	25	25	gr	0,88	c/kg		0,02
RALLADURA DE NARANJA	25	25	gr	0,50	c/lb		0,03
HUEVO	60	60	gr	0,15	c/u		0,15
YEMAS	300	300	gr	0,15	c/u		0,75
AZUCAR	125	125	gr	0,88	c/kg		0,11
LECHE	1000	1000	ml	0,80	c/lt		0,80
ESENCIA DE VAINILLA	5	5	ml	2,26	c/lt		0,01
ZUMO DE LIMON	50	50	ml	0,50	c/lb		0,06
MAICENA	60	60	gr	0,40	c/lb		0,05
CLARAS	100	100	gr	0,15	c/u		0,25
AZUCAR	200	200	gr	0,88	c/kg		0,18
							0,00
					<b>C. VARIABLE</b>		3,38
				<b>7%</b>	<b>% VARIOS</b>		0,24
					<b>TOTAL</b>		3,61
					<b>C. PAX</b>		0,36

