



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN DELI-PASTELERÍA TEMÁTICA DE
PANADERÍA, REPOSTERÍA Y BEBIDAS, DONDE PREDOMINEN LOS
PRODUCTOS Y LAS RECETAS TÍPICAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en Gastronomía

Profesor guía

Hernán Dávila

Autor

Grace Estefania Lora Aguirre

Año

2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Hernán Dávila Dillon

CI: 1706865316

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Grace Estefania Lora Aguirre

CI: 1724344526

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a DIOS quien supo guiar mis pasos y mantenerme firme en el camino hasta llegar a donde hoy me encuentro. A mis padres por sus palabras de aliento, su confianza y sobre todo su apoyo. A mi querida hermana, mi modelo a seguir, que supo guiarme y aconsejarme confiando en que un día podré llegar a ser una gran profesional. A mis maestros por los conocimientos impartidos, por la ayuda prestada y la amistad que supieron brindarme.

DEDICATORIA

Todo el fruto de mi esfuerzo plasmado en esta tesis se lo dedico a DIOS, al a Virgen, mis padres, mi tía y mi hermana, que me han acompañado durante toda mi vida, y que han sido mi soporte y mi fuerza, confiando en mis capacidades para salir adelante apoyando mis sueños y metas.

RESUMEN

El presente proyecto surge como un planteamiento de una propuesta enfocada en la difusión de la gastronomía de la Provincia de Imbabura en la ciudad capital, considerando que en la ciudad de Quito viven aproximadamente 247.000 habitantes procedentes de la provincia de Imbabura.

Previo a la realización del proyecto se realizó una investigación estadística del mercado para considerar la probabilidad de que el proyecto sea viable, luego de lo cual se determinó la población objetiva enfocándose en la mayor densidad poblacional por edad, sexo y nivel socioeconómico con la finalidad de determinar los potenciales clientes. Una vez determinado el mercado objetivo, se realizó un análisis de los productos que se ofertaran tomando en cuenta y haciendo énfasis de que la mayoría de productos son orgánicos, para luego establecer la existencia de potenciales competidores, así como la de productos sustitutos y complementarios del proyecto.

Seleccionada ya la propuesta gastronómica que consta de varias opciones entre dulces, panes, postres y bebidas típicas, se delimitó el marketing mix del proyecto, se tomaron en cuenta características inherentes al precio, producto, plaza y promoción, para lo cual se diseñó una encuesta cuyos resultados permitieron obtener márgenes de precios accesibles para cada producto.

Se realizó el costeo del proyecto considerando la división del talento humano según su actividad, así como la clasificación de costos según su naturaleza directa o indirecta, definiendo cantidades mínimas y máximas tanto de producción como de adquisición de materia prima, una vez realizadas las actividades contables se determinó el punto de equilibrio, en valor monetario es 67.061,20 , el cual permite visualizar el nivel de operaciones necesario del proyecto para la recuperación de costos y generación de utilidades que en valor monetario es 2.768,39\$ en el primer año, considerando que el

proyecto cuenta con recursos propios y no requiere de financiamiento externo.

De acuerdo con lo antes mencionado se determina la viabilidad del proyecto en función de la existencia de mercado, la ausencia de competencia directa y la proyección de ingresos y gastos que convierte la presente propuesta en un proyecto autosustentable y con un retorno de la inversión a corto plazo.

ABSTRACT

This project is a proposal of an approach focused on the dissemination of the cuisine of the Province of Imbabura in the capital city, considering the large number of Imbabureños inhabitants residing Quito.

Before the project was performed, a statistical market research was made to consider the probability that the project will be viable, after which the target population was considered focusing on the highest population density thru age, gender and socioeconomic status in order to identify potential customers. Once given the target markets, analyses of the products that will be offered was made, considering those with the greatest popularity in the province of Imbabura, and then establish the existence of potential competitors as well as substitutes and complementary outputs of the project. Once the gastronomic offer was selected, consisting of several options of sweets, breads, desserts and drinks, the marketing mix of the project has been defined, and considering inherent characteristics of price, product, place and promotion, for which a survey was designed whose results led to obtain price margins accessible for each product, a shop located strategically for the sale of these products and finally the menu and logo of the business of the project was developed.

Costing of the project considering the division of human talent by activity and cost classification was performed by direct or indirect nature , defining both minimum and maximum production and raw material procurement quantities, after completing the accounting activities the equilibrium point , which allows you to view the required level of project operations for cost recovery and profit generation , considering that the project has its own resources and does not require external financing was determined.

According to the above project viability based on the existence of market, the absence of direct competition and projection of income and expenses where the proposal becomes a self-sustaining project with an ROI determined in short term .

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I	2
1 Plan estratégico.....	2
1.1 Justificación de la empresa	2
1.2 Información de la Empresa	3
1.2.1 Concepto	3
1.2.2 Nombre de la empresa	3
1.2.3 Logotipo/ Isotipo.....	3
1.3 Visión	4
1.4 Misión	4
1.5 Objetivo general.....	4
1.6 Objetivos específicos	5
1.6.1 Objetivos Financieros	5
1.6.2 Objetivos Gastronómicos.....	5
1.6.3 Objetivos de Marketing	5
Capítulo II	6
2 Investigación	6
2.1 Historia de las cafeterías	6
2.2 Origen de los productos	7
2.2.1 Trigo:.....	7
2.2.2 Maíz.....	7

2.2.3 Caña de azúcar.....	7
2.2.4 Uvilla	8
2.2.5 Mora.....	8
2.2.6Níspero:	8
2.2.7 Remolacha.....	8
2.2.8 Naranjilla	9
2.2.9 Zambo	9
2.2.10 Papa.....	9
2.2.11 Vainilla.....	9
2.2.12 Mango.....	10
2.2.13 Achira	10
2.2.14 Togte	10
2.2.15 Chirimoya	10
2.2.16 Tamarindo.....	10
2.2.17 Maracuyá	11
2.2.18 Frutilla	11
2.2.19 Cacao	11
2.2.20 Hobo.....	11
2.2.21 Naranja	12
2.2.22 Canela:	12
2.2.23 Hierba luisa:.....	12
2.2.24 Piña.....	12
2.3 Origen de las recetas.....	13
Capítulo III	14
3 Investigación de Mercado	14
3.1 Objetivos de la investigación	14
3.2 Segmento de mercado.....	14
3.3 Análisis de competencia (oferta).....	15
3.3.1 Historia de la empresa	15

3.1.2 Ventajas competitivas de la empresa	20
3.4 Ventajas competitivas del proyecto DE MIEL Y PANELA	21
3.5 Cuadro de la competencia	22
3.6 Técnica de investigación.....	22
3.7 Instrumento de investigación	23
3.8 Encuesta.....	24
3.8.1 Objetivo.....	24
3.8 Modelo de encuesta.....	24
3.7 Tabulación de encuestas	27
3.7.1 Pregunta N° 1:	27
3.7.2 Pregunta N° 2:	28
3.7.3 Pregunta N° 3:	29
3.7.4 Pregunta N° 4:	30
3.7.5 Pregunta N° 5:	31
3.7.6 Pregunta N° 6:	32
3.7.7 Pregunta N° 7:	33
3.7.8 Pregunta N°8:	34
3.7.9 Pregunta N° 9:	35
3.7.10 Pregunta N° 10	36
3.7.11 Pregunta N° 11	37
3.7.12 Pregunta N° 11	38
3.7.13 Pregunta N° 13	39
3.8 Conclusiones de la encuesta.....	40
Capítulo IV.....	41
4 Plan de marketing	41

4.1	OBJETIVOS	41
4.2	FODA.....	41
4.2.1	Fortalezas	41
4.2.2	Oportunidades	41
4.2.3	Debilidades	42
4.2.4	Amenaza.....	42
4.3	Marketing mix	42
4.3.1	Producto	42
4.3.2	Precio.....	44
4.3.3	Plaza.....	45
4.3.4	Promoción.....	45
4.4	Canales de distribución	46
4.5	Posicionamiento	46
4.6	Calidad total.....	47
4.7	Imagen de la empresa	47
4.7.1	Branding	47
4.7.2	Relaciones Públicas.....	48
4.7.3	Tarjetas de presentación	48
4.7.4	Características de servicio.....	48
4.7.5	Publicidad	49
Capítulo V	49
5	Plan de Aspectos Técnicos y Organizacionales	49
5.1	Zonificación.....	49
5.1.1	Ubicación geográfica	49
5.1.2	Diseño arquitectónico	50

5.2 Tamaño de la empresa	52
5.3 Distribución de la empresa	52
5.5 Organigramas de la empresa.....	54
5.5.1 Organigrama Estructural.....	54
5.5.2 Organigrama por Efectivos de Puestos de Trabajo	55
5.5.3 Tabla salarial	55
5.5.4 Cuadro de presupuestos de uniformes	57
5.5.5 Descripción de uniformes	57
5.5.5.1 Uniformes de Cocina	57
5.5.5.2 Uniformes de Servicio.....	57
5.6 Descripción de horarios	57
5.6.1 Cuadros de Horarios.....	58
5.7 Propuesta Gastronómica	60
5.7.1 Carta.....	60
Capítulo VI.....	62
6 Plan Legal	62
6.1 Tipo de Compañía	62
6.1.1 Obligaciones de la empresa.	62
6.2 Permisos de funcionamiento.....	63
6.2.1 Tipos de permisos.....	63
6.3 Políticas de la empresa.....	64
6.3.1 Política de Apertura del local	64
6.3.2 Política de Cierre del local	64
6.3.3 Política de uso de teléfono.....	64
6.3.4 Política de uso de uniforme	64

6.3.5 Política de anticipos	65
6.3.6 Política de compras	65
6.3.7 Política de atención al cliente	65
6.3.8 Política de reclamos.....	65
6.3.9 Política de vacaciones	66
6.3.10 Política de recepción de mercadería.....	66
6.3.11 Política de higiene personal	66
6.3.12 Política de manipulación de alimentos.....	67
6.3.13 Política de almacenamiento de alimentos.....	67
6.3.14 Política de control de equipos	68
6.3.15 Política de seguridad	69
6.3.16 Política de manejo de desechos	69
6.3.17 Política de primeros auxilios	69
6.3.18 Política de limpieza de la cocina.....	70
6.3.19 Política de limpieza del salón.....	70
6.3.20 Política de contratación de personal.....	71
6.3.21 Política de incentivos al personal.....	71
6.3.22 Política de atrasos	71
6.3.23 Política de almuerzo de personal.....	71
6.3.24 Política de control de plagas	72
6.3.25 Política de propinas	72
6.3.26 Política de cortesías.....	72
Capítulo VII.....	73
7 Plan financiero.....	73
7.1 Objetivos.....	73
7.2 Inversión	73
7.3 Activos de operación.....	75
7.3.1 Uniformes	75
7.3.3 Vajilla	77

7.3.4 Cristalería	78
7.3.5 Cubertería	78
7.3.6 Sistema	79
7.4 Proyección de ventas mensual	80
7.5 Proyección de ventas anual.....	83
7.6 Proyección de costos mensual	84
7.7 Proyección de costos anual	87
7.8 Gastos	88
7.8.1 Gastos fijos	88
7.8.2 Gastos variables	89
7.9 Estado de pérdidas y ganancias	90
7.10 Punto de equilibrio	91
7.10.1 Calculo del punto de equilibrio con cifras mayores y menores	92
7.10.2 Gráfico de punto de equilibrio	93
7.11 Factores internos y externos que afecta a la empresa	94
Capítulo VII.....	96
8 Conclusiones y recomendaciones	96
8.1 Conclusiones.....	96
8.2 Recomendaciones	97
REFERENCIAS	98
ANEXOS	101

INTRODUCCIÓN

El crecimiento que ha tenido el sector turístico y gastronómico dentro del país impulsado por el gobierno actual, se ha constituido en una ventaja, ya que siendo nuestra gastronomía una parte fundamental de la cultura, existe un amplio interés de los habitantes sobre la presentación de propuestas gastronómicas con productos tradicionales y ancestrales.

Otro factor importante es que el mercado objetivo pertenece al 9,6% de la población total de Quito es decir 247.323,55 habitantes, según los censos realizados por el INEC, contando con un mayor estrato social ubicado en la clase media- media alta.

El proyecto está enfocado en un mercado objetivo que pertenece al 41% de la población imbabureña en Quito, es decir 100.813 habitantes aproximadamente, lo cual hace del mismo una propuesta atractiva y potencialmente viable.

Actualmente dentro del mercado quiteño no se ha observado la existencia de un tipo de oferta similar, siendo así una oportunidad para el negocio y manteniendo una oferta de productos exclusivos con valor agregado.

Dentro de los platillos propuestos en la carta del negocio se utilizaran productos endémicos. Por lo tanto el uso de dichos productos reconstituye una oportunidad para pequeños productores agrícolas, obteniendo de esta manera una materia prima de alta calidad.

Por otro lado se ha podido observar la evolución de los establecimientos que brindan productos y platos típicos de distintas regiones dentro de la ciudad de Quito, esto se debe a que la ciudad ha sufrido una constante migración interna obteniendo una población diversa cubriendo las necesidades del mercado por lo que dicha oferta es totalmente factible.

Capítulo I

1 Plan estratégico

1.1 Justificación de la empresa

De acuerdo al Instituto Nacional de Encuestas y basándose en los resultados del censo de población y vivienda realizados en la ciudad de Quito, en el año 2010, del total de población, es decir 2576287 habitantes, el 9.6 % son imbabureños. Considerando también la densidad poblacional del segmento al que se desea atender existe un mercado considerable para poner en marcha el presente proyecto y volverlo viable.

Por otro lado, la cultura culinaria ecuatoriana ha demostrado que la diversidad de platillos existentes en cada zona provoca fidelidad en sus consumidores, e Imbabura no es la excepción. Tal es así que lo imbabureños prefieren consumir dulces propios de su zona, razón por la cual se puede explotar esta preferencia brindando un producto con conocimientos gastronómicos.

La tendencia gastronómica nacional es realzar y rescatar sabores ecuatorianos así como lo han hecho países hermanos, lo cual permite impulsar el conocimiento de esta provincia en su gastronomía.

Según el chef Mauricio Armendáris, en los últimos 20 años la cocina ecuatoriana ha tenido un puente importante sobre la percepción y el significado en nuestra cultura. La cocina ecuatoriana constituye un patrimonio inmaterial de nuestro pueblo y es la expresión de una cultura milenaria que se interpreta en las distintas regiones del país con el uso de los productos característicos de nuestros pueblos. (Armendáris, 2009, p.3)

1.2 Información de la Empresa

1.2.1 Concepto

Creación de un Deli-Cafetería temática con panes, postres y bebidas, donde predominen los productos y las recetas típicas de las provincias de Imbabura.

La empresa estará ubicada en la zona centro norte de Quito debido a que el mercado objetivo reside en su mayoría en esta zona, el perfil del cliente es de clase media, media alta, principalmente de origen Imbabureño. El servicio que se prestara dentro del establecimiento es un servicio a la mesa, se proporcionara una carta que contiene todos los productos en su gran mayoría típicos de la provincia de Imbabura.

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo concluir que si existe una gran demanda por el producto dentro del mercado objetivo, a la vez de que se pudo recopilar y convertirá las recetas empíricas en recetas estándar para obtener siempre la misma calidad del producto a ofrecer.

1.2.2 Nombre de la empresa

De Miel y Panela

El nombre de la empresa se divide en dos, DE MIEL que representa los productos dulces que se ofertan en la empresa y PANELA porque es una forma de representar a la provincia de Imbabura debido a que en esta provincia se cultiva mucho la caña de azúcar.

1.2.3 Logotipo/ Isotipo

Logotipo: Grupo de letras fundidas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica. Diseño que distingue una marca, un nombre de empresa o un producto. (Oceano Uno, 1991)

Isotipo: se compone de un ícono, (dibujo, esquema, línea) que identifica la identidad de una marca y prescinde del uso de tipografías (Medios, s.f.)



1.3 Visión

En cinco años DE MIEL Y PANELA tendrá un posicionamiento como una Deli-Pastelería temática de renombre en la Ciudad de Quito y con el crecimiento de una sucursal más en cada uno de los valles aledaños como son Los Chillos, Cumbaya honrando los sabores tradicionales de Imbabura.

1.4 Misión

De Miel y Panela se compromete a resaltar los sabores típicos de panes, dulces y postres, así como bebidas imbabureñas a fin de ofrecer a todos los imbabureños residentes en la ciudad de Quito y personas en general la tradición de estos sabores a través de un conocimiento y manejo culinario calificado y profesional; procurando dar valores de rescate de sabores y sentido de pertenencia de lo nuestro.

1.5 Objetivo general

Desarrollar el proyecto de una Deli-Pastelería dirigida a las personas residentes en Quito a fin de ofrecer dulces, postres, panes y bebidas tradicionales de la

provincia de Imbabura, elaborados con **recetas ancestrales** con un toque gastronómico profesional.

1.6 Objetivos específicos

1.6.1 Objetivos Financieros

- Alcanzar un nivel de rentabilidad superior al 15 % neto cubriendo los costos fijos y variables de producción.

1.6.2 Objetivos Gastronómicos

- Obtener los sabores adecuados basándonos en las recetas ancestrales, y brindando así una experiencia única al comensal.

1.6.3 Objetivos de Marketing

- Llegar al segmento de mercado objetivo, el 41% de la población Imbabureña en Quito es decir 100.813 habitantes aproximadamente, posicionando el negocio como una Deli-Pastelería temática con recetas y productos tradicionales de Imbabura.
- Dar a conocer la gastronomía de Imbabura en el área de repostería y panadería mediante el proyecto.

Capítulo II

2 Investigación

2.1 Historia de las cafeterías

“La primera cafetería data del siglo XV –XVI en Arabia luego se extendieron a La Meca, Damasco y El Cairo. Fueron considerados como lugares de conocimientos para hombres cultos, debido a que eran frecuentados por religiosos místicos durante su vigilia.” (Nescafé, s.f. Todo lo que quieras sobre el café) (Capdevila, s.f. Las cafeterías)

Por un tiempo las cafeterías fueron consideradas como un lugar de vicio hasta que en 1645 en Estambul- Turquía se realizó una variación, un “xiosk” o quisco en donde iban a beber café y a fumar tabaco. (Nescafé, s.f. Todo lo que quieras sobre el café) (Capdevila, s.f. Las cafeterías)

“En 1683 llega el café a Viena Austria debido a la victoria en la guerra con los turcos sin embargo no tuvo mucho éxito por los residuos que se dejaba en el fondo de la tasa y es aquí en donde se inventa el café filtrado.” (Nescafé, s.f. Todo lo que quieras sobre el café) (Capdevila, s.f. Las cafeterías)

Pasqua Rosie de origen griego abrió la primera cafetería en Londres en el año 1652, pero inmediatamente surgió su competencia en Cornhill y New Palace Yard, ya en 1683 existían más de 300 cafeterías en todo Londres. (Nescafé, s.f. Todo lo que quieras sobre el café) (Capdevila, s.f. Las cafeterías)

En Francia las grandes cafeterías competían con los pequeños negocios de orientales que ofrecían el café a menor precio. El café más famoso de Francia fue Porkop, en donde asistían grandes celebridades pero no la realeza. (Nescafé, s.f. Todo lo que quieras sobre el café) (Capdevila, s.f. Las cafeterías)

“La primera cafetería en América fue abierta en Boston en el siglo XVII, luego se abrió en el siglo XVIII, en México DF, en la calle Tacuba. En la década de los 60, las cafeterías eran lugares de reuniones de hippies, músicos

y en la década de los 90, gracias a la llegada de las grandes cadenas de cafeterías se cambió el concepto y se convirtió en un establecimiento más común.” (Nescafé, s.f. Todo lo que quieras sobre el café) (Capdevila, s.f. Las cafeterías)

2.2 Origen de los productos

2.2.1 Trigo: Su nombre científico es *Triticum sativum* Lam. En el sur de Europa se empezó a cultivar sobre el VI milenio A.C. Los egipcios y romanos lo cultivaron ampliamente. Fue llevado a América por los colonizadores españoles e ingleses. (Botanical-online. 2013. El trigo)

El trigo será usado por la empresa en harina, para la mayoría de sus panes, es el ingrediente principal de estos productos.

2.2.2 Maíz: El maíz es un cereal nativo de América, cuyo centro de domesticación parece corresponder a Mesoamérica, desde donde se había difundido hacia todo el continente. Su nombre Científico es *Zea mays*. (Estrella, 1997, pág. 47)

El harina de maíz se usa en todos los panes que se producen dentro de la empresa ya sea sola o acompañada de harina de trigo

2.2.3 Caña de azúcar: “Nombre científico *Saccharum officinarum*. La caña de azúcar es uno de los cultivos más viejos en el mundo se cree que empezó hace unos 3.000 años como un tipo de césped en la isla de Nueva Guinea y de allí se extendió a Borneo, Sumatra e India. El proceso del azúcar se escuchó primero en la India tan temprano como en el 3.000 A.C. Una leyenda local en las Islas de Salomón dice que los antepasados de la raza humana se generaron de un tallo de la caña.” (Procana. s.f. Historia de la caña de azúcar)

Se usa el azúcar como ingrediente principal en todos los productos que se ofertan en el negocio, el azúcar a usar es azúcar blanca refinada.

2.2.4 Uvilla: Nombre científico *Physalis peruviana* L. Es una pequeña planta nativa, que puede alcanzar unos 60 cm de altura, con el fruto que madura encerrado en su propio cáliz, que lo resguarda. Crece espontáneamente en las regiones templadas. (Estrella, 1997, p.186)

La uvilla se usa en arrope tradicional de la ciudad de Imbabura, este producto es usado en fruta.

2.2.5 Mora: Nombre científico *Rubus glaucus* Benth. Es una planta oriunda de los Andes Ecuatorianos y de otros países de América intertropical. Era una planta silvestre que los indígenas aprovechaban ocasionalmente. (Estrella, 1997, p. 165)

La mora es usada para arrope un producto tradicional conocido por la mayoría de la población.

2.2.6 Níspero: "Los primeros ejemplares de *Eryobotria japónica* se desarrollaron probablemente en China oriental. Desde este emplazamiento se introducirían en el país nipón y durante el siglo XVIII los contactos entre Asia y Europa harían que llegasen al Viejo Continente, en un principio como árbol ornamental."(Región de murcia digital. s.f. Níspero)

El níspero es usado para un dulce tradicional en la empresa se usa únicamente la pulpa.

2.2.7 Remolacha: "Se cree que se tiene su origen en la época prehistórica en el norte de África y creció de forma silvestre a lo largo de costas de Asia y Europa. En estos primeros tiempos, la gente comía exclusivamente las hojas y no las raíces de remolacha. Los antiguos romanos fueron una de las primeras civilizaciones que cultivaron remolacha para utilizar sus raíces como alimento." (Alimentos. s.f. Remolacha)

La remolacha se usa para un dulce especial mezclada con naranjilla, a pesar de ser un tubérculo usado mayormente para ensaladas en este caso se aprovecha su dulzura innovando con sabores tradicionales.

2.2.8 Naranjilla: *Solanum quitoense* Lam. Originario de la cordillera oriental de los Andes, muy usada por los antiguos habitantes de las misma. (Estrella, 1997, p. 186-187)

La naranjilla es una fruta que se usara como parte de un dulce tradicional, se utilizara solamente la pulpa.

2.2.9 Zambo: Nombre científico *Cucurbita ficifolia* Bouche. Corresponde a Mesoamérica donde se extendió su cultivo a la región andina. Aclimatándose bien a las alturas. (Estrella, 1997, p.132)

El zambo comumente usado para comida salada pero en este caso será usado como ingrediente principal de un dulce tradicional.

2.2.10 Papa: “El nombre científico es *Solanum tuberosum*. Tiene origen en la región andina, probablemente en el altiplano cercano al Lago Titicaca desde donde una vez domesticada se difundió hacia el norte y sur de los Andes.

En la prehistoria ecuatoriana, en el Periodo de Desarrollo Regional de la Sierra (500 AC-500 DC), ya aparecen evidencias del cultivo de tubérculos de atura: papa, oca, melloco y mashua. Desde esta época se inicia una tradición agrícola que perdura hasta la actualidad.” (Estrella, 1997, p.80)

El almidon de papa es poco conocido pero en este caso es usado para un postre especial llamado Bizcochuelo.

2.2.11 Vainilla: “El nombre científico es *Vanilla planifolia* Andr. En el Ecuador, el valor económico de la vainilla comienza a advertirse a comienzos del siglo XVIII: no existe datos sobre su cultivo, es una liana silvestre que se recoge en los bosques tropicales del Litoral y la región Amazónica.” (Estrella, 1997, p.139)

La vainilla es un excelente aromatizante el cual es usado en tradicional helado de vainilla.

2.2.12 Mango: La palabra mango procede del tamil mangay que posteriormente, por influencia del portugués deriva a manga. Proceden del sudeste asiático, concretamente del norte de Birmania y del noreste de la India hace 6000 años. (Botanical – onlie. 2012. Características del mango)

La fruta es usada como uno de los ingredientes principales en el postre llamado buñuelo.

2.2.13 Achira: Nombre científico *Canna edulis* Originaria de los andes utilizada para envolver los alientos especialmente grasos. (Estrella, 1997, p.201)

Las hojas de achira son usadas dentro de la empresa para cubrir como un envuelto a los vicundos.

2.2.14 Togte: “Nombre científico *Juglans honorei* Dode. Se cultiva en la región interandina en una altura de 1800 a 3000 metros. El togte o nuez quitense, era un árbol muy común en el siglo XVIII. Su almendra no se distinguía de la nuez de origen europeo.” (Estrella, 1997, p. 156)

El togte es usado en un dulce tradicional llamado nogada el cual se produce dentro de la empresa.

2.2.15 Chirimoya: Nombre científico *Anona cherimolia* Mill. Su origen andino, es una palabra quichua que quiere decir semilla o simiente fría, es un árbol que crece especialmente en los valles templados y abrigados de los andes. (Estrella, 1997, p.158)

En este caso se usa la pulpa de chirimoya y es usada para un tradicional helado de paila.

2.2.16 Tamarindo: “Nombre científico *Tamarindus indica* L. es nativo de las sabanas secas del África Tropical, pero desde épocas prehistóricas a sido explotado en la India, es un árbol que alcanza de 15 a 20 m. de altura, muy relacionado con el Algarrobito y el Granadillo. El único país que explota

extensivamente el cultivo es la India, también lo cultivan en México, Puerto Rico, Costa Rica, Cuba, Perú, aunque existe en todos los países tropicales de América.” (El tamarindo. s.f. Tamarindo)

La pulpa de tamarindo es usada para el tradicional helado de paila

2.2.17 Maracuyá “El Maracuyá se considera originaria de la región amazónica, aunque crece de forma silvestre en un área que abarca principalmente desde Colombia hasta el norte de la República Argentina y Uruguay. En Paraguay, es considerada como flor nacional. A lo largo del siglo XIX las variedades de utilidad gastronómica se introdujeron con éxito en Hawái, Australia y otras islas del Pacífico sur.” (Ecu Red. 2012 . Maracuya)

En este caso se usa la pulpa de maracuyá para realizar helado de paila.

2.2.18 Frutilla: Nombre científico *Fragaria chiloensis*. Es una planta nativa de Chile, era empleado en la alimentación y con los que preparaban una chicha muy agradable. A l parecer la dispersión hacia el norte se hizo en tiempo de la conquista. (Estrella 1997, p.164)

La pulpa de frutilla es usada como ingrediente principal del helado de paila.

2.2.19 Cacao: Nombre científico *Theobroma cacao* es una especie originaria de las costas del golfo de México. A comienzos del siglo XVII se ven abundantes sembríos en Guayaquil. (Estrella, 1997, p. 172-173)

El cacao transformado en chocolate, es usado para el helado de paila.

2.2.20 Hobo: “O también llamado ovo científico *Spondias purpera*, llamado también ciruela colorada. Es una especie nativa de América tropical. De árbol pequeño de unos siete metros de altura que crece en las regiones tropicales húmedas y en los valles interandinos. Se cultica hasta hoy en la

región tropical húmeda y en algunos valles calientes como el Chota provincia de Imbabura.” (Estrella, 1997, p. 171-172)

El hobo o también llamado ovo es usado en pulpa para realizar helado de paila.

2.2.21 Naranja: “Las naranjas provienen del sur de la cordillera de los Himalayas y del sur de china, en donde se han encontrado especies silvestres muy parecidas a las actuales. Parece ser que fue en el sur de China donde se empezaron a cultivar hace 4000 años, si bien las primeras informaciones escritas aparecen hace 2700 años. Fue introducida en América por Cristóbal colon en su primer viaje.” (Botanical-Online. 2013. Las Naranjas)

En este caso se usa la hoja de naranja para aromatizar el champus.

2.2.22 Canela: “Nombre científico Cinnamomum zeylanicum Origen: es originaria de Ceilán (Sri Lanka). Además de Sri Lanka, también se cultiva en Brasil, Birmania, India, Indonesia, Indias occidentales e islas del océano Pacífico. El mayor productor sigue siendo Sri Lanka seguido de las islas Seychelles. Se cultiva en países cálidos cuyos inviernos no sean fríos.” (Info Jardin. 2013. Canela)

La rama de canela se usa para aromatizar la chicha de arroz.

2.2.23 Hierba luisa: “Nombre científico Aloysia triphylla o Lippia citriodora, se conoce a esta planta de origen sudamericano de la familia Verbenaceae. La Hierba Luisa se introdujo en Europa en el siglo XVII procedente de los países del continente americano como México, Perú, Chile, Argentina, Paraguay, etc. donde crece de forma silvestre.” (Gastronomía&Cía. s.f. Hierba luisa)

La hierba luisa se usa como aromatizante para la chicha.

2.2.24 Piña: “Nombre científico Ananas comosus (L) Merrill. Es una planta indígena de América tropical, cuyo cultivo estuvo ampliamente difundido

entre las poblaciones aborígenes de las regiones tropicales u subtropicales. (Estrella, 1997, p. 154).

La pulpa de piña es usada como saborizante y para que ayude la fermentación y la cascara se usa como aromatizante.

2.3 Origen de las recetas

Las recetas presentadas en este proyecto tienen un origen empírico, pasado de generación en generación de una familia tradicional de la provincia de Imbabura por lo que no se tiene datos exactos de la aparición de las mismas.

Capítulo III

3 Investigación de Mercado

3.1 Objetivos de la investigación

El objetivo de la investigación de mercado es poder obtener los gustos y preferencias de los posibles consumidores, cubriendo así deudas de la producción del proyecto y corroborando precios, zona de ubicación y reconocimiento del producto.

3.2 Segmento de mercado

1. Clase media
2. Rango de edad: 30-50 años
3. Residentes de Imbabura en Quito
4. Zona Centro norte de Quito
5. Hombres y mujeres

Justificación: De acuerdo a las cifras obtenidas del INEC se puede observar que el rango de edad pertenece a un 41% de la población imbabureña en Quito, la cifra actual es de 100.813,152 habitantes que pertenecen al rango de edad del segmento de mercado, también se eligió esta clase social debido a que el estrato con mayor población está en clase media a media alta, las características de los platos pueden ser más apreciadas dentro de este segmento. Basándose en las estadísticas de INEC y las encuestas realizadas.

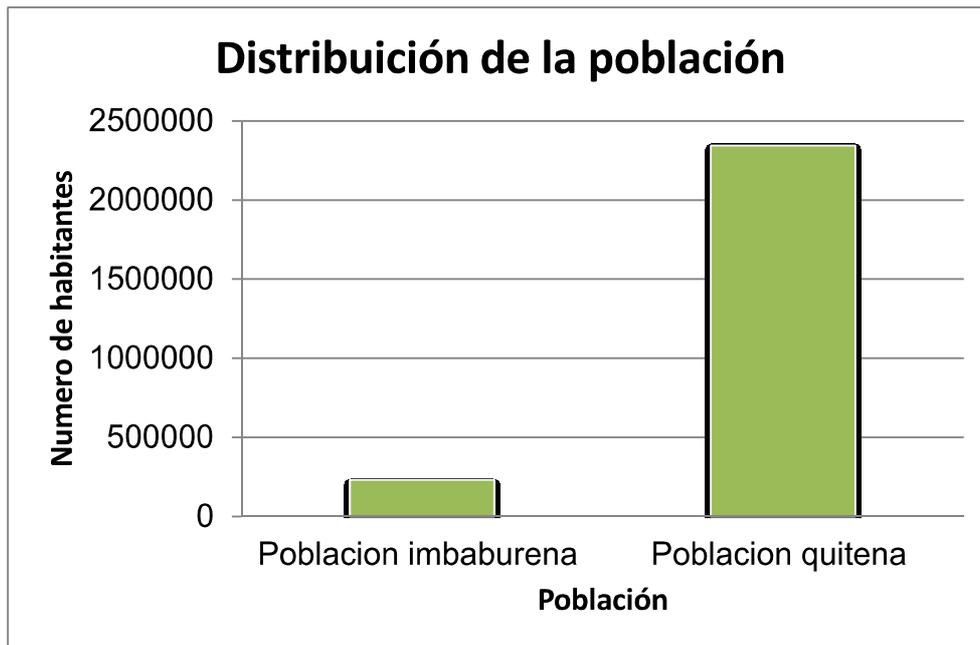


FIGURA N° 2 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN RESIDENTE EN QUITO

3.3 Análisis de competencia (oferta)

3.3.1 Historia de la empresa

A) Sweet and coffe

Historia

“Sweet & Coffee fue creado por Richard Peet y Soledad Hanna aproximadamente en 1997 en el centro comercial Mall del Sol de Guayaquil, con un equipo de 15 personas, con las dulces recetas de Soledad.” Después de 3 años empezaron a crecer e inauguraron varios locales en Guayaquil y Quito. Su filosofía es, “Cada vez que nos visites vivas una experiencia única.” (Sweet & Coffee. 2013. Historia)

MISIÓN

Que todos nuestros clientes disfruten un momento muy especial con nuestra cordial atención y nuestra extensa variedad de cafés y dulces hechos para los gustos más exigentes. (Sweet & Coffee. 2013. Acerca de Nosotros)

VISIÓN

“Para lograr que todos nuestros clientes disfruten un momento en Sweet & Coffee nos preocupamos permanentemente de aspectos como la capacitación y motivación de todos los colaboradores, la calidad y variedad de nuestros productos, el servicio extraordinario, la imagen y limpieza de todos nuestros locales así como también sus acabados y elementos decorativos y la ubicación de cada uno de los locales.” (Sweet & Coffee, 2013. Acerca de nosotros)

Productos

- 1) Dulces de sal y de dulce
- 2) Bebidas con café frías y calientes.
- 3) Sandwiches
- 4) Milk shake
- 5) Venta de café para preparar en casa. Entre las variedades está el Sweet & Coffee, Café Zaruma, Café Jipijapa, Café con Avellana, Café con Amaretto o el Sweet & Coffee Orgánico.
- 6) Bebidas frías y calientes sin café
- 7) Productos Light

(Sweet & Coffee. 2013. Acerca de nosotros)

B) Juan Valdez

Historia

“Procafecol S.A. nace en 2002 con el objetivo de generar negocios de valor agregado para los cafeteros y su marca Juan Valdez.

Tienen un gran control de calidad de su café, debido a que realizan un reconocimiento de su producto de acuerdo a altos estándares, usando a su favor el alto posicionamiento del café colombiano en el mundo y por último el beneficio de los proyecto de Sostenibilidad en Acción de la Federación de Cafeteros de Colombia. (Juan Valdez Café. s.f. Nuestra historia)

- Posicionar a Juan Valdez como la marca del café Premium colombiano en sus mercados actuales y potenciales.
- Fortalecer los modelos de negocio generando valor a los accionistas de forma sostenible.
- Construir y consolidar una cultura organizacional orientada al servicio y la innovación.
- Generar satisfacción a nuestros clientes alrededor de productos, ambiente y servicios diferenciados.

(Juan Valdez Café. s.f. Nuestra historia)

Visión

Ser la marca de café Premium colombiano preferida globalmente por su calidad y generación de bienestar a su entorno. (Juan Valdez Café. s.f. Nuestra empresa)

Productos

- 1) Almojábana
- 2) Sándwich Bocado
- 3) Muffin de Queso
- 4) Pastel de Pollo

- 5) Palito de Queso
- 6) Preparaciones sin café
- 7) Café filtrado
- 8) Café Pod
- 9) Lattes
- 10) Mokka
- 11) Capuchino
- 12) Expresos
- 13) Nevados
- 14) Granizados
- 15) Fruppés
- 16) Bebidas embotelladas
- 17) Café tostado

(Juan Valdez Café. s.f. productos)

Cyril

Historia

En el año 2011, Cyril Boutique abre sus puertas en Quito, ofreciendo una gran variedad de productos nuevos de alta calidad, frescos, más equilibrados y sanos, elaborados con técnicas francesas, bajo la dirección del Chef francés Cyril Prudhomme. (Cyril. 2013. LES BOUTIQUES)

Productos

- 1) Macarrones
- 2) Chocolates
- 3) Tortas
- 4) Helados
- 5) Pan
- 6) Viennoiserie
- 7) Galletería

- 8) Cakes
- 9) Bocaditos
- 10) Mermeladas
- 11) Mostazas
- 12) Miel de abeja
- 13) Artículos regalo

(Cyril. 2013. Productos)

C) Hansel y Gretel

Historia:

“Hansel y Gretel se inició como una empresa familiar ansiosa de rescatar recetas tradicionales, sobre todo en el área de repostería, en el año 1993. Desde entonces, Hansel y Gretel ha trabajado arduamente para conseguir su prestigio, basándose en sus deliciosos productos elaborados con materia prima de alta calidad. Hoy cuenta con una variedad de más de 300 productos que se pueden disfrutar en sus panaderías y pastelerías. A través de este sitio, queremos invitarlos calurosamente a participar con nosotros en la construcción de una nueva visión para la panadería y la repostería en el Ecuador.”(Hansel & Gretel , 2013)

Misión:

Hansel & Gretel se compromete a entregar una experiencia integral de compra con productos de calidad, deliciosos y exclusivos, en un ambiente único con servicio personalizado. (Hansel & Gretel , 2013)

3.1.2 Ventajas competitivas de la empresa

A) Sweet an coffe

Ventajas competitivas:

“Una de las ventajas competitivas de la firma es que al ser una firma propia y no una franquicia, tiene mayor poder decisión no solamente sobre su producto, o calidad, sino también de su la proyección que desea tener frente al consumidor no debe cumplir con requerimiento la marca, la firma es la propia marca tiene un mayor poder de innovación que su competidor, así se ve demostrado en su constante innovación de productos.” (Sweet & Coffee. 2013. Acerca de nosotros)

B) Juan Valdez

Ventaja competitiva

“El grupo Valdez tiene una estrategia bien marcada y definida la cual la expresan en el lema: ‘Nosotros venimos a mostrar nuevas experiencias, porque cafeterías o empresas de café puede haber muchas pero una empresa que sea de caficultores para caficultores sólo hay una y esa es Juan Valdez, marca que cuenta con café de excelente calidad; sus tazas están posicionadas en un alto estándar’ “. (Juan Valdez Café. s.f. Nuestra historia)

“A lo largo de diez años y con importantes inversiones, han logrado conformar un equipo sinérgico con conocimiento y experiencia; es una marca que posee más de 200 tiendas en operación, siendo los líderes en la categoría en grandes superficies, al posesionarse como la marca de Café Premium más reconocida y admirada en Colombia lo cual ha llevado a la consolidación del modo propio de expansión en diversos mercados en el mundo. (Juan Valdez Café. s.f. Nuestra historia)

C) Cyril

Ventajas competitivas

Mezclando arte, design y moda, Cyril Boutique ofrece cada seis meses una nueva colección con nuevos sabores y texturas para sorprenderles y animar su curiosidad. Rivalizando con las mejores pastelerías y chocolaterías del mundo, utilizando productos de alta calidad importados y nacionales, Cyril Boutique es el referente número uno en América Latina. Creadores de tendencias y apasionados por la innovación, les invitamos a descubrir y compartir “lo bueno y lo bello” de la gastronomía dulce francesa. (Cyri. 2013. LES BOUTIQUES)

3.4 Ventajas competitivas del proyecto DE MIEL Y PANELA

La primera y más importante ventaja es que el proyecto impulsa la gastronomía nacional y por ende tendrá mayor difusión por parte del Ministerio de turismo, incidiendo directamente en la cantidad de clientes nacionales y extranjeros.

Por otro lado la cocina ecuatoriana tiene sabores especiales los cuales son recuperados, realizados con detalles innovadores y delicados ofreciendo diferentes alternativas sobre sabores conocidos y populares

Es un negocio especializado y diferente ya que cuenta con variedades de comidas y bebidas tradicionales e innovadoras concentrando en un solo lugar varios gustos y preferencias con un valor agregado diferente en cada receta.

Contiene productos que son de consumo diario y también de consumo especial, lo cual amplía su campo de acción y su afluencia

3.5 Cuadro de la competencia

TABLA N° 1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Nombre del establecimiento	Ubicación	Capacidad	Precio promedio
Sweet and coffee	Av. Naciones Unidas y 6 de Diciembre	50 PAX	6 \$
Juan Valdez	Av, Amazonas y Villalengua	60 pax	8 \$
Cyril	Irlanda E10-124 Quito	30 PAX	15 \$
Hansel y Gretel	C.C Quicentro Shopping		7 \$

El precio promedio de consumo de la competencia es de 8 \$ aproximadamente y están situados en la zona centro norte de Quito con una capacidad promedio de 30-40 pax, la empresa debe mantenerse dentro de los estándares de la competencia añadiendo un valor agregado como es la exclusividad, calidad de productos y servicio así como accesibilidad.

3.6 Técnica de investigación

“La técnica de investigación a usar es la investigación descriptiva, Según Del Cid, Méndez y Sandoval empieza por determinar el objeto de estudio, luego establece instrumentos para medir adecuadamente el nivel de ese fenómeno que nos interesa. Los resultados de los estudios descriptivos permiten cierto nivel de predicción.” (Cid, Méndez, Sandoval, 2011 p. 33)

Este tipo de investigación va a ayudar al proyecto para ver cuál será la aceptación del producto dentro del mercado objetivo, a la vez definirá el precio

q el cliente estará dispuesto a pagar por los servicios y productos brindados. Definirá varios aspectos que ayudaran en la ejecución del proyecto como horarios de atención, cantidad y frecuencia de productos a consumir.

3.7 Instrumento de investigación

El instrumento de investigación y análisis es la encuesta de tipo estadística en la cual se usara preguntas introductorias, y de consistencia o control, preguntas de escala subjetiva

Este tipo de encuestas ayuda a obtener respuestas concretas de origen individual para obtener conclusión general o individual, es decir conclusiones obtenidas por cada pregunta.

Según Díaz de Rada, las preguntas introductorias de introducción o contacto son “citadas al comienzo del cuestionario con el objetivo de crear un clima de confianza e interés para que la entrevista se desarrolle en las mejores condiciones” (Díaz de Rada, 2001, p.84)

Díaz de Rada dice que las preguntas de consistencia o con otros tienen como objetivo contrastar la calidad de la información proporcionada por el entrevistado. Una pregunta de control se caracteriza porque se refiere a un supuesto ya analizado empleando una formulación. (Díaz de Rada, 2001, p. 86)

Según Díaz de Rada, las preguntas de escala subjetiva son “preguntas en las que el entrevistado se posiciona subjetivamente respecto a las distintas opciones de respuesta. (Díaz de Rada, 2001, p. 89)

Según Luengo Gómez incluye dentro de este grupo las preguntas de escalas subjetivas numéricas que se diferencian de las anteriores en que las últimas se utilizan posiciones numéricas (Luengo Gómez, 1190, p. 111-112)

3.8 Encuesta

3.8.1 Objetivo

Conocer los gustos y preferencias de los consumidores de dulces, panes, postres y bebidas típicas de Imbabura. A la vez que se obtendrá información certera sobre los intereses de las personas en los productos y servicios a ofrecer, así como el lugar de ubicación del local y el horario de atención más flexible que se acople a las necesidades del consumidor.

1. Perfil demográfico Clase media
2. Rango de edad: 30-50 años
3. Residentes de Imbabura en Quito
4. Zona Centro norte
5. Hombres y mujeres

3.8 Modelo de encuesta

La presente tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias de los consumidores de dulces, panes, postres y bebidas típicas de Imbabura.

Lea las preguntas cuidadosamente y responda de manera objetiva.

- I. Datos personales
 1. Edad
 2. Zona en donde vive
 3. Ciudad natal

- II. Marque con una X la respuesta q considere adecuada, en caso de existir otra respuesta escribir en la línea inferior.
 1. Conoce usted los tipos de postres, bebidas y panes típicos de Imbabura.

Sí No
 2. ¿En qué horario asiste usted a una Deli-pastelerías o cafetería?

Entre 9 AM a 12 PM _____

Entre 12 PM a 3 PM _____

Entre 3 PM a 6 PM _____

Entre 6 PM a 9 PM _____

3. ¿Qué días son los que usted normalmente planifica para ir a una Deli-pastelería o cafetería?

De Lunes a Miércoles _____

De Miércoles a Viernes _____

De Sábado a Domingo _____

4. ¿En qué lugar cree usted que sería más accesible la Deli-Pastelería?

Zona de Centro Norte _____

Zona Nor occidente _____

Centros Comerciales _____

Centro histórico _____

5. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un pan tradicional?

Entre 20 a 30 centavos _____

Entre 30 a 40 centavos _____

Entre 40 a 60 centavos _____

6. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un dulce de fruta típico?

Entre 1 a 2 dólares _____

Entre 2 a 3 dólares _____

Entre 3 a 4 dólares _____

¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un postre típico de la provincia de Imbabura?

Entre 2 a 3 dólares _____

Entre 3 a 4 dólares _____

Entre 4 a 6 dólares _____

7. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por una bebida típica de Imbabura?

Entre 1 a 2 dólares _____

Entre 2 a 3 dólares _____

Entre 3 a 4 dólares _____

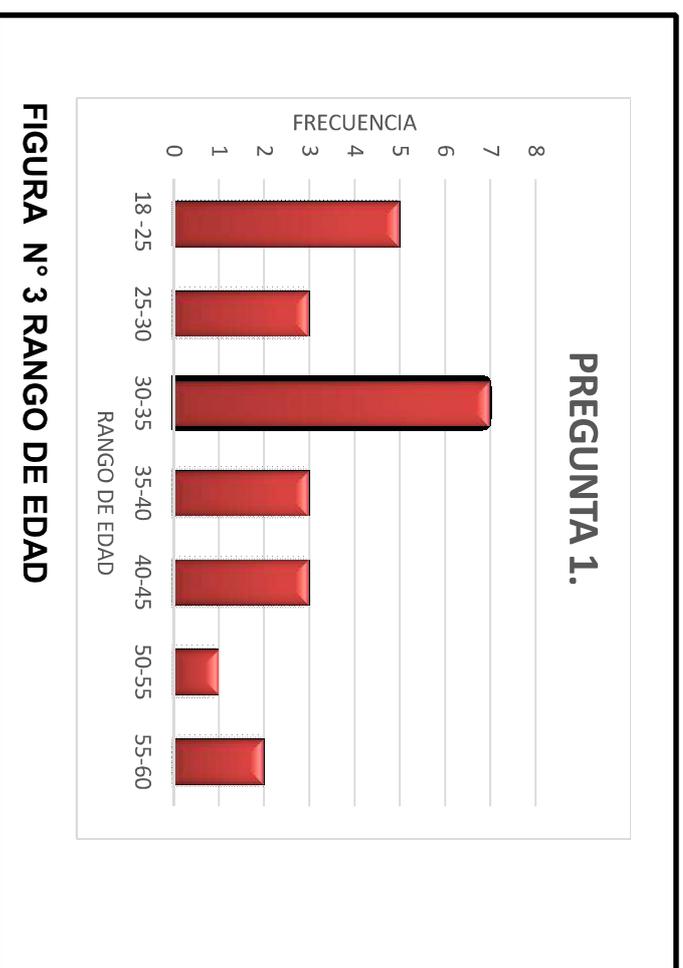
III. Califique en la escala del uno a diez, siendo 1 poco frecuente y 10 muy frecuente.

1. Con que frecuencia asiste usted a delis-pastelerías o cafeterías.
2. Con que frecuencia consume postres, dulces, panes y bebidas típicas.

3.7 Tabulación de encuestas

3.7.1 Pregunta N° 1:

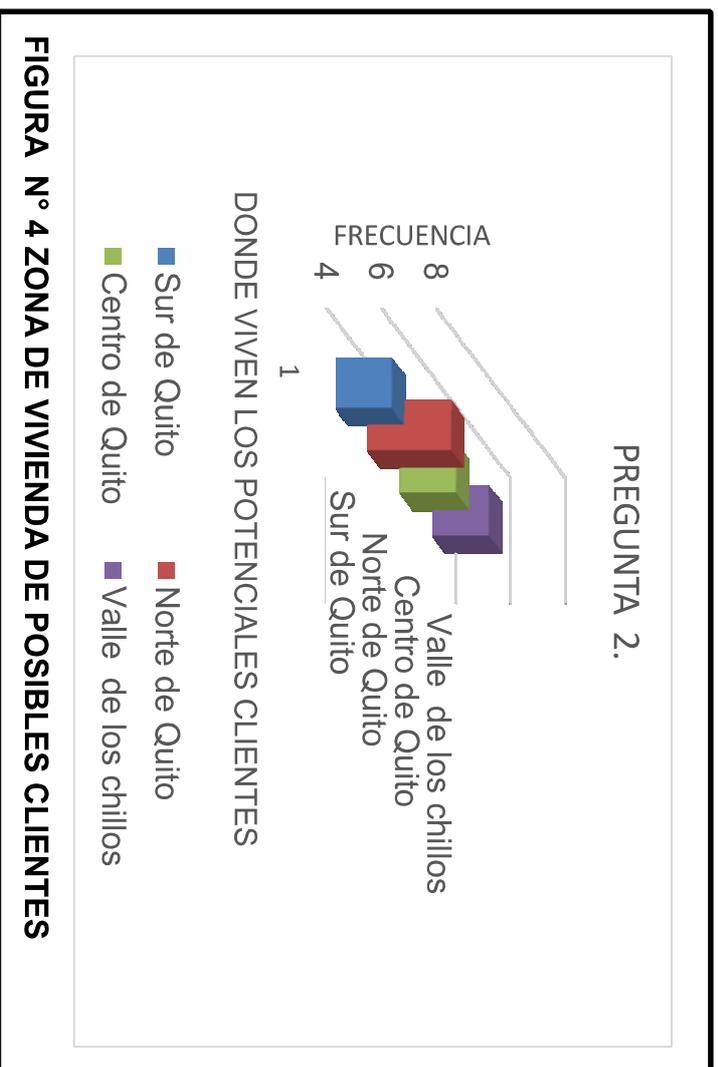
Edad del encuestado



En esta pregunta se logró encontrar que el mayor rango de edad de los encuestados pertenece al target preestablecido, que son aquellas personas que tienen entre 30-35 años de edad.

3.7.2 Pregunta N° 2:

Zona de vivienda



Las zonas analizadas fueron basadas en las cifras de vivienda de los imbabureños residentes en Quito proporcionado por el INEC.

3.7.3 Pregunta N° 3:

Edad del encuestado

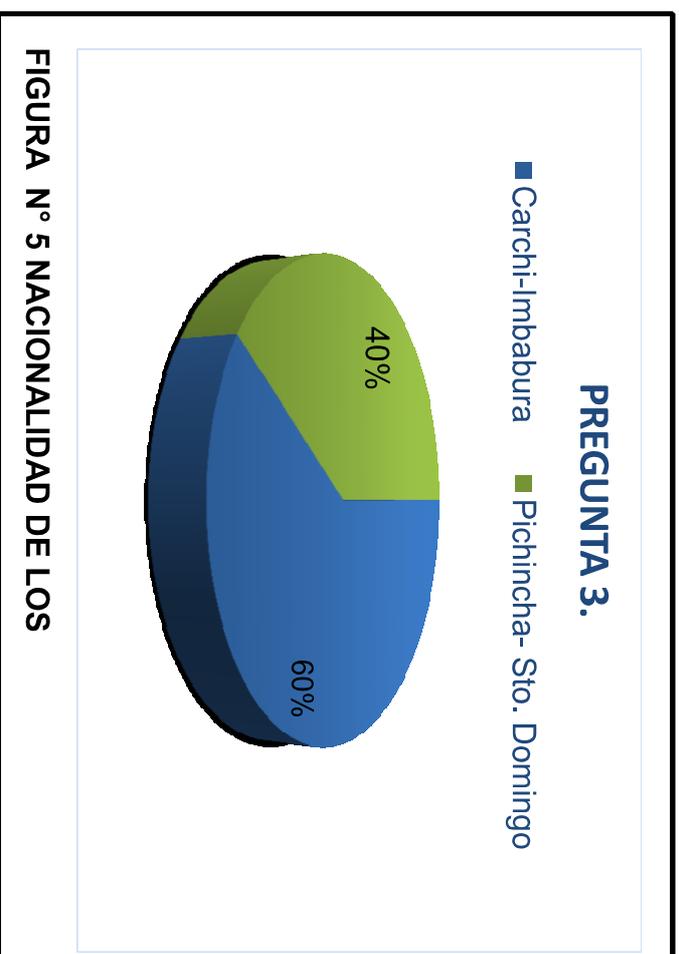
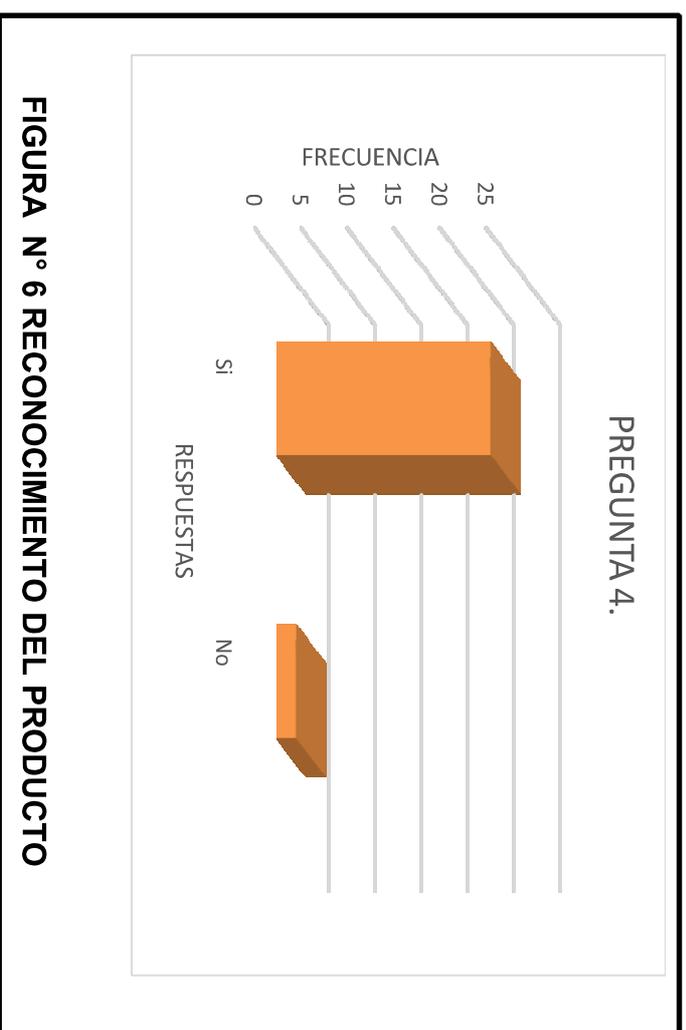


FIGURA N° 5 NACIONALIDAD DE LOS

Se puede apreciar que la mayoría de encuestados son imbabureños residentes en Quito, y pertenecen al tarquet que se quiere llegar.

3.7.4 Pregunta N° 4:

¿Conoce usted los tipos de postres, bebidas y panes típicos de Imbabura?



La pregunta fue realizada para verificar si el mercado objetivo conoce los productos a ofrecer, y como resultado se obtuvo que la mayoría de personas encuestadas conocen los productos seleccionados.

3.7.5 Pregunta N° 5:

¿En qué horario asiste usted a una Deli-pasterías o cafetería?

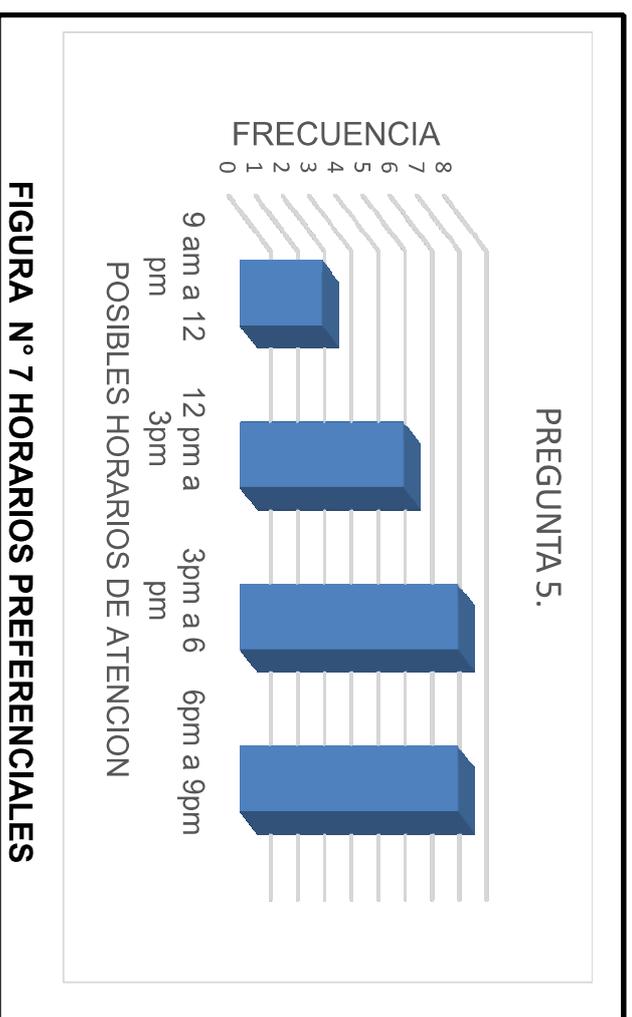
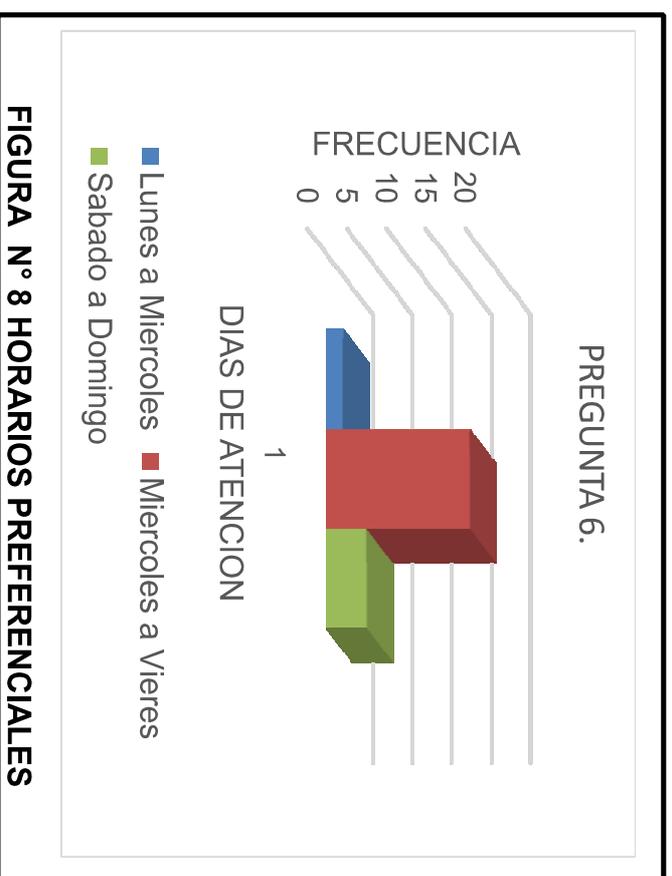


FIGURA N° 7 HORARIOS PREFERENCIALES

En esta pregunta tratamos de corroborar que nuestros horarios de atención son correctos y adecuados para el mercado objetivo, y se obtuvo como resultado que los encuestados prefieren el horario de 3 pm a 9pm, para el consumo de postres, cafés etc.

3.7.6 Pregunta N° 6:

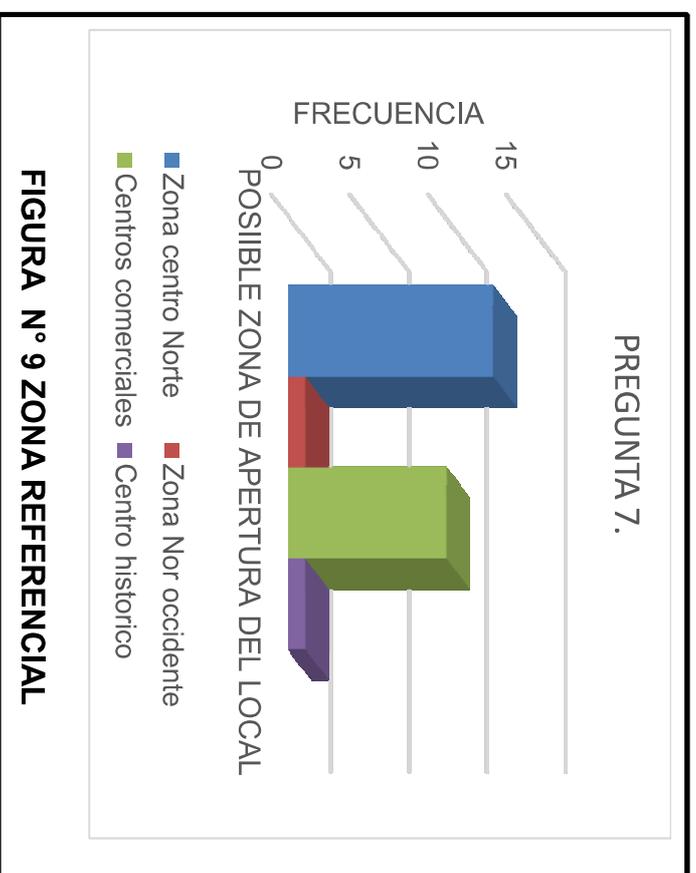
¿Qué días son los que usted normalmente planifica para ir a una Deli-pastelería o cafetería?



En esta pregunta se trata de investigar los horarios de atención que el mercado objetivo prefiere, y se obtuvo como resultado que las personas encuestadas prefieren asistir a Deli-pastelerías o cafeterías entre los días Miércoles a Viernes.

3.7.7 Pregunta N° 7:

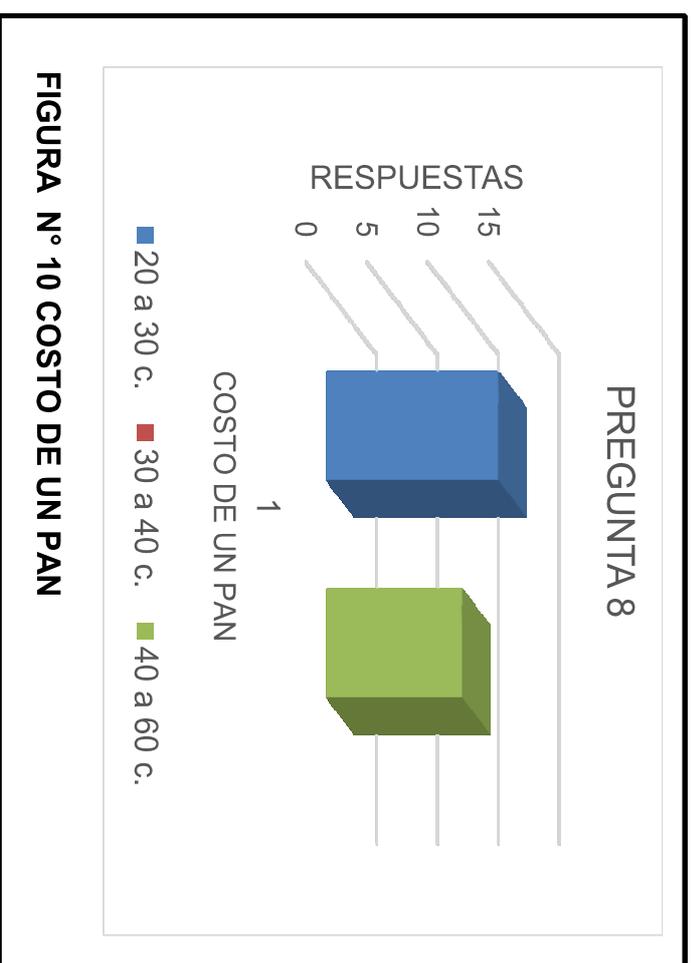
¿En qué lugar cree usted que sería más accesible la Deli-Pastelería?



Esta pregunta pretende calcular la preferencia que tienen los encuestados para la ubicación de la Deli – Pastelería. Las encuestas arrojaron como resultado que los encuestados prefieren que la Deli-pastelería este ubicada en la zona centro norte de Quito por mayor accesibilidad.

3.7.8 Pregunta N°8:

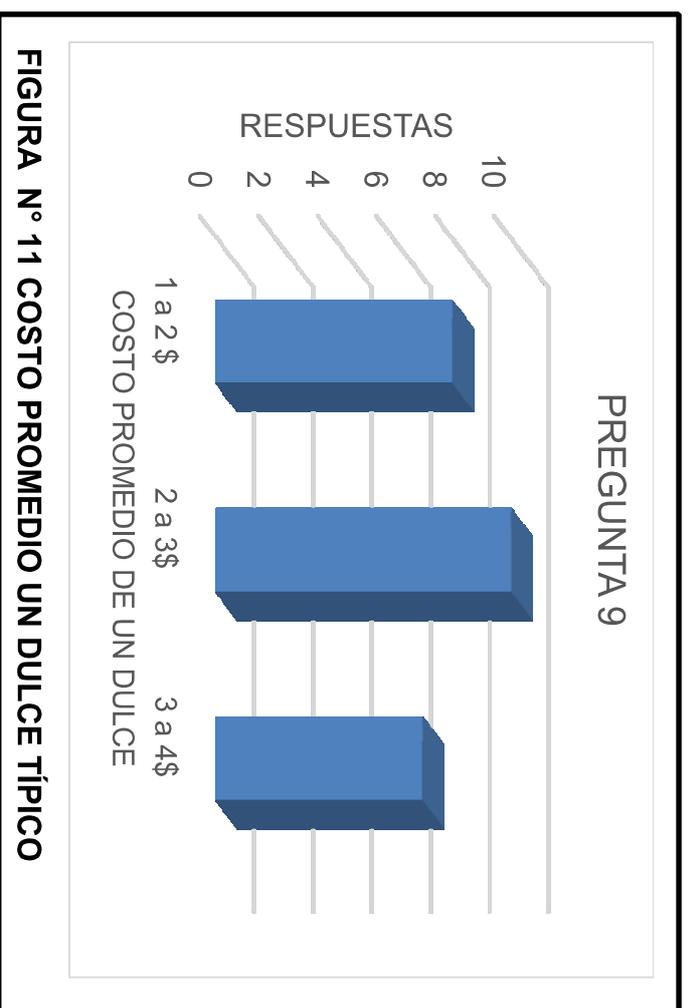
¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un pan tradicional?



En esta pregunta se puede apreciar la preferencia por el costo de un pan, un producto de la oferta del negocio, por los encuestados, que escogieron el rango de precio de 20 a 30 centavos de dólar.

3.7.9 Pregunta N° 9:

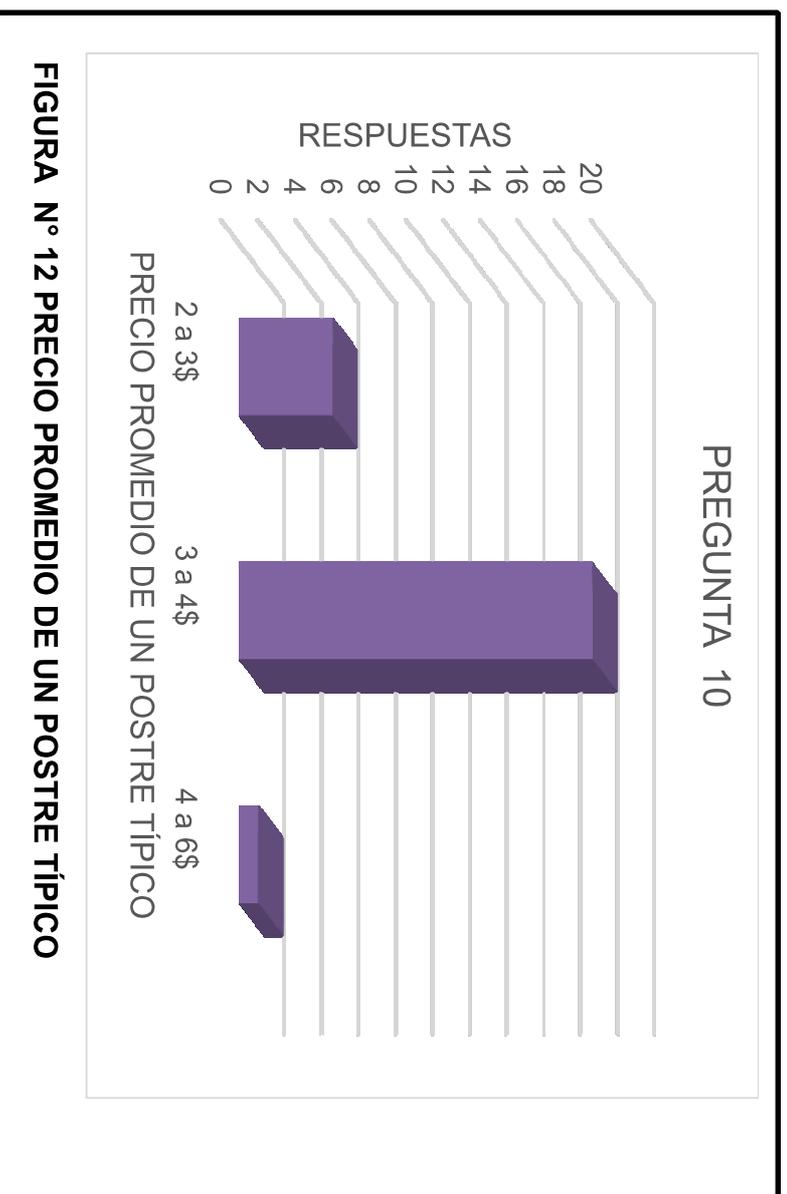
¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un dulce de fruta típico?



En esta pregunta se trata de recopilar información de cuál es el precio que el cliente está dispuesto a pagar por uno de los productos, los encuestados están dispuestos a pagar de 2 a 3 \$ por el producto presentado.

3.7.10 Pregunta N° 10

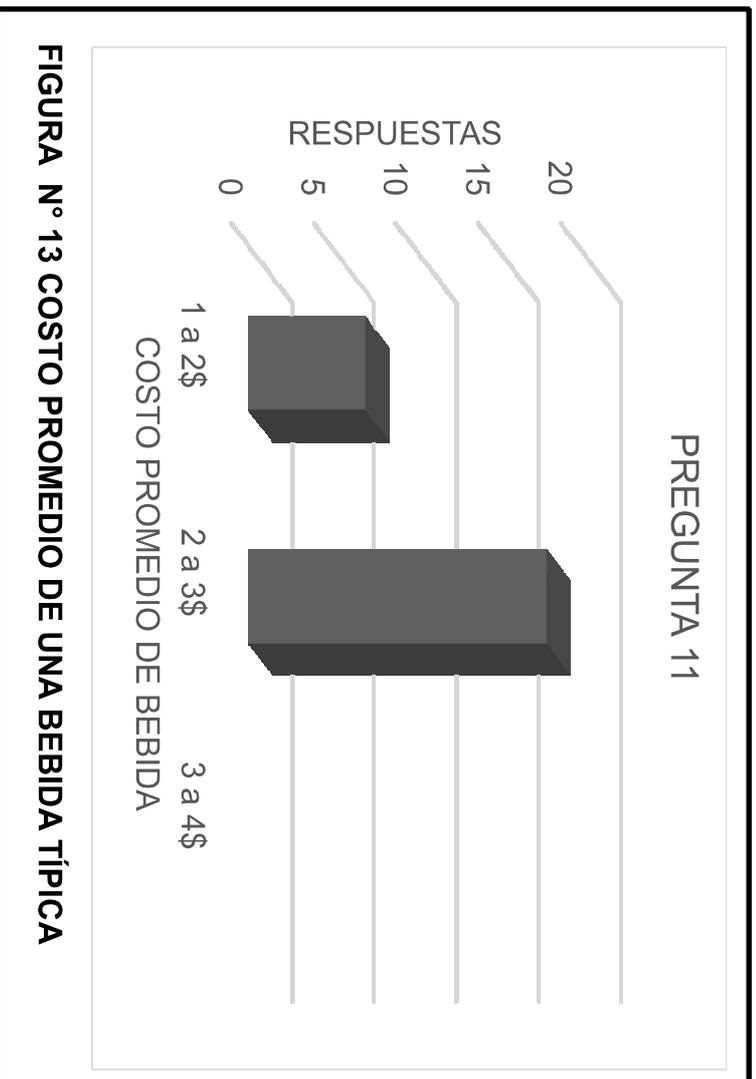
¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un postre típico de la provincia de Imbabura?



En esta pregunta se trata de evaluar cuál es el precio promedio que el cliente está dispuesto a pagar por un postre típico de Imbabura y como resultados se obtuvo que el mercado promedio está dispuesto a pagar de 3 a 4 \$ por un postre típico.

3.7.11 Pregunta N° 11

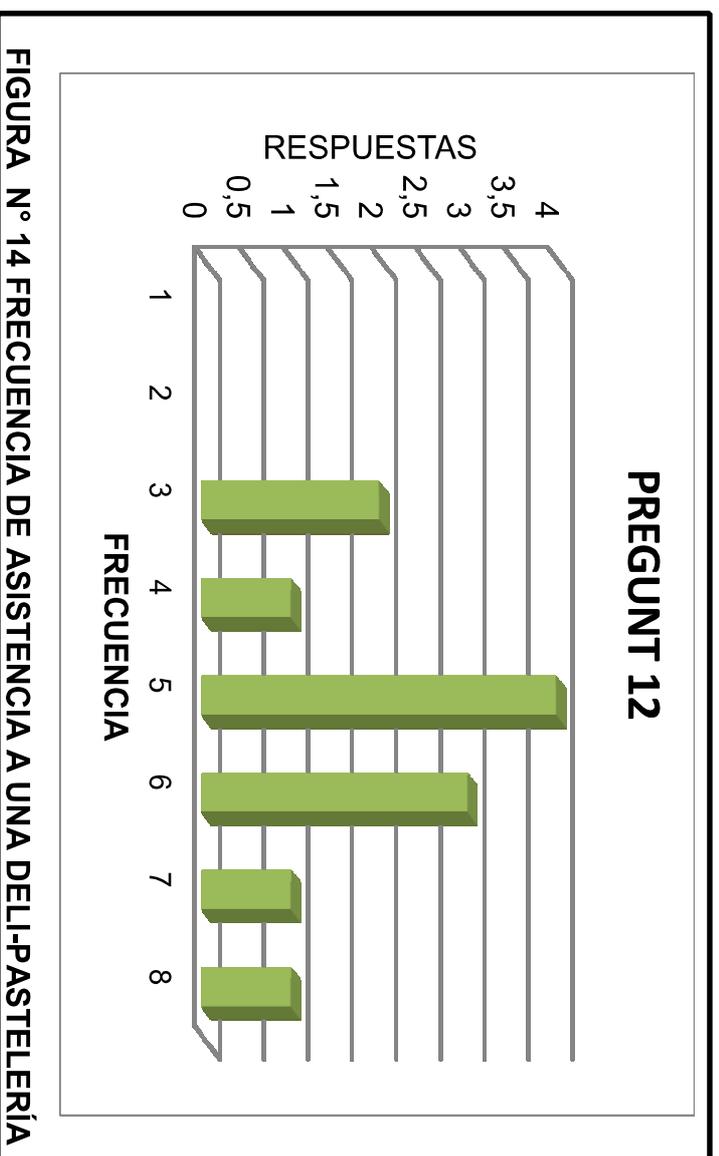
¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por una bebida típica de Imbabura?



En esta pregunta se quiere obtener el valor promedio que el cliente está dispuesto a pagar por una bebida típica de Imbabura, el cual es el valor de 2 a 3 \$.34.7.12 Pregunta N° 12

3.7.12 Pregunta N° 11

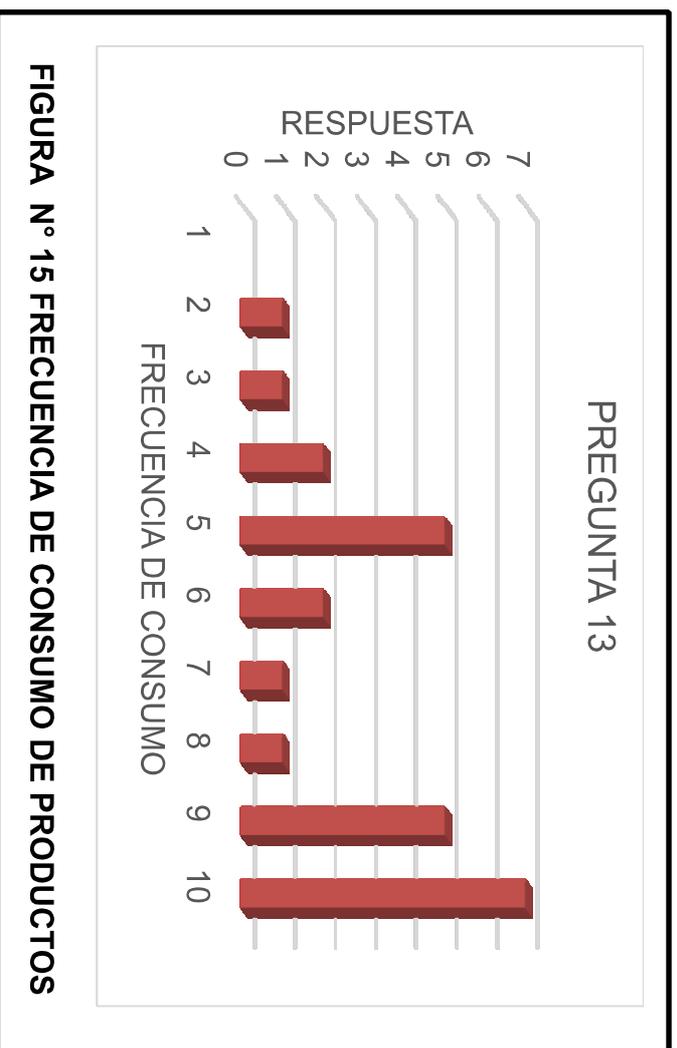
¿Con que frecuencia asiste usted a delis-pastererías o cafeterías?



En esta pregunta se quiere obtener la frecuencia con la que el mercado objetivo asiste Delis- pastelerías o cafeterías, y los resultados obtenidos fueron que los encuestados asisten con frecuencia a este tipo de establecimientos de alimentos y bebidas.

3.7.13 Pregunta N° 13

¿Con que frecuencia consume postres, dulces, panes y bebidas típicas?



En esta pregunta se quiere obtener la frecuencia con la que los posibles clientes consumen productos como lo que se ofrecerá dentro del establecimiento y se obtuvo como resultados que las personas encuestadas consumen con mucha frecuencia los productos que se ofertaran dentro del establecimiento.

3.8 Conclusiones de la encuesta

Después de realizar las encuestas los respectivos posibles clientes se obtiene la conclusión de que existe una gran demanda por parte del mercado objetivo, el lugar en donde se ubicara es el más accesible para los encuestados .

Un gran porcentaje de los posibles clientes conocen los productos que se va a ofrecer dentro de la Deli- Pastelería, lo que implica que dentro de la Ciudad de Quito es un producto nuevo pero muy conocido por el mercado objetivo.

El horario de atención escogido va acorde a las necesidades y preferencias de los posibles clientes, así como los días en que la Deli – Pastelería va a tener sus puertas abiertas al público, se concluyó que existe una mayor pre disponibilidad por parte de los clientes para asistir dentro de nuestro horario de atención, ya que es más factible para estos debido a que en su mayoría trabajan o estudian en sus últimos año de universidad.

En base a los censos realizados por el INEC las encuestas fueron distribuidas por 4 zonas de la ciudad de Quito, las cuales arrojaron como resultado que el lugar con mayor accesibilidad para los comensales, es la Zona centro norte de la ciudad de Quito, tanto por accesibilidad como por el target que se encuentra ubicado dentro de la zona mencionada.

Con relaciona los precios de los productos que se va a ofrecer dentro del establecimiento de alimentos y bebidas, se pudo concluir que en su mayoría los productos y sus precios están en el rango de posibilidades económicas del mercado objetivo

Finalmente tuvimos como resultado de la encuesta que la realización del proyecto no es erróneo ya que los clientes dentro y fuera de nuestro mercado objetivo consumen productos similares a los que se ofrecerá y asisten con gran frecuencia a instituciones alimentos y bebidas similares a la Deli – Pastelería De Miel y Panela”, por lo que es un negocio viable dentro de nuestra sociedad.

Capítulo IV

4 Plan de marketing

4.1 OBJETIVOS

- Llegar al segmento de mercado objetivo posicionando el negocio como una Deli-Pastelería temática con recetas y productos tradicionales de Imbabura.
- Dar a conocer la gastronomía de Imbabura en el área de repostería y panadería mediante el proyecto.

El objetivo de marketing se cumplirá debido a la publicidad por medio de BTL, radio, televisión y revistas, a esto se le añadirá un servicio adecuado para el target elegido. Influirá también la calidad del producto terminado y precios accesibles.

La manera en la que se va a cumplir el objetivo gastronómico es por medio de la calidad de cada producto que se va a servir, a través de las recetas endémicas recopiladas, y a través de la publicidad enfocada en realzar las fortalezas y virtudes de cada producto.

4.2 FODA

4.2.1 Fortalezas

- F1: Conocimiento de recetas ancestrales.
- F2: Brindar productos típicos con exclusividad.
- F3: Facilidad en obtención de ingredientes.

4.2.2 Oportunidades

- O1: Incursionar en un mercado con pocos ofertantes de los productos típicos imbaburños.
- O2: La política de gobierno enfocada en realzar nuestros productos.

4.2.3 Debilidades

- D1: Capital limitado.
- D2: Recetas empíricas.
- D3: Demanda existente.

4.2.4 Amenaza

- A1: Existencia de otros ofertantes de productos similares.
- A2: Posicionamiento de ofertantes actuales.
- A3: Pocos productos sustitutos.
- A4: Políticas municipales

4.3 Marketing mix

4.3.1 Producto

El producto a ofrecer es una Deli-Pastelería temática con panes, postres y bebidas, donde predominen los productos y las recetas típicas de las provincias de Imbabura.

Al no ser un producto de primera necesidad sino netamente de consumo y prácticamente exclusivo debido a que son productos, platos con recetas endémicas tienen una gran categorización.

Las características principales con las que cuenta el producto son: calidad en sus insumos, higiene en su preparación, sabores exclusivos y un servicio de alta calidad, capacitando al personal de servicio para que brinde el apoyo necesario y requerido por el comensal.

Los productos a ofrecer son:

- Panes: Se tiene una variedad de 4 diferentes tipos de panes, Pan de maíz, quesadilla de Imbabura, panuchas, pan mestizo y muyuelo. Todos estos panes

están realizados con insumos de alta calidad, cada uno tiene un sabor único y excepcional.

- Dulces de fruta: Los dulces son realizados con frutas y tubérculos naturales, con productos de primera calidad, se tiene una gran variedad, la mayoría son dulces con frutas y tubérculos típicos de la zona de Imbabura. Los dulces son: zambo, remolacha y naranjilla, nispero arrope de mora y arrope de uvilla. La diferencia entre los dulces y el arrope es que el dulce tiene pedazos de fruta y el arrope no tiene pedazos de fruta sino pulpa.
- Postres: Los postres son típicos de la provincia de Imbabura, realizados de manera ancestral con recetas únicas, se ofrece una gran variedad realizados con diferentes tipos de insumos pero siempre de gran calidad. Los postres a ofrecer son: Mojicones (dulce realizado con masa de rosquete bañados en panela), buñuelos, vicundos, bizcochuelo realizado con almidón de papa y las tradicionales nogadas.
- Bebidas típicas: Dentro del menú tenemos 2 bebidas típicas de la Provincia de Imbabura como son la chicha de arroz y el champus, hecho con mote, estas dos bebidas tienen un proceso largo de preparación por lo que son exclusivas con un sabor único.
- Helados de paila: Los helados de paila son helados realizados en Imbabura, son preparados con jugos de frutas naturales, Los sabores a ofrecer son: ovo, mora, chocolate, naranjilla, frutilla, leche, vainilla, maracuyá, chirimoya y tamarindo.
- Cafés: Los cafés que se ofrece dentro de este establecimiento de alimentos y bebidas son cafés tradicionales apetecidos por nuestra sociedad. Los cafés son: Mocaccino, capuccino, late, americano y expresso.

Se puede apreciar que la Deli – Pastelería posee una gran variedad de productos únicos y exclusivos, que pertenecen a la memoria del mercado objetivo.

4.3.2 Precio

El precio de cada uno de los productos se basó en costos de materia prima, gastos directos de producción, mano de obra más el 33% de ganancia, el cual cubre todos los gastos fijos y variables. De acuerdo a las encuestas realizadas los precios están dentro de las posibilidades económicas del target objetivo. Los precios también obtienen una utilidad que cubre la tasa activa.

PRODUCTO	PRECIO
PANES	
Pan de maíz	0,60 \$
Quesadilla de Imbabura	0,35 \$
Panuchas	0,35 \$
Muyuelo	0,20 \$
Pan mestizo	0,90 \$
DULCES	
Dulce de zambo	0,95 \$
Dulce de remolacha y naranjilla	0,80 \$
Dulce de nísperos	1,20 \$
Arrope de mora	1,05 \$
Arrope de uvilla	1,20 \$
POSTRES	
Mojicones	0,80 \$
Buñuelos	0,80 \$
Vicundos	1,80 \$
Bizcochuelo	1,00 \$
Nogada	1,10 \$
HELADOS	
Ovo	1,70 \$
Mora	0,90 \$
Chocolate	0,75 \$
Naranjilla	1,00

Frutilla	0,67 \$
Leche	0,70 \$
Vainilla	0,90 \$
Maracuyá	1,10 \$
Tamarindo	1,05 \$
Chirimoya	1,15 \$
BEBIDAS TÍPICAS	
Chicha de arroz	0,80 \$
Champus	1,80 \$
CAFÉS	
Espresso	0,70 \$
Americano	0,90 \$
Mocaccino	1,00 \$
Capuccino	0,90 \$
Late	0,60 \$

4.3.3 Plaza

El lugar de producción está ubicado en la zona centro norte. Debido a los resultados obtenidos en las encuestas esta zona es preferencial para los posibles clientes así como también la zona está dentro del target económico al que se dirige el proyecto.

Las características del cliente son: de clase media- media alta, enfocado más a mujeres jóvenes, la edad promedio de los clientes es de 35 a 50 años, imbabureños residentes en Quito, con una próxima expansión.

4.3.4 Promoción

La manera en la que se va a promocionar estos productos es por medio de cuñas publicitarias en radio, usando BTL, televisión, revistas, redes sociales, y una página web, a esto se le añadirá un servicio adecuado para el target elegido. Influirá también la calidad del producto terminado y precios

accesibles, también se realizara una serie de degustaciones para dar a conocer el producto al posible consumidor.

4.4 Canales de distribución

Según Kotler un canal de distribución o un canal de marketing es cuando un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio disponible para su uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial, existen dos tipos de canales, Directo e indirecto. El directo no tiene niveles de intermediarios la compañía vende de manera directa a los consumidores: el indirecto contiene uno o más niveles de intermediarios generalmente minoristas. (Kotler. F. 2009, p 295-295)

El canal de distribución q se va a utilizar es de marketing directo para llegar a los diferentes clientes, sin usar intermediarios minoristas, debido a que la producción que se realiza dentro del establecimiento es en cantidades pequeñas y se quiere obtener un contacto directo con el cliente para supervisar la calidad tanto del producto como del servicio a la vez de que no se tercerisa ninguno de los productos terminados.

4.5 Posicionamiento

Según Kotler el posicionamiento de la marca se define como la acción de diseñar la oferta y la imagen de la empresa de modo que estas ocupen un lugar distintivo en la mente de los consumidores del mercado meta. Un posicionamiento de marca adecuado sirve de directriz para la estrategia de marketing, puesto que transmite la esencia de la marca, aclara que beneficios obtienen los consumidores con el producto o servicio y expresa el modo exclusivo que estos son generados. (Kotler. F. 2009, p 276)

El tipo de posicionamiento es especialista debido a que el segmento de mercado al que se dirige el proyecto es pequeño y además posee productos prácticamente únicos y no son producidos en otros establecimientos de la misma manera o con los mismos sabores.

4.6 Calidad total

El control de calidad dentro de la institución, es muy estricto, se basa en las normas HACCP, en la correcta manipulación de alimentos y respetando las normas de calidad.

Se basa también bajo las normas ISO2200, estas normas garantizan la inocuidad de los alimentos y procesos de preproducción y producción, controlando las correctas prácticas de manufactura.

Para poder cumplir con dichas normas dentro de la empresa se manejarán correctamente las Buenas Prácticas de Manufactura, manejo de planta, contratar personal capacitado, infraestructura y adecuaciones basadas en los requisitos de las mismas.

4.7 Imagen de la empresa

4.7.1 Branding

Para establecer el concepto de branding o marca del negocio que se requiere poner en marcha con el presente proyecto se han considerado factores como:

- Transparencia para lo cual, una vez establecida la población objetivo, se diseñó un que da a conocer el giro de negocio.
- Sencillez el diseño tiene suficientes elementos para ser atractivo y poder quedarse en la mente del cliente
- Flexibilidad, el mismo diseño podrá ser aplicado en diferentes productos.

De esta manera, se tiene establecido que tanto la decoración del local como los pedidos para llevar y objetos que se entrega al cliente tendrá la marca y el logotipo del negocio con la finalidad de posicionarlo en la mente del cliente.

4.7.2 Relaciones Públicas

Con la finalidad de dar a conocer la apertura del negocio, se realizará una degustación a manera de pre inauguración invitando a personas del medio gastronómico con la finalidad de recibir sugerencias y crear un precedente en los conocedores respecto a los sabores y texturas que se ofrecerán con un carácter de exclusividad.

Se realizará un evento de apertura a través de invitaciones y también con atención al público que se interese por ingresar al local ofreciéndole degustaciones por la compra de cualquier producto con la finalidad de que prueben varios de los productos ofertados.

4.7.3 Tarjetas de presentación



4.7.4 Características de servicio

El servicio que se brindara al consumidor, es un servicio de calidad especializado, debido a que el personal de servicio esta previamente capacitado para complacer las necesidades del cliente dentro del establecimiento y rigiéndose a las políticas de la empresa, así también como la entrega de productos de calidad al cliente.

4.7.5 Publicidad

La publicidad estará enfocada en promocionar los productos por medio de cuñas publicitarias en radio, usando BTL, televisión, revistas, redes sociales, y una página web

Capítulo V

5 Plan de Aspectos Técnicos y Organizacionales

5.1 Zonificación

5.1.1 Ubicación geográfica

El local de la empresa **De Miel y Panela**, estará ubicado en la zona de la Calle Portugal entre la Avenida 6 de Diciembre y Avenida de Los Shyris

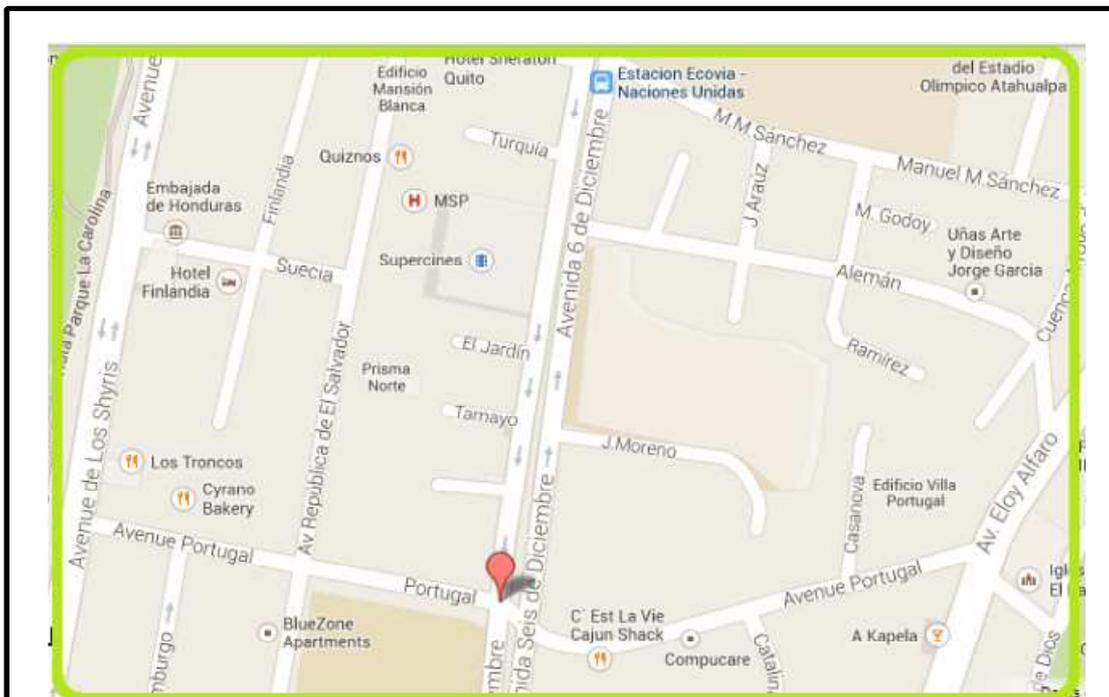


FIGURA N° 17 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Tomado de: (Google maps. 2013. Maps)

5.1.2 Diseño arquitectónico

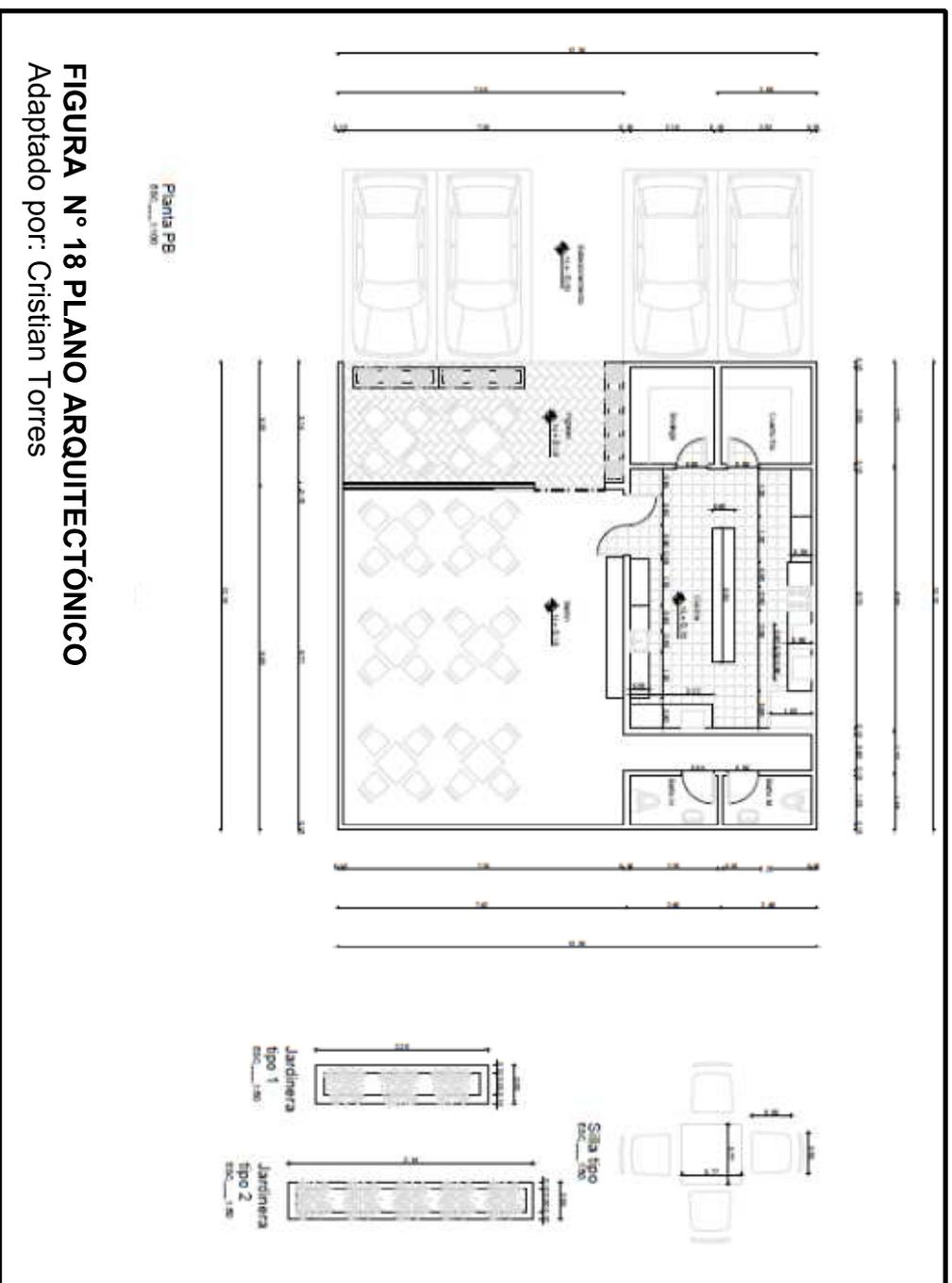


FIGURA N° 18 PLANO ARQUITECTÓNICO
Adaptado por: Cristian Torres

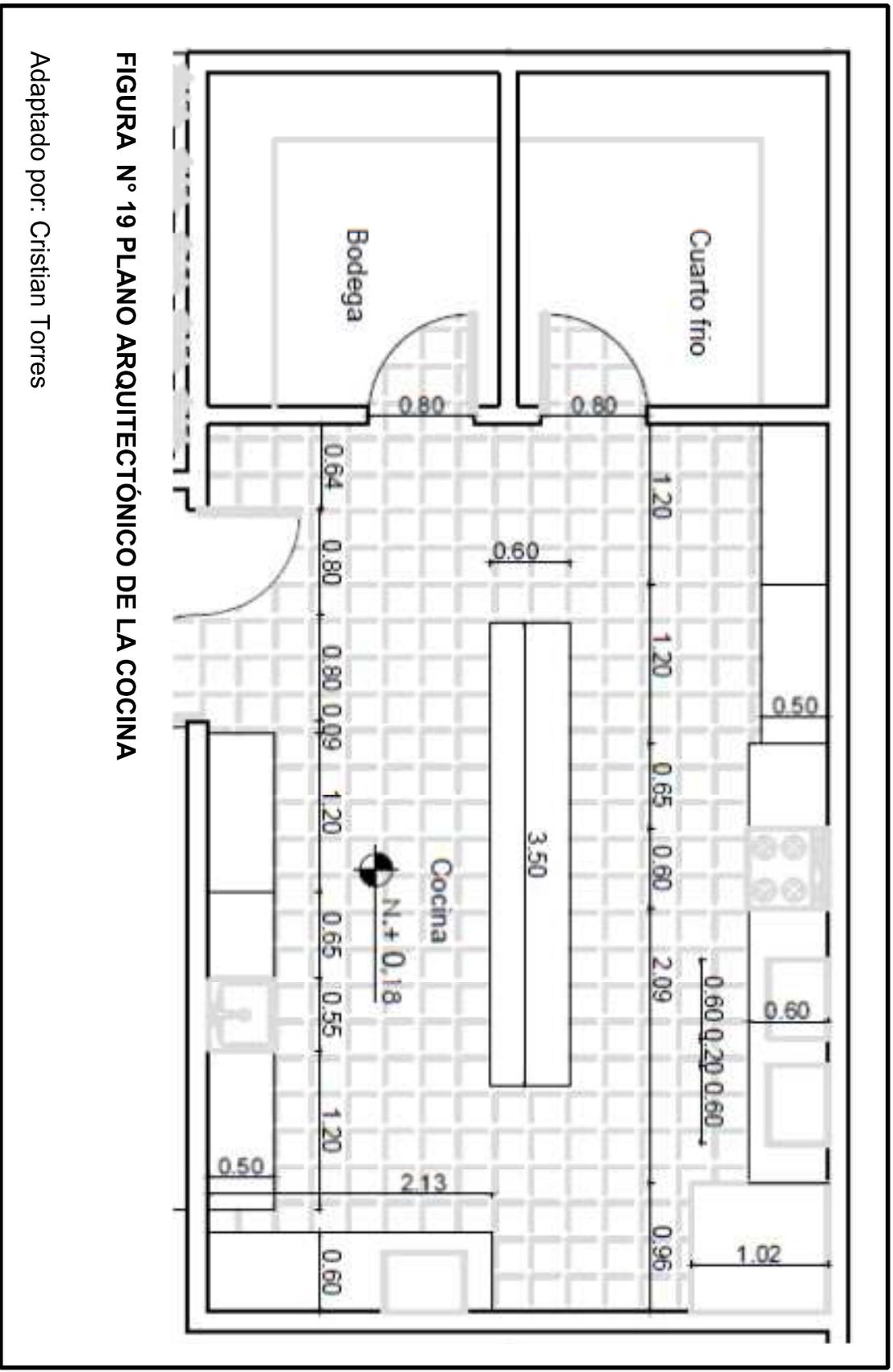


FIGURA N° 19 PLANO ARQUITECTÓNICO DE LA COCINA

Adaptado por: Cristian Torres

5.2 Tamaño de la empresa

DE MIEL Y PANELA es una micro empresa de producción de alimentos y bebidas típicas de Imbabura, con una capacidad para 34 personas dentro del establecimiento aunque también se realizan pedido para llevar o delivery.

El establecimiento tiene a 7 personas trabajando en sus distintas áreas.

La capacidad mensual del establecimiento es:

TABLA N° 2 PRODUCCIÓN MENSUAL

Producción mensual	
Plato	Producción en unidades
Panes	2.200,00
Dulces	550,00
Postres	1.100,00
Helados	2.200,00
Bebidas típicas	440,00
Cafés	1.100,00
Total	7.590,00

5.3 Distribución de la empresa

1. Gerente:
 - 1) Evaluar constantemente las áreas existentes
 - 2) Dar directrices y lineamientos en las áreas administrativas y comerciales
 - 3) Generar oportunidades de negocio y alianzas estratégicas
 - 4) Realizar manuales operacionales
 - 5) Organizar la brigada de cocina
 - 6) Capacitar al persona

2. Contador: Medio tiempo
 - 1) Realizar registros contables
 - 2) Declaraciones de impuestos
 - 3) Roles de pago
 - 4) Diarios, mayores y balances
 - 5) Análisis de cuentas
 - 6) Pago planillas del seguro
 - 7) Pagos
3. Abogado: tercerizado
 - 1) Constitución de una empresa
4. Jefe de servicio:
 - 1) Organización del salón
 - 2) Control del personal
 - 3) Encargado de caja
5. Jefe de bodega/compras
 - 1) Revisión de requisiciones
 - 2) Control de inventario
 - 3) Control de proveedores
 - 4) Control de calidad de los productos
6. Pastelero
 - 1) Control de requisición de las recetas
 - 2) Control de calidad de productos
 - 3) Realizar los productos de acuerdo a la receta
 - 4) Revisar requisiciones
7. Panadero
 - 1) Control de requisición de las recetas
 - 2) Control de calidad de productos

- 3) Realizar los productos de acuerdo a la recetas
- 4) Revisar requisiciones

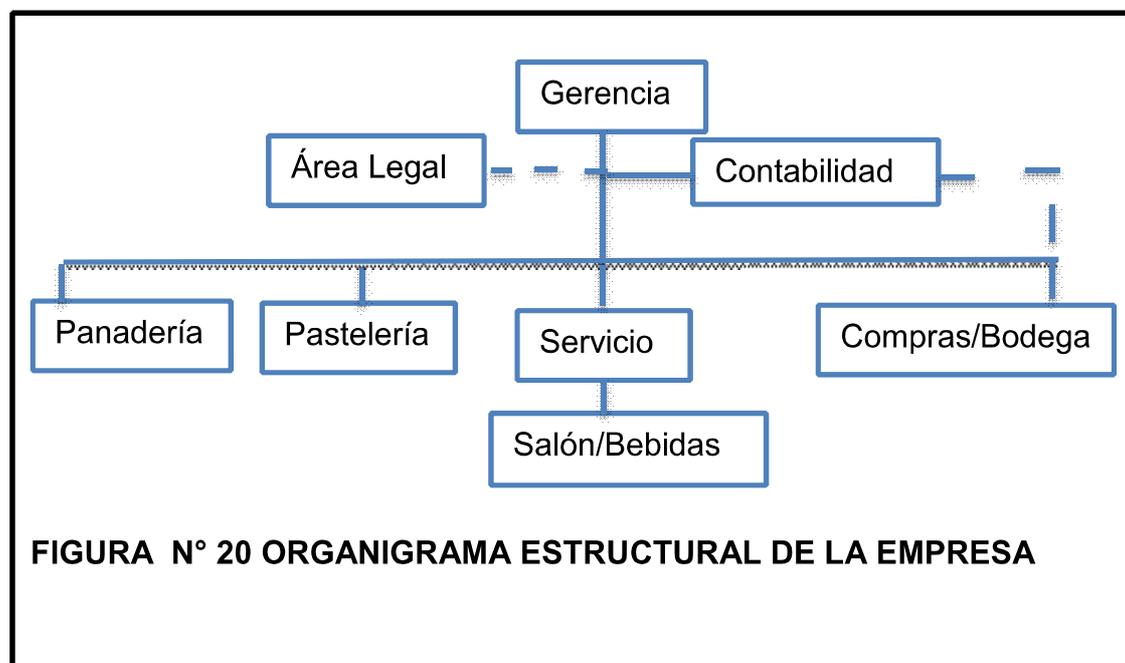
8. Meseros/bebidas

- 1) Atención al cliente
- 2) Organización del salón
- 3) Cobros a los clientes
- 4) Realizar cafés-bebidas no típicas
- 5) Realizar cafés
- 6) Realizar bebidas típicas

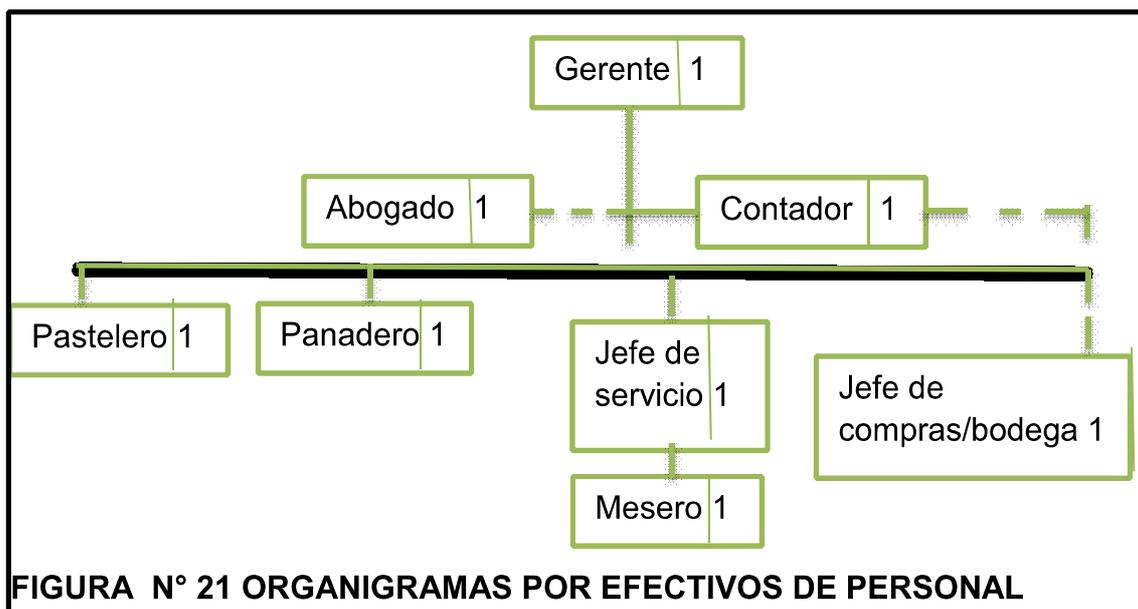
5.5 Organigramas de la empresa

Cuadro que expresa gráficamente la organización de una entidad determinada.
(Oceano Uno, 1991)

5.5.1 Organigrama Estructural



5.5.2 Organigrama por Efectivos de Puestos de Trabajo



5.5.3 Tabla salarial

TABLA N° 3 TABLA SECTORIAL SALARIAL

Tabla de sueldos		
Puesto	Cantidad	Sueldo
Gerente	1	344,08
Contador	1	179,11
Comprador	1	341,7
Panadero	1	342,62
Pastelero	1	342,62
Jefe de servicio	1	342,04
Salonero	1	341,76
Total		1889,85

TABLA N° 4 TABLA DÉCIMOS

Tabla de sueldos y decimos				
Puesto	Cantidad	Sueldo	Decimo 3ro	Decimo 4to
Gerente	1	344,08	28,67	28,67
Contador	1	179,11	14,93	14,93
Comprador	1	341,7	28,48	28,48
Panadero	1	342,62	28,55	28,55
Pastelero	1	342,62	28,55	28,55
Jefe de servicio	1	342,04	28,50	28,50
Salonero	1	341,76	28,48	28,48
Total		1889,85	157,49	157,49

Tomado de: (IESS. 2014. Código sectorial)

TABLA N° 5 TABLA DE APORTACIONES

Afilaciones			
Puesto de trabajo	Sueldo	Aportación Patronal	Aportación Personal
Gerente	344,08	39,05	32,17
Contador	179,11	20,33	16,75
Comprador	341,7	38,78	31,95
Panadero	342,62	38,89	32,03
Pastelero	342,62	38,89	32,03
Jefe de servicio	342,04	38,82	31,98
Salonero	341,76	38,79	31,95
Total		253,55	208,87

5.5.4 Cuadro de presupuestos de uniformes

TABLA N° 6 TABLA DE PRESUPUESTO PARA UNIFORMES

Puesto de trabajo	Número de personas	Cotización 1		Cotización 2	
		V. U.	V.T.	V.U.	V.T.
Jefe de cocina	1	64	64	30,24	30,24
Panadero	1	64	64	30,24	30,24
Pastelero	1	64	64	30,24	30,24
Jefe de servicio	1	23	23	21,54	21,54
Mesero	2	46	46	21,54	40,08
Total			261		152,34

5.5.5 Descripción de uniformes

5.5.5.1 Uniformes de Cocina

El uniforme de cocina estará conformado por zapatos antideslizantes, pantalón anti inflamable, chaqueta de cocina, delantal de cintura, malla para cabello y un gorro champiñón. Este uniforme será utilizado tanto por mujeres como por hombres.

5.5.5.2 Uniformes de Servicio

El uniforme de servicio está conformado por los siguientes ítems:

- Mujeres: Zapatos de muñeca cafés, pantalón de tela café, blusa con los colores del logotipo y delantal de pechera café.
- Hombres: Zapatos de terno pantalón café, blusa con los colores de la empresa y logotipo, delantal café.

5.6 Descripción de horarios

Se trabajara 22 días al mes debido a que las personas consumes más dulces por la tarde y la cultura ecuatoriana especialmente la quiteña de acurdo a la

5.7 Propuesta Gastronómica

5.7.1 Carta

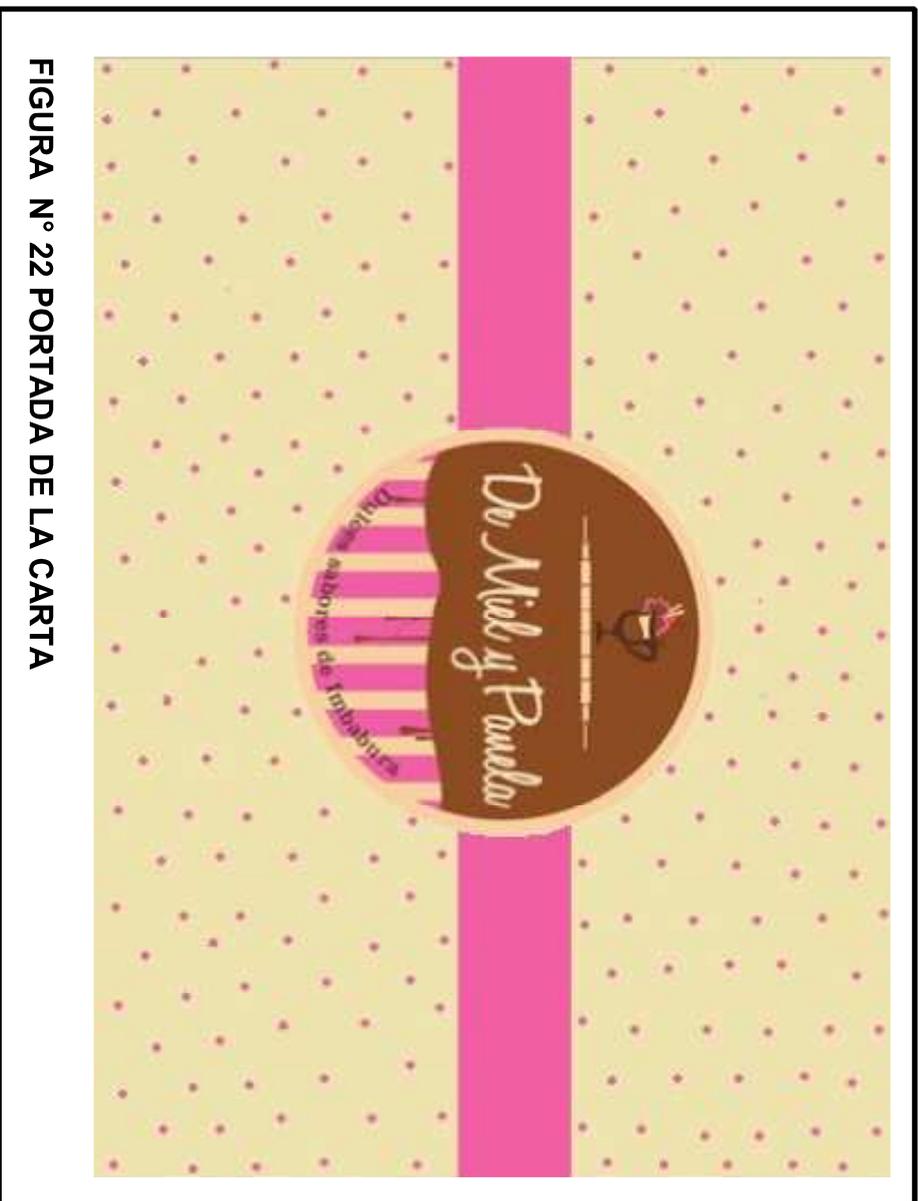


FIGURA N° 22 PORTADA DE LA CARTA

Carta

<p>Panes: </p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Pan de maiz 0,60 \$ ☉ Quesadilla de Imbabura 0,35 \$ ☉ Panuchas (relleno de mejido) 0,35 \$ ☉ Muyuelo 0,20 \$ ☉ Pan mestizo 0,90 \$ 		<p>Pastries: </p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Mojicones 0,80 \$ ☉ Buñuelos (con mango y miel) 0,80 \$ ☉ Vicundos 1,80 \$ ☉ (envuelto de harina de mote) 1,80 \$ ☉ Bizcochuelo 1,00 \$ ☉ (un arrituun ue papa) 1,10 \$ ☉ Nogada 1,10 \$ 		<p>Bebidas típicas: </p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Maracuyá 1,10 \$ ☉ Tamarindo 1,05 \$ ☉ Chirimoya 1,15 \$ 	
<p>Suces: </p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Dulce de zambo 0,95 \$ ☉ Dulce de remolacha y naranjilla 0,80 \$ ☉ Dulce de nisperos 1,20 \$ ☉ Arrope de mora 1,05 \$ ☉ Arrope de uvilla 1,20 \$ 		<p>Helados de paila: </p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Ovo 1,70 \$ ☉ Mora 0,90 \$ ☉ Chocolate 0,75 \$ ☉ NaranjaJilla 1,00 \$ ☉ Frutilla 0,67 \$ ☉ Leche 0,70 \$ ☉ Vainilla 0,90 \$ 		<p>Cafés: </p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Espresso 0,70 \$ ☉ Americano 0,90 \$ ☉ Moccacino 1,00 \$ ☉ Capuccino 0,90 \$ ☉ Late 0,60 \$ 	

Los precios incluyen IVA

FIGURA N° 23 PARTE POSTERIOR DE LA CARTA

Capítulo VI

6 Plan Legal

6.1 Tipo de Compañía

Empresa unipersonal con RUC como persona natural.

Según el Servicio de Rentas Internas de Ecuador, debido a que la empresa es unipersonal, está dentro del sector privado, dado a que en la empresa se transforma materia prima en producto terminado pertenecerá al sector artesanal, específicamente a la pequeña industria dado el tamaño del proyecto. (SRI. 2013. RUC)

6.1.1 Obligaciones de la empresa.

Según el Servicio de Rentas Internas de Ecuador al ser una persona natural tiene las siguientes obligaciones.

- Presentar declaración mensual de IVA
- Presentar declaraciones anual de Impuesto a la renta
- Anexo de la relación de dependencia anual:
 - 1) Gastos personales
 - 2) Gastos empresariales
- Reliquidaciones anuales de cada trabajador con su respectivo anexo de gastos personales.

Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC.

NOVENO DÍGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

FIGURA N° 24 CUADRO DE PLAZO DE DECLARACIONES

Tomado de: (SRI. 2010. RUC)

6.2 Permisos de funcionamiento

6.2.1 Tipos de permisos

1. Certificación del IEPI
2. Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) o Patente Municipal
3. Ministerio de Turismo
4. Intendencia de Policía - Permisos Anuales de Funcionamiento (PAF)
5. Ministerio de Salud Pública – Permiso de funcionamiento del MSP
6. Bomberos Permiso de ocupación

6.3 Políticas de la empresa

6.3.1 Política de Apertura del local

- El local deberá ser abierto por el gerente general o el Jefe de cocina.
- El local será abierto a las 13:00 horas para realizar mise en place, y producción de bebidas típicas, pan y postres.
- El local se abrirá al público a las 15:00 horas

6.3.2 Política de Cierre del local

- El local deberá cerrar al público a las 22:00 horas
- Para poder ingresar la salida el personal de cocina deberá dejar la comida empacada y si es necesario refrigerada, así como el área de cocina totalmente limpio.
- El personal de servicio deberá dejar toda el área de salón completamente limpio y cerrar caja.
- El gerente general deberá revisar que el cierre de caja cuadre, que todas las áreas estén limpias y ordenadas previamente al cierre del local

6.3.3 Política de uso de teléfono

- El personal deberá dejar el teléfono celular al empezar su turno de trabajo.
- Se utilizara el teléfono convencional para uso personal únicamente en situaciones de estricta emergencia.

6.3.4 Política de uso de uniforme

- El personal debe asistir todos los días con el uniforme completo,
- No se deberá añadir ningún elemento al uniforme.

- El personal deberá cambiarse en el baño de persona

6.3.5 Política de anticipos

- Se dará un anticipo de máximo el 50 % del sueldo
- El anticipo deberá ser pedido por escrito
- Al entregarse el anticipo el empleado deberá firmar un documento de recepción.

6.3.6 Política de compras

- El pedido de compras serán realizadas una vez al mes en los alimentos que no son perecederos
- En el caso de los alimentos perecibles se realizara el pedido cada semana
- Cada estación de trabajo realizara una lista que será entregada al encargado de bodega y compras.
- Antes de realizar los pedidos y las compras la lista debe ser aprobada por el gerente general

6.3.7 Política de atención al cliente

- El cliente deberá ser recibido por el Jefe de servicio o el mesero
- Deberá ofrecer la carta y explicar los productos estrella
- En caso de cortesías se deberá comunicar primero al jefe de servicio o al gerente para la autorización de la misma.

6.3.8 Política de reclamos

- En caso de que el cliente tenga reclamos, deberá dirigirse con el jefe de servicios o el gerente general.

-El cliente deberá obtener una disculpa y si es necesario recompensar la ofensa.

6.3.9 Política de vacaciones

- Los empleados tendrán derecho a vacaciones a partir de los seis meses y calculando los días proporcionales al periodo trabajados
- Las vacaciones serán calculadas basándose en los derechos de los trabajadores, de acuerdo a los días trabajados.

6.3.10 Política de recepción de mercadería

- La mercadería será recibida únicamente en el horario de 13:00 horas a 15:00 horas de martes a viernes
- La mercadería será recepta basada en las normas HACCP, respetando temperaturas de recepción, almacenaje de transportación.

6.3.11 Política de higiene personal

- El personal deberá bañarse todo los días
- Deberá tener el cabello limpio todos los días
- Deberá tener el cabello recogido
- El personal de cocina deberá tener las uñas limpias y cortas
- El personal femenino no deberá tener uñas pintadas
- El personal tanto masculino como femenino deberá llevar ropa limpia siempre
- El personal masculino deberá rasurarse cada 2 días
- Llevar patillas cortadas

- No se permite varaba ni bigote en el personal masculino

6.3.12 Política de manipulación de alimentos

- El personal deberá lavarse las manos antes de manipular cada alimento para evitar contaminación cruzada, química o biológica.
- El personal deberá sonetizar el área de trabajo.
- Se deberá llevar el cabello recogido dentro de la malla.
- Respetar el color de tablas para cada género.

TABLA N° 9 USO DE TABLAS DE PICAR

Tablas de picar	
Color de tabla	Producto
Roja	Carne roja
Azul	Pescado y mariscos
Amarilla	Aves
Verde	Frutas y vegetales
Café	Productos cocinados
Blanca	Lácteos

- En caso de cortes se usara un guante que cubra totalmente el área lastimada.
- Actualizar siempre el carnet de salud.
- En caso de gripe usar cubre boca.

6.3.13 Política de almacenamiento de alimentos

- Organizar el refrigerador de forma adecuada.

TABLA N° 10 ORGANIZACIÓN DEL REFRIGERADOR

Organización del refrigerador	
Pisos del refrigerados	Productos
Cuarto piso	Productos terminados
Tercer piso	Lácteos y huevos
Segundo piso	Carne y pescado
Primer piso	Aves
Parte inferior/ cajones	Vegetales y frutas

- Todos los productos deberán ser empaquetados o en filmados antes de ser refrigerados o almacenados.
- Se etiquetara todos los alimentos previamente a ser guardados.
- Las etiquetas deberán tener fecha de elaboración, fecha de expiración y el nombre del género.

6.3.14 Política de control de equipos

- Los encargados de cada área deberá chequear todos los días al inicio y fin de la jornada la temperatura de los equipos.
- En caso de existir irregularidades notificar inmediatamente al jefe superior y elaborar un informe por escrito.
- Controlar que la temperatura vaya acorde a los productos a almacenar
- Asegurarse de que cada máquina este correctamente conectad al iniciar y finalizar la jornada
- Limpiar un día por semana todas las maquinas por dentro y por fuera antes de la apertura del local.

6.3.15 Política de seguridad

- Controlar que las alarmas y botones de emergencia funciones al iniciar y finalizar la jornada laboral
- Colocar en lugares estratégicos los extintores
- Capacitar al personal para el uso de extintores
- Capacitar al personal para el uso de alarmas y botón de emergencia
- Todo el personal debe estar al tanto de la seguridad del local

6.3.16 Política de manejo de desechos

- El personal de cocina utilizara adecuadamente los basureros

TABLA N° 11 USO DE BASUREROS

Modo de uso de basureros	
Color de basurero	Uso
Plomo	Papel
Azul	Plástico
Verde	Material orgánico

- Se realizara la campaña de reciclaje dentro del establecimiento
- El personal de servicio colocara los restos de comida en el Basurero de material orgánico antes de lavar.
- El personal de servicio limpiara la trampa de grasa todos los días.
- La trampa de grasa debe ser vaciada una vez por semana

6.3.17 Política de primeros auxilios

- Todo el personal debe seguir un curso de primeros auxilios.

- Todos los meses un integrante del personal hará una lista de los elementos a reponer en el botiquín de primeros auxilios.

6.3.18 Política de limpieza de la cocina

- Todos los días un integrante del personal de cocina deberá realizar las fórmulas para la sanitización tanto de mesones y utensilios como de frutas y vegetales.
- El personal de cocina deberá sanitizar superficies antes de empezar a procesar los alimentos
- El personal deberá sanitizar los utensilios a usar previamente al procesamiento de alimentos
- Al iniciar y finalizar la jornada se deberá barrer y trapear.
- Todos los días de sacar la basura de su recipiente y coordinar con los días que pasa el recolector para que sea recolectado adecuadamente.
- Una vez por semana el personal de cocina realizara limpieza profunda de su área de trabajo.
- Una vez por semana el personal de servicio realizara limpieza profunda de su área de trabajo.

6.3.19 Política de limpieza del salón

- El salón será limpiado previamente a la apertura del local.
- Al final de la jornada el salón debe dejarse totalmente limpio.
- Al final de la jornada el personal de servicio deberá colocar las mesas en su correcto orden con su respectiva decoración.

- Al empezar la jornada el personal de servicio debe cerciorarse de que todos los platos, vasos y cubiertos están completamente limpios y listos para su uso.

6.3.20 Política de contratación de personal

- El personal tendrá una semana de prueba previamente a la contratación y firma del contrato.
- El personal firmará el contrato y tendrá una copia del mismo.
- El personal firmará todos los meses el rol de pagos.
- El personal será afiliado y tendrá todos los beneficios de ley.

6.3.21 Política de incentivos al personal

- Se pondrá metas de venta durante el periodo de 3 meses
- Al cumplir las metas de venta establecidas se dará a la persona un premio
- Se nombrará a el trabajador del mes y se le dará un premio

6.3.22 Política de atrasos

- Los atrasos no son justificados
- Se descontara el tiempo que el personal no trabajo.
- El personal no podrá recuperar el tiempo de retraso.

6.3.23 Política de almuerzo de personal

- El personal tendrá una hora para almorzar o cenar.
- El personal se turnará para consumir sus alimentos.

6.3.24 Política de control de plagas

- Se realizará una limpieza cada 6 meses
- Se realizará una fumigación en todo el local cada 6 meses procurando guardar correctamente los alimentos para evitar contaminación.

6.3.25 Política de propinas

- Las propinas recibidas por el personal de servicio serán guardadas en una pequeña caja fuerte y repartidas por igual al final de mes.
- Las propinas no serán repartidas para el personal de cocina

6.3.26 Política de cortesías

- Las cortesías serán brindadas únicamente con el permiso del gerente o del jefe de servicio.
- Las cortesías serán ingresadas en el sistema para el correcto inventario
- Los únicos que tendrán la clave en el sistema para el ingreso de cortesías serán el gerente y jefe de servicio.

Capítulo VII

7 Plan financiero

7.1 Objetivos

Alcanzar un nivel de rentabilidad superior al 15 % neto cubriendo los costos fijos y variables de producción.

El 15% es la tasa activa y se calcula para tener capacidad de endeudamiento de acuerdo a la rentabilidad.

El objetivo financiero se va a llevar a cabo por medio del precio de los productos que cubrirán todos los gastos existentes, también podrá cumplirse a través de la cobertura de la demanda que se basa principalmente en el número de la población objetiva que es sumamente amplia.

7.2 Inversión

En la inversión inicial se considera todos los activos que la empresa posee.

- Los gastos de constitución incluye: tramites de abogado, pago de notarías, pagos de permisos requeridos por el Municipio de Quito.
- La realización de proyecto contiene:
 - Los Improvistos de los activos intangibles son el 10% de la suma de los gastos fijos y variables porque los gastos de constitución son un valor pre establecido pero en comparación de la suma los gastos fijos y variables representa el 10%, es un valor pre establecido por ley.
- Caja bancos: es un aprovisionamiento por seis meses para cubrir todos los gastos iniciales existentes.

TABLA N° 12 CUADRO DE INVERSIONES

Concepto	Valor	Total
Inversiones fijas		28229,28
Equipos de cocina	17486,13	
Batería de cocina	3286,97	
Utensilios de cocina	474,20	
Servicio de gas	900	
Trampa de grasa	804,38	
Cristalería	215,34	
Vajilla	675,6	
Cubertería	124,32	
Tecnología de oficina	3100	
Equipos de oficina	670	
Uniformes	492,34	
Activos intangibles		1.996,60
Gastos de constitución	300	
Realización del proyecto	500	
Imprevistos		

	1.196,60	
Capital de trabajo		54.895,26
Caja bancos	41.544,24	
Inventario de productos	12.137,30	
Imprevistos	1.213,73	
Total de inversiones		8.5121,14

-Inventario de productos: Es un aprovisionamiento de 3 meses que abarca todos los ingredientes necesarios para la realización de las recetas, durante el periodo de tiempo estimado.

- Imprevistos de Capital de trabajo es el 10% del inventario de productos, que servirá como aprovisionamiento en caso de sobrepasar las la producción estimada.

7.3 Activos de operación

7.3.1 Uniformes

En la siguiente tabla podemos apreciar que la mejor cotización, tanto por disponibilidad de prendas como por precio es la institución El Uniforme.

TABLA N° 13 TABLA DE PRESUPUESTO PARA UNIFORMES DE COCINA

Cotización uniformes de cocina					
Detalle	Cantidad	Cotización Chef		Cotización El	
		City		Uniforme	
		V. unitario	V. Total	V. unitario	V. Total
Chaqueta Chef color café	3	28	84	16,43	49,29
Pantalón tipo calentador	3	17	51	10	30
Delantal de cintura	3	14	42	8,57	25,71
Gorro Champiñón	3	5	15	4,46	13,38
Zapatos antideslizantes	3	70	210	50	150
Arte de bordado	3	8	24	9,38	28,14
Total		142	426	98,84	296,52

TABLA N° 14 TABLA DE PRESUPUESTO DE UNIFORMES DE SERVICIO

Cotización uniformes de servicio					
Detalle	Cantidad	Cotización Chef		Cotización El	
		City		Uniforme	
		V. unitario	V. Total	V. unitario	V. Total
Blusa/Camisa manga corta color café	4	17	68	13,26	53,04
Pantalón de tela color café	4	28	112	20	80
Delantal de cintura beige	4	8	32	7,5	30
Zapatos antideslizantes de servicio	4	70	280	50	200
Arte de bordado	4	8	32	9,38	37,52
Total		131	524	100,14	400,56

7.3.3 Vajilla

La empresa posee un solo proveedor de menaje, Termalñimex, debido a que es el que mayor disponibilidad de productos posee y tiene apertura a crédito directo.

TABLA N° 15 TABLA DE VAJILLA

Vajilla				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Plato postre blanco	24	6,67	160,08	Arcopal
Bowl blanco	24	8,79	210,96	Arcopal 16 cm
Taza y plato triangular blanco	24	2,85	68,4	Bormioli, taza 22 ml y plato 150 mm
Plato llano blanco	24	3,38	81,12	Bormioli 270 x270 mm
Taza de vidrio templado blanca	24	2,3	55,2	Arcopal 2,5 oz
Plato para taza blanco	24	2,04	48,96	Aecopal 11,2 cm diametro
Salsero blanco	24	2,12	50,88	Carlise 2 oz
Valor total:			675,6	

7.3.4 Cristalería

TABLA N° 16 TABLA DE CRISTALERÍA

Cristalería				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Jarra de cristal	6	2,53	15,18	Bo.Ro.2,5 lt.
Vaso de cristal	24	1,64	39,36	Bormioli 10,5 oz
Copa de Martini de cristal	20	4,62	92,4	Bormioli 1,25 oz
Copa de helado de cristal	20	3,42	68,4	Bormioli 4,25 oz
Valor total:			215,34	

7.3.5 Cubertería

TABLA N° 17 TABLA DE CUBERTERÍA

Cubertería				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Cuchara de expreso	24	0,49	11,76	Doggers
Cuchara de café	24	0,55	13,2	Doggers
Cuchara de sopa	24	0,8	19,2	Doggers
Cuchara de té helado	24	0,64	15,36	Doggers
Tenedor de entrada	24	0,69	16,56	Doggers
Tenedor de fuerte	24	1,21	29,04	Doggers
Cuchillo de fuerte	24	0,8	19,2	Doggers
Valor total:			124,32	

7.3.6 Sistema

El proveedor del sistema operativo proporcionara el mismo por 3 años, el precio incluye corrección de falla o aumento de Items.

TABLA N° 18 TABLA DE CUBERTERÍA
Sistema Computarizado

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Sistema Camila	1	800	800	Duración 3 años
Valor total:			800	

7.4 Proyección de ventas mensual

TABLA N° 19 TABLA DE PROYECCIÓN MENSUAL

	Proyección de venta mensual unidades vs precio.									
	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor
Panes	2.200,00	1.212,37	2.206,60	1.216,01	2.213,22	1.219,66	2.219,86	1.223,32	2.226,52	1.226,99
Dulces	550,00	310,22	551,65	311,15	553,30	312,08	554,96	313,02	556,63	313,96
Postres	1.100,00	1.057,81	1.103,30	1.060,98	1.106,61	1.064,16	1.109,93	1.067,35	1.113,26	1.070,56
Helados	2.200,00	2.021,12	2.206,60	2.027,19	2.213,22	2.033,27	2.219,86	2.039,37	2.226,52	2.045,48
Bebidas típicas	440,00	277,98	441,32	278,81	442,64	279,65	443,97	280,49	445,30	281,33
Cafés	1.100,00	1.002,23	1.103,30	1.005,24	1.106,61	1.008,25	1.109,93	1.011,28	1.113,26	1.014,31
Total	7.590,00	5.881,73	7.612,77	4.683,36	7.635,61	4.697,41	7.658,52	4.711,51	7.681,49	4.725,64

El valor del primer mes se obtiene por el cálculo del vale promedio con respecto a la capacidad de producción inicial. Cada mes se aumentara el 0,33% de inflación mensual, cifra recopilada del INEC,

TABLA N° 20 TABLA DE PROYECCIÓN DE MENSUAL
Proyección de venta mensual unidades vs precio.

Producción	Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre	
	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción
2.233,20	1.230,67	2.239,90	1.234,36	2.246,62	1.238,06	2.253,36	1.241,78	2.260,12	1.245,50	
558,30	314,90	559,97	315,85	561,65	316,79	563,34	317,74	565,03	318,70	
1.116,60	1.073,77	1.119,95	1.076,99	1.123,31	1.080,22	1.126,68	1.083,46	1.130,06	1.086,71	
2.233,20	2.051,62	2.239,90	2.057,78	2.246,62	2.063,95	2.253,36	2.070,14	2.260,12	2.076,35	
446,64	282,17	447,98	283,02	449,32	283,87	450,67	284,72	452,02	285,57	
1.116,60	1.017,35	1.119,95	1.020,41	1.123,31	1.023,47	1.126,68	1.026,54	1.130,06	1.029,62	
7.704,54	4.739,82	7.727,65	4.754,04	7.750,83	4.768,30	7.774,08	4.782,60	7.797,41	4.796,95	

Cada mes se aumentara el 0,33% de inflación mensual, cifra recopilada del INEC.

TABLA N° 21 TABLA DE PROYECCIÓN DE MENSUAL

Proyección de venta mensual unidades vs precio.		Noviembre		Diciembre		Total Anual	
Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor
2.266,90	1.249,24	2.273,70	1.252,99	26.839,99	14.790,95		
566,72	319,65	568,42	320,61	6.710,00	3.784,69		
1.133,45	1.089,97	1.136,85	1.093,24	13.419,99	12.905,22		
2.266,90	2.082,58	2.273,70	2.088,83	26.839,99	24.657,67		
453,38	286,43	454,74	287,29	5.368,00	3.391,31		
1.133,45	1.032,71	1.136,85	1.035,80	13.419,99	12.227,20		
7.820,80	4.811,34	7.844,26	4.825,78	92.597,95	71.757,05		

Cada mes se aumentara el 0,33% de inflación mensual, cifra recopilada del INEC.

7.5 Proyección de ventas anual

TABLA N° 22 TABLA DE PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS

Detalle	Proyección de venta anual unidades vs precio.					Capacidad de producción					
	Producción 1er año	Valor 1er año	Producción 2do año	Valor 2do año	Producción 3er año	Valor 3er año	Producción 4to año	Valor 4to año	Producción 5to año	Valor 5to año	
Panes	28,99	26.839,99	14.790,95	27.725,71	15.477,67	28.640,65	16.187,06	29.585,79	16.919,85	30.562,13	17.676,82
Dulces	7,25	6.710,00	3.784,69	6.931,43	3.959,24	7.160,16	4.139,55	7.396,45	4.325,81	7.640,53	4.518,22
Postres	14,49	13.419,99	12.905,22	13.862,85	13.430,40	14.320,33	13.972,92	14.792,90	14.533,33	15.281,06	15.012,93
Helados	28,99	26.839,99	24.657,67	27.725,71	25.669,99	28.640,65	26.715,72	29.585,79	27.795,96	30.562,13	28.911,85
Bebidas típicas	5,80	5.368,00	3.391,31	5.545,14	3.542,95	5.728,13	3.699,59	5.917,16	3.861,40	6.112,43	4.028,55
Cafés	14,49	13.419,99	12.227,20	13.862,85	12.730,01	14.320,33	13.249,41	14.792,90	13.785,95	15.281,06	14.340,19
TOTAL	100,00	92.597,95	71.757,05	95.653,68	74.810,27	98.810,25	77.964,25	102.070,99	81.222,31	105.439,34	84.488,57

Cada mes se aumentara el 3,3% de inflación anual, cifra recopilada del INEC, más el valor porcentual de los fondos de reserva de mano de obra .

7.6 Proyección de costos mensual

TABLA N° 23 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUAL

	Proyección de costos mensual unidades vs precio.									
	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor
Panes	2.200,00	490,77	2.206,60	492,25	2.213,22	493,72	2.219,86	495,20	2.226,52	496,69
Dulces	550,00	128,72	551,65	129,11	553,30	129,49	554,96	129,88	556,63	130,27
Postres	1.100,00	767,41	1.103,30	769,71	1.106,61	772,02	1.109,93	774,33	1.113,26	776,66
Helados	2.200,00	1.191,76	2.206,60	1.195,33	2.213,22	1.198,92	2.219,86	1.202,51	2.226,52	1.206,12
Bebidas típicas	440,00	132,78	441,32	133,18	442,64	133,57	443,97	133,98	445,30	134,38
Cafés	1.100,00	2.154,93	1.103,30	2.161,39	1.106,61	2.167,87	1.109,93	2.174,38	1.113,26	2.180,90
Total	7.590,00	4.866,36	7.612,77	4.388,71	7.635,61	4.401,88	7.658,52	4.415,08	7.681,49	4.428,33

La producción del primer mes está basado en el vale promedio y la capacidad de producción inicial. Cada mes se aumentara el 0,33% de inflación mensual, cifra recopilada del INEC.

TABLA N° 24 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUAL

Proyección de costos mensual unidades vs precio									
Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre	
Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor
2.233,20	498,18	2.239,90	499,67	2.246,62	501,17	2.253,36	502,68	2.260,12	504,18
558,30	130,66	559,97	131,06	561,65	131,45	563,34	131,84	565,03	132,24
1.116,60	778,99	1.119,95	781,32	1.123,31	783,67	1.126,68	786,02	1.130,06	788,38
2.233,20	1.209,74	2.239,90	1.213,37	2.246,62	1.217,01	2.253,36	1.220,66	2.260,12	1.224,32
446,64	134,78	447,98	135,18	449,32	135,59	450,67	136,00	452,02	136,41
1.116,60	2.187,44	1.119,95	2.194,01	1.123,31	2.200,59	1.126,68	2.207,19	1.130,06	2.213,81
7.704,54	4.441,61	7.727,65	4.454,94	7.750,83	4.468,30	7.774,08	4.481,71	7.797,41	4.495,15

Cada mes se aumentara el 0,33% de inflación mensual, cifra recopilada del INEC.

TABLA N° 25 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUAL

Proyección de costos mensual unidades vs precio							
Noviembre		Diciembre		Total Anual			
Producción	Valor	Producción	Valor	Producción	Valor		
2.266,90	505,70	2.273,70	507,21	26.839,99	5.987,43		
566,72	132,63	568,42	133,03	6.710,00	1.570,39		
1.133,45	790,74	1.136,85	793,11	13.419,99	9.362,34		
2.266,90	1.228,00	2.273,70	1.231,68	26.839,99	14.539,42		
453,38	136,81	454,74	137,22	5.368,00	1.619,87		
1.133,45	2.220,45	1.136,85	2.227,11	13.419,99	26.290,08		
7.820,80	4.508,64	7.844,26	4.522,16	92.597,95	59.369,54		

Cada mes se aumentara el 0,33% de inflación mensual, cifra recopilada del INEC.

7.7 Proyección de costos anual

TABLA N° 26 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS A 5 AÑOS

Detalle	Porcentaje de producción	Proyección de costos anual unidades vs precio									
		Capacidad de producción									
		Producción n 1er año	Valor 1er año	Producción n 2do año	Valor 2do año	Producción n 3er año	Valor 3er año	Producción n 4to año	Valor 4to año	Producción n 5to año	Valor 5to año
Panes	28,99	26.839,99	5.987,43	27.725,71	6.383,64	28.640,65	6.792,92	29.585,79	7.215,71	30.562,13	7.652,45
Dulces	7,25	6.710,00	1.570,39	6.931,43	1.671,87	7.160,16	1.776,70	7.396,45	1.884,98	7.640,53	1.996,84
Postres	14,49	13.419,99	9.362,34	13.862,85	9.770,61	14.320,33	10.192,35	14.792,90	10.628,01	15.281,06	11.078,04
Helados	28,99	26.839,99	14.539,42	27.725,71	15.217,84	28.640,65	15.918,65	29.585,79	16.642,58	30.562,13	17.390,41
Bebidas típicas	5,80	5.368,00	1.619,87	5.545,14	1.713,05	5.728,13	1.809,31	5.917,16	1.908,74	6.112,43	2.011,45
Cafés	14,49	13.419,99	26.290,08	13.862,85	27.256,96	14.320,33	28.255,75	14.792,90	29.287,50	15.281,06	30.353,30
TOTAL	100,00	92.061,15	16.162,73	95.653,68	62.013,97	98.810,25	64.745,67	102.070,99	67.567,52	105.439,34	70.482,49

Cada mes se aumentara el 3,3% de inflación anual, cifra recopilada del INEC, más el valor porcentual de los fondos de reserva de mano de obra.

7.8 Gastos

7.8.1 Gastos fijos

Son aquellos gastos que fluctúan de una manera muy lenta o lo hacen a largo plazo. Para la proyección de 5 años de los gastos fijos se aumenta el porcentaje de inflación anual.

TABLA N° 27 GASTOS FIJOS

Gastos	Gastos Fijos		Gastos más inflación		
	Valor 1er año	Valor 2do año	Valor 3er año	Valor 4to año	Valor 5to año
Sueldos	22.678,20	23.426,58	24.199,66	24.998,25	25.823,19
Fondos de reserva	-	1.889,85	1.952,22	2.016,64	2.083,19
Décimo tercero	1.889,85	1.952,22	2.016,64	2.083,19	2.151,93
Décimo cuarto	1.889,85	1.952,22	2.016,64	2.083,19	2.151,93
Aportación patronal	3.042,61	3.143,02	3.246,74	3.353,88	3.464,56
Gas	288,00	297,50	307,32	317,46	327,94
Luz	600,00	619,80	640,25	661,38	683,21
Agua	600,00	619,80	640,25	661,38	683,21
Teléfono	240	247,92	256,10	264,55	273,28
Internet	240	247,92	256,10	264,55	273,28
Arriendo	7.200,00	7.437,60	7.683,04	7.936,58	8.198,49
Mantenimiento del local	240,00	247,92	256,10	264,55	273,28
Seguridad	360,00	371,88	384,15	396,83	409,92
Software	266,67	275,47	284,56	293,95	303,65
Total	39.535,18	42.729,69	44.139,77	45.596,38	47.101,06

7.8.2 Gastos variables

Es un egreso de dinero que realiza la empresa para disminuir o aumentar la pérdida de la empresa. No tiene la intención de cubrir ganancias.

TABLA N° 28 GASTOS VARIABLES

Gastos Variables	
Gastos	Valor Anual
Gastos de ingredientes	26.800,38
Menaje	1.275,48
Publicidad	150,00
Decoración	200,00
Utensilios de limpieza	155,40
Amenities	240,00
Comisión de tarjeta	632,23
Total	29.453,48

TABLA N° 29 PROYECCIÓN DE GASTOS TRIMESTRALES DE MENAJE

Detalle		Gasto Trimestral				
Inversión inicial		1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to trimestre	Total 1er Anido
Cristalería	175,59	87,80	87,80	87,80	87,80	351,20
Vajilla	337,80	168,90	168,90	168,91	168,91	675,62
Cubertería	124,32	62,16	62,16	62,17	62,17	248,66
Total	637,71	318,86	318,86	318,87	318,88	1.275,48

7.9 Estado de pérdidas y ganancias

TABLA N° 30 TABLA DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CON PROYECCIÓN A 5 AÑOS

Estado de pérdidas y ganancias					
Rubros	Valor año 1	Valor año 2	Valor año 3	Valor año 4	Valor año 5
Ingresos	71.757,0 5	74.810,27	77.964,25	81.222,31	84.488,57
Costos de producción	16.162,7 3	62.013,97	64.745,67	67.567,52	70.482,49
Gastos de Administración	13.586,4 4	14.899,68	16.256,26	17.657,61	19.105,20
Gasto de ventas	10.575,6 4	11.608,43	12.675,31	13.777,40	14.915,85
Gastos financieros	7.325,57	7.567,31	7.817,03	8.074,99	8.341,47
Utilidad antes de Reparto de utilidades (UTILIDAD BRUTA)	24.106,6 7	170.899,6 7	179.458,5 3	188.299,8 3	197.333,5 8
Reparto de utilidades	3.616,00	25.634,95	26.918,78	28.244,97	29.600,04
Utilidad antes de impuestos	20.490,6 7	145.264,7 2	152.539,7 5	160.054,8 5	167.733,5 4
Impuestos	5.544,53	33.410,88	35.084,14	36.812,62	38.578,72
Utilidad Neta	14.946,1 4	111.853,8 3	117.455,6 0	123.242,2 4	129.154,8 3

- Gastos de administración: Pagos de sueldos y comisiones al personal administrativo, bienes e insumos utilizado en el departamento administrativo
- Gastos de ventas: Incluye pagos de sueldos y comisiones al personal encargado de ventas así como el pago de bienes e insumos utilizados por los mismos.
- Gastos financieros: Dentro de lo gastos financieros incluye pagos de sueldos al personal en el departamento financiero y pagos a bancos, ´por prestamos adquiridos y cuentas por pagar, también pagos realizados a empresas del estado como multas impuestos etc.

7.10 Punto de equilibrio

TABLA N° 31 TABLA DE PUNTO DE EQUILIBRIO 1ER AÑO

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Descripción	Valor
Pv unitario	0,69
U ventas	103.421,25
Ingreso total	71.757,05
Costos fijos	39.535,18
Costos variables	29.453,48
costo v x un	0,28
Cantidad de equilibrio	96.653,27
Valor de equilibrio	67.061,20

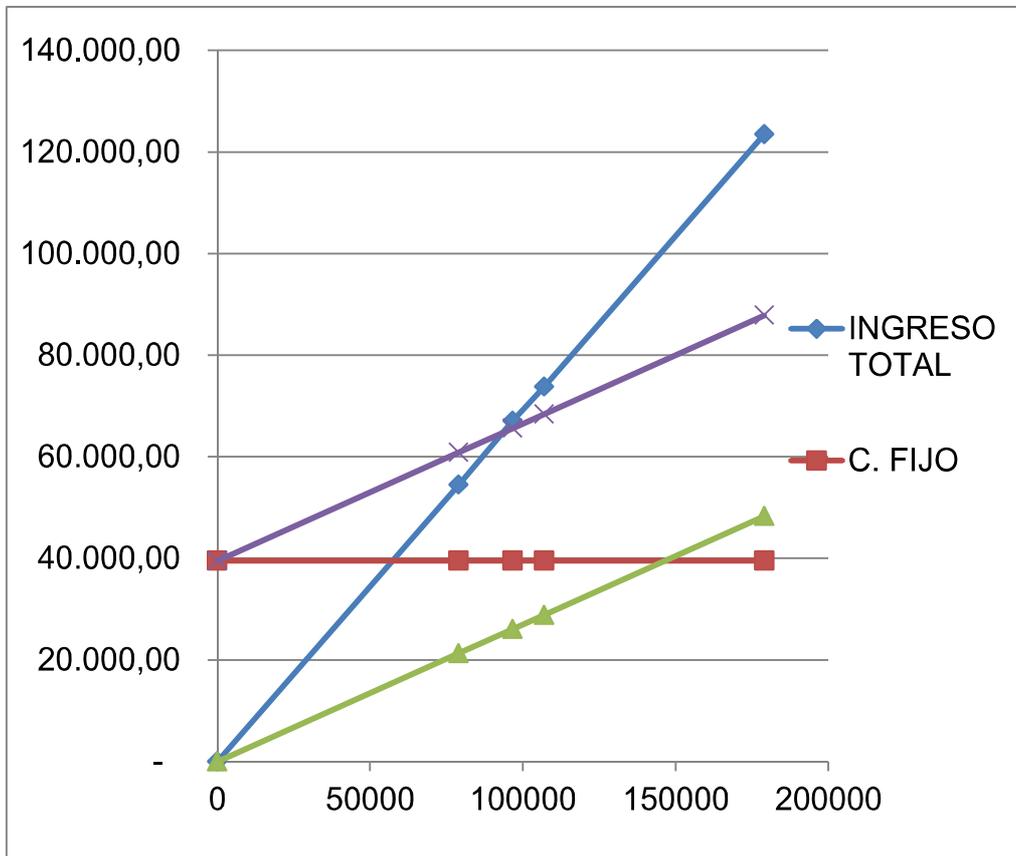
7.10.1 Calculo del punto de equilibrio con cifras mayores y menores

TABLA N° 32 TABLA DE CANTIDADES MAYORES Y MENORES DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla del grafico de punto de equilibrio						
A	B	C	D	E	F	G
PV UNITARI O	CANTIDAD DE EQUILIBRI O	INGRES O TOTAL	C. FIJO	C. V. UNITARI O	C. V. TOTAL	CANTIDAD MONETARI A
0,69	0	-	39.535,18	0,27	-	39.535,18
0,69	79.000,00	54.510,00	39.535,18	0,27	21.330,00	60.865,18
0,69	96.653,27	67.061,20	39.535,18	0,27	26.096,38	65.631,56
0,69	107.000,00	73.830,00	39.535,18	0,27	28.890,00	68.425,18
0,69	179.000,00	123.510,00	39.535,18	0,27	48.330,00	87.865,18

7.10.2 Gráfico de punto de equilibrio

GRÁFICO N° 1 PUNTO DE EQUILIBRIO



7.11 Factores internos y externos que afecta a la empresa

TABLA N° 33 TABLA DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Factores de riesgos	
Factores Externos	
Causas	Consecuencias
Inflación	La inflación afecta a mi negocio debido a que subirá los costos tanto de ingredientes como de servicios básicos y servicios adicionales
Crisis Económica de países importadores y exportadores de productos Ecuatorianos	Afectará la economía del país debido a que se tiene directa dependencia económica de estos países tan en importaciones y exportaciones, ya que estos países deberán aumentar sus tasas arancelarias y de producción.
Desastres naturales	Los desastres naturales afectaran a mi negocio debido a habrá una escasez de productos ya sea materia prima, menaje o equipos.
Factores Internos	
Causas	
Consecuencias	
Aranceles	Los aranceles impuestos por el gobierno ecuatoriano afectaran en los costos de equipos y merita prima que el negocio necesita importar del extranjero.
Aumento salarial	El aumento salarial de cada año afectara a los precios directamente ya que es representa

	un gran porcentaje siendo mano de obra directa a indirecta.
Impuesto agrario	El impuesto agrario o reforma agraria afectara a los pequeños productores que abastecen de materia prima de temporada o exclusiva de una zona, por lo que afectara a los costos de las recetas en las que se utilizan los mismos.
Transporte/ Gasolina	Tanto el costo de transporte como el de gasolina podrán afectar indirectamente al negocio ya que los proveedores aumentaran el precio de los productos que son entregados en el establecimiento.
Subsidio del gas	El posible aumento del precio del gas afectara directamente a los costos directos de producción por lo cual los precios de venta al público aumentaran.

Capítulo VII

8 Conclusiones y recomendaciones

8.1 Conclusiones

- Dentro de la competencia se pudo observar que no existe una competencia directa para el desarrollo del presente proyecto, sin embargo pudo determinarse la existencia de negocios y establecimientos que pueden constituirse indirectamente en una competencia ya que se trata de opciones que pueden considerarse productores de bienes sustitutos, tal es el caso de cafeterías como Sweet&Coffee, Hansel&Grettel Cyril, entre otros.
- Dentro de las preferencias establecidas a través de las encuestas piloto realizadas, se estableció el deseo de los potenciales clientes de consumir bebidas y postres típicos de la región, contando con precios medianamente accesibles en un buen ambiente y una ubicación privilegiada en la zona norte de la ciudad de Quito.
- Dentro de la proyección de ingresos y gastos se pudo observar que el desarrollo y puesta en marcha del proyecto permitiría llegar al punto de equilibrio dentro del primer año de operación con un valor de USD. 67.061,20. Considerando el nivel de ingresos mayor a los costos en un porcentaje superior a la tasa activa referencial, es decir superando el 15% planteado en el objetivo general, convirtiendo al presente proyecto en una propuesta rentable a corto y mediano plazo.
- Dentro de la propuesta gastronómica se pretende llegar al mercado objetivo, dando a conocer la diversidad de productos junto con su exclusividad, así como también el uso de ingredientes y materiales

orgánicos, siendo amigables con el planeta, también cumpliendo con normas de reciclaje y correcto uso de las instalaciones de agua y luz para el ahorro de las mismas, todo esto se llevara a cabo trabajando conjuntamente con el área de marketing por medio de la distinta propaganda que se realizará.

8.2 Recomendaciones

- Se recomienda poner en práctica el proyecto con la finalidad de cubrir las necesidades del mercado objetivo para obtener los resultados propuestos aportando al crecimiento del sector turístico en materia de Gastronomía.
- Dentro del tipo de negocio que se genera en esta propuesta, es necesario promover la estabilidad laboral a través de compensaciones y capacitaciones además de un buen clima laboral.
- En lo referente a la adquisición de materia prima es necesario buscar convenios con proveedores, como Industrial Prodemsá, Pronaca y Guadaproducts, a fin de garantizar abastecimiento constante y calidad en los productos que servirán de base para la preparación de los diferentes platos.
- Para alcanzar las metas económicas propuestas, se recomienda efectuar un control constante de la producción y uso de recursos lo que permitirá optimizarlos y reducir costos innecesarios, maximizando el beneficio y la rentabilidad.

REFERENCIAS

- Alimentos. (s.f.). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Remolacha: <http://alimentos.cc/remolacha>
- Armendáris M, 2009, Quito- Ecuador Mishki mikuna.
- Botanical - onlie. (2012). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Características del mango : <http://botanical-online.com/mangos.htm>
- Botanical-online. (2013). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de El Trigo: <http://www.botanical-online.com/trigo.htm>
- Botanical-Online. (2013). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Las Naranjas: <http://www.botanical-online.com/naranjas.htm>
- Capdevila, P. (s.f.). Forum del café. Recuperado el 08 de Noviembre de 2013, de Las cafeterías, escenarios de la historia: http://www.forumdelcafe.com/pdf/F_02-Cafeterias1.pdf
- Cyril. (2013). Recuperado el 08 de Noviembre de 2013, de Cyril Prudhomme: <http://www.cyril-boutique.com/>
- Del Cid Alma, Méndez Rosemary, Sandoval franco INVESTIGACION Fundamentos y metodología, 2011, Naucalpan de Juárez México editorial Pearson
- Díaz de la rada V DISEÑO Y ELABORACIÓN DE CUESTIONARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL, España ESIC EDITORIAL 2001
- Ecu Red. (2012). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Maracuya: <http://www.ecured.cu/index.php/Maracuy%C3%A1>
- El tamarindo. (s.f.). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de <http://www.unalmed.edu.co/~crsequed/TAMARINDO.htm>

Estrella, E. (1997). El pan de América. Quito: Fundacyt.

Gastronomía&Cía. (s.f.). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Hierba Luisa: <http://www.gastronomiaycia.com/2010/05/06/hierba-luisa/>

Hansel & Gretel . (2013). Recuperado el 08 de Noviembre de 2013, de Informacion: www.facebook.com/hanselyg?v=info

IESS. (2014). Codigos Sectoriales. Recuperado el 11 de Enero de 2014, de http://www.iess.gob.ec/documents/10162/0/comisiones_sectoriales.pdf

IESS. (2014). Codigos Sectoriales. Recuperado el 11 de Enero de 2014, de http://www.iess.gob.ec/documents/10162/0/comisiones_sectoriales.pdf

Info Jardin. (2013). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Canela: <http://fichas.infojardin.com/condimentos/cinnamomum-zeylanicum-canela-canelo-canelero.htm>

Juan Valdez Café. (s.f.). Recuperado el 09 de Noviembre de 2013, de <http://www.juanvaldezcafe.com/es/ecuador>

LUNGO GOMEZ S 1990 'el cuestionario' E ORTEGA MARTÍNEZ editorial Manual de investigación Comercial Madrid

Maya Almeida J. (2012). "Caserito" Pan Congelado. (Tesis Inédita) de pregrado. Universidad de las Américas. Quito- Ecuador.

Nescafé. (s.f.). Recuperado el 08 de Noviembre de 2013, de Todo lo que quieras sobre del café: http://www.nescafe.com/coffee_house_es_mx.axcms

Proaño Vivanco D. (2012). Cafetería y Pastelería Didáctica "Dulce Vida. (Tesis Inédita) de pregrado. Universidad de las Américas. Quito- Ecuador.

Procana. (s.f.). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de Historia de la cana de azucar: <http://www.procana.org/historia.php>

Región de murcia digital. (s.f.). Recuperado el 05 de Diciembre de 2013, de
Níspero:

http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2715&r=ReP-23783-DETALLE_REPORTAJESPADRE

SRI. (2010). Personas Naturales. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/31>

SRI. (2013). SRI. Recuperado el 11 de Enero de 2014, de RUC:
<http://www.sri.gob.ec/de/web/10138/92>

Sweet & Coffee. (2013). Recuperado el 08 de Noviembre de 2013, de
<http://sweetandcoffee.com.ec>

ANEXOS

ANEXO N° 1

IMAGEN DE UNIFORMES DE SERVICIO



ANEXO N° 2

IMAGEN DE UNIFORMES DE COCINA



ANEXO N° 3

TABLA DE EQUIPOS DE COCINA

Equipos de cocina				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Batidora industrial	2	1785,62	3571,24	Thunderbrid 18,90 Lt.
Horno industrial de convección	1	5204,74	5204,74	Imperial 96,5 x 102,2 x 152,4
Máquina de café	1	2670,57	2670,57	Nuova Simonelli Appia 11,5 Lt.
Filtro de agua	1	158,82	158,82	Nuova Simonelli Appia
Molino dosificador de café	1	351,96	351,96	Nuova Simonelli Appia 3,6 kg
Mesa de trabajo industria	2	930,78	1861,56	Terma 000" longitud x 30" de fondo con poso de 20" x 20"x 10", con espaldar de 6
Campana Extractora	1	250,00	250,00	
Refrigerador	1	655,50	655,50	
Congelador	1	712,80	712,80	
Horno microondas	1	550,00	550,00	
Kitchen Aid	1	577,00	577,00	
Cocina industrial	1	663,39	663,39	Anvil 60 x 69,2 x 36,4 alto con 4 ornillas 26.000 BTU c/u y parrilla de 30 x 30
Mesa base	1	258,55	258,55	62 x65 x 60 cm
Valor total			17486,13	

ANEXO N° 4

TABLA DE UTENSILIOS DE COCINA

Utensilios de cocina				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Batidor de acero inoxidable	2	3,81	7,62	14" Onix
Espátula de goma	2	6,37	12,74	16"
Espátula de goma	2	3,42	6,84	10"
Bolillo de acero inoxidable	2	29,34	58,68	48" Gener
Piza a de acero inoxidable	3	4,64	13,92	Ilko
Rallador	2	6,48	12,96	4 lados
Pelador de vegetales	1	\$ 5	\$ 5,00	Tramontina
Abridor de latas	1	\$ 6,17	\$ 6,17	
Cuchillo cebollero	2	14,25	28,50	Tramo Maste
Chaira estriada	1	13,87	13,87	Tramo Maste 12 IN
Termómetro digital	2	25,51	51,02	Sunner -50 a 300 C
Colador chino	1	31,25	31,25	Gener 9,5 IN
Espumadera de acero inoxidable	2	2,71	5,42	Onix 10 cm
Cuchareta de acero inoxidable	3	8,13	24,39	Tramo Utility
Cucharon	3	11,48	34,44	Sunner 40.5 cm
Set de boquillas	2	34,02	68,04	Ateco 29 piezas
Espátula de codo	3	6,22	18,66	Tramontina 12"
Espátula triangular	3	7,24	21,72	Tramontina 30,08 cm
Espátula plana	3	9,72	29,16	Ateco 4"x 3/4"
Brocha	2	11,90	23,80	Carlisle 5,08 cm
Valor total:			474,20	

ANEXO N° 5

TABLA DE BATERIA DE COCINA

Batería de cocina				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Olla de aluminio	3	20,1	60,3	Update 4,5 lt.
Olla de aluminio	3	33,63	100,89	Update 10 lt.
Sartén de aluminio	3	34,02	102,06	Update 25cm diametro
Sartén de teflón	3	13,07	39,21	Tramontina, 30 cm
Molde pastelero de aluminio	2	8,81	17,62	25,4 diametro por 7,62
Tabla de polietileno	3	13,01	39,03	30,5 x 45,7x1,3 cm
Batidora industrial	1	1785,62	1785,62	Thunderbrid
Licuada de policarbonato	1	519,75	519,75	64 oz Warning
Balanza electrónica	2	189,00	378,00	Gener
Bandeja para hornear	4	11,18	44,72	Advance de 45,7 x 33
Bandeja para hornear	4	16,02	64,08	Advance de 45,7 x 66
Molde pastelero de acero	2	6,90	13,80	Update 20,23 x 6 cm
Bowl de acero inoxidable	5	13,49	67,45	Halco 13 lt.
Bowl de acero inoxidable	6	6,11	36,66	Halco 5 lt.
Bowl de acero inoxidable	7	2,54	17,78	Halco 1,5 lt
Valor Total:			3286,97	

ANEXO N° 6

TABLA DE TRAMPA DE GRASA

Trampa de grasa				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Trampa de grasa de acero inoxidable	2	402,19	804,38	1,2 mm
Valor total			804,38	

ANEXO N° 7

TABLA DE BATERIA DE COCINA

Equipos de limpieza				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Escoba	3	1,5	4,5	
Trapeador	3	1,7	5,1	
Pala recogedor de basura	2	1	2	
Fundas de basuras grandes x25	3	1,4	4,2	
Jabón de Vajillas	4	1,85	7,4	
Jabón líquido para baño	4	2,5	10	
Cloro	2	2,1	4,2	
Desinfectante	2	3,5	7	
Detergente	2	3,2	6,4	
Estropajos lava vajilla	4	0,25	1	
Valor total:			51,8	

ANEXO N° 8

TABLA DE ÚTILES DE OFICINA

UTILES DE OFICINA				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Papel Bond	4	\$ 3,50	\$ 14,00	Paquetes de 500 hojas
Perforadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50	
Grapadora	1	\$ 2,25	\$ 2,25	
Caja de esferos	1	\$ 1,90	\$ 1,90	
Facturas x 100	2	\$ 5,50	\$ 11,00	
Rollos de caja registradora	3	\$ 2,30	\$ 6,90	
Cartucho de tinta negra	2	\$ 10	\$ 20,00	
Cartucho de tinta color	1	\$ 13,00	\$ 13,00	
Caja de clips	1	\$ 0,25	\$ 0,25	Cajas de 50 u
Cinta adhesiva	2	\$ 0,15	\$ 0,30	
Valor total:			71,1	

ANEXO N° 9

TABLA DE TECNOLOGÍA DE OFICINA

Tecnología de oficina				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Equipo de Sonido	1	550	550	Con 4 parlantes
Impresora	1	600	600	Epson
Computador	1	1200	1200	Hp
Caja Registradora	1	750	750	
Valor total:			3100	

ANEXO N° 10

TABLA DE EQUIPOS DE OFICINA

Equipos de oficina				
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observaciones
Escritorio	1	150	150	Con 4 parlantes
Librero	1	200	200	Epson
Sillas estáticas	2	100	200	
Sillar rotatoria	1	120	120	Hp

ANEXO N° 11

TABLA DE GASTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Gastos directos de producción	
Item	Costo
Gas	24
Luz	50
Agua	50
Total	124

ANEXO N° 12**TABLA DE AFILIACIONES Y APORTACIONES**

Puesto de trabajo	Sueldo	Afiliaciones Aportación Patronal	Aportación Personal
Gerente	344,08	39,05	32,17
Contador	179,11	20,33	16,75
Comprador	341,7	38,78	31,95
Panadero	342,62	38,89	32,03
Pastelero	342,62	38,89	32,03
Jefe de servicio	342,04	38,82	31,98
Salonero	341,76	38,79	31,95
Total		253,55	208,87

ANEXO N° 13**TABLA DE GASTOS DE MANO DE OBRA MENSUAL**

Gasto de mano de obra mensual	
Sueldo	1889,85
Prorratedo decimo 3ro	157,49
Prorratedo decimo 4to	157,49
Aportación patronal	253,55
Total MO mensual	2.458,38

Recetas Estándar

ANEXO N° 14 PAN DE MAÍZ

NOMBRE RECETA : Pan de maíz				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg			
No. RECETA : 001		NO. DE PORCIONES: 20		PROCEDIMIENTO		COSTO	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES				
0,20	kg	Harina de trigo	Tamizada	1) Mezclar los huevos, la manteca, levadura, leche, y el queso. 2) Incorporar poco a poco la harina tamizada, el polvo de hornear, la sal y el azúcar. 3) Mezclar en forma envolvente 4) Dejar leudar por 3 horas. 5) Porcionar y dar forma 6) Leudar por 30 min 7) Hornear a 250 C		0,38	
0,08	kg	Harina de maíz	Tamizada			0,14	
0,04	kg	Manteca de cerdo	Derretida			0,34	
0,12	kg	Huevos				0,44	
0,00	kg	Levadura en polvo	Hidratada			0,01	
0,00	kg	Polvo de hornear	Tamizado			0,02	
0,00	kg	Sal				0,00	
0,01	kg	Azúcar		0,02			
0,12	l	Leche	Levar a 180C	0,15			
0,05	kg	Queso Fresco	Rallado	0,39			
				Costo Total de la Receta		1,89	
				Costo de la porción		0,09	
				Costo de venta		0,16	
				Precio de venta		0,49	
				Precio de venta + IVA		0,61	

ANEXO N° 15 QUESADILLA DE IMBABURA

NOMBRE RECETA : Quesadilla de Imbabura					
RECETA : 002		NO. DE PORCIONES: 80		PESO POR PORCIÓN: 0,150 kg	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa				Masa: 1) Mezclar los huevos, la manteca, levadura y la leche 2) Incorporar poco a poco la harina tamizada, el polvo de hornear y el azúcar. 3) Mezclar en forma envolvente 4) Dejar leudar por 3 horas. 5) Porcionar y dar forma Relleno: 6) Mezclar las yemas, a levadura, el queso rallado, el azúcar y el polvo de hornear. 7) Colocar el relleno en medio de la masa. 8) Hornear a 250 C	
0,221	kg	Harina de trigo	Tamizada		0,35
0,004	kg	Levadura	Hidratada		0,01
0,083	kg	Azucar			0,09
0,055	kg	Manteca de cerdo	Derretida		0,47
0,002	kg	Polvo de hornear	Tamizado		0,01
0,073	kg	Claras de huevo			0,46
Relleno					-
0,071	kg	Yemas de huevo			0,74
0,002	kg	Levadura	Hidratada		0,00
0,012	kg	Queso	Rallado		0,10
0,012	kg	Azúcar			0,01
0,002	kg	Polvo de hornear	Tamizado		0,012
Costo Total de la Receta				2,24	
Costo de la porción				0,11	
Costo de venta				0,15	
Precio de venta				0,50	
Precio de venta + IVA				0,62	

ANEXO N° 16 PANUCHAS

NOMBRE RECETA : Panuchas				NO. DE PORCIONES: 80	PESO POR PORCIÓN: 0 ,250 kg
No. RECETA : 003					
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERCCIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa				Masa:	0,00
0,213	kg	Harina de maiz	Tamizada	1) Mezclar las yemas de huevo, la manteca y el queso.	0,35
0,107	kg	Azúcar		2) Incorporar poco a poco la harina tamizada, el polvo de hornear y el azúcar.	0,12
0,059	kg	Queso	Rallado	3) Mezclar en forma envolvente	0,46
0,002	kg	Polvo de hornear	Tamizado	4) Porcionar y dar forma	0,01
0,120	kg	Claras de huevo		5)Cocinar las yemas de huevo con el azúcar.	0,75
0,080	kg	Manteca	Derretid	6) Rellenar la masa y pintar	0,68
Relleno				Relleno:	0,00
0,029	kg	Azúcar		7) Hornear a 250 C	0,30
0,024	kg	Yemas de huevo			0,03
Costo Total de la Receta					2,71
Costo de la porción					0,14
Costo de venta					0,26
Precio de venta					0,59
Precio de venta + IVA					0,71

ANEXO N° 17 MUYUELO

NOMBRE RECETA : Muyuelo

No. RECETA : 004		NO. DE PORCIONES: 20		PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa				Masa:	0,00
0,750	kg	Harina de trigo	Tamizada	1) Mezclar las yemas de huevo y la manteca.	1,43
0,150	kg	Manteca de cerdo	Derretir	2) Incorporar poco a poco la harina tamizada, el polvo de hornear la sal y el azúcar.	1,28
0,020	kg	Azúcar		3) Mezclar en forma envolvente	0,02
0,010	kg	Sal			0,00
0,010	kg	Polvo de hornear	Tamizado		0,12
0,051	kg	Levadura	Hidratado		0,12
0,250	u	Claras de huevo		4) Porcionar y dar forma Relleno:	1,56
Relleno				5) Cocinar las yemas de huevo con el azúcar.	1,05
0,100	u	Yemas de huevo		6) Rellenar la masa y pintar	
0,070	kg	Azúcar		7) Hornear a 250 C	0,08
Costo Total de la Receta					5,58
Costo de la porción					0,28
Costo de venta					0,45
Precio de venta					0,78
Precio de venta + IVA					0,90

ANEXO N° 18 PAN MESTIZO

NOMBRE RECETA : Pan mestizo			NO. DE PORCIONES: 82	PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
No. RECETA : 005						
CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	DE	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa						
0,331	kg		Harina de integral	Tamizada	Masa:	0,00
0,110	kg		Harina de trigo	Tamizada	1))Mezclar los huevos, la manteca , levadura, leche, y el queso.	0,45
0,088	kg		Manteca de cerdo	Derretida	2) Incorporar poco a poco la harina tamizada, el polvo de hornear y la sal.	0,18
0,005	kg		Sal		6) Mezclar en forma envolvente	0,00
0,001	kg		Polvo de hornear	Tamizado	7) Realizar el mismo procedimiento con el relleno	0,01
0,002	kg		Levadura	Hidratada	8) Dejar leudar por separado durante 3 horas.	0,01
0,122	l		Leche	Llevar a 180C	9) Porcionar y dar forma	0,15
Relleno					10) Hornear a 250 C	
0,110	kg		Harina de trigo	Tamizada		0,18
0,740	u		Huevos			2,70
0,001	kg		Levadura	Hidratada		0,00
0,001	kg		Polvo de hornear	Tamizado		0,01
0,029	kg		Manteca de cerdo	Derretida		0,25
0,003	kg		Sal			0,00
Costo Total de la Receta						1,72
Costo de la porción						0,09
Costo de venta						0,10
Precio de venta						0,40
Precio de venta + IVA						0,52

Dulces

ANEXO N° 19 DULCE DE ZAMBO Y GUAYABA

NOMBRE RECETA : Dulce de zambo					
No. RECETA : 006		NO. DE PORCIONES: 5		PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 G	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,233	kg	Agua		1) Colocar el agua, el azúcar, la guayaba y el zambo en una olla y dejar cocinar hasta formar un almíbar.	0,00
0,116	kg	Azúcar			0,13
0,116	kg	Zambo	Hacer puré		0,45
0,035	kg	Guayaba	Pulpa		0,08
Costo Total de la Receta					0,65
Costo de la porción					0,13
Costo de venta					0,18
Precio de venta					0,51
Precio de venta + IVA					0,63

ANEXO N° 20 DULCE DE REMOLACHA CON NARANJILLA

NOMBRE RECETA :Dulce de remolacha con naranjilla					
No. RECETA : 007		NO. DE PORCIONES: 5		PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 G	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,233	kg	Agua		1) Colocar el agua, el azúcar, la naranjilla y la remolacha n una olla y dejar cocinar hasta formar un almíbar.	0,00
0,116	kg	Azúcar			0,13
0,116	kg	Remolacha			0,11
0,035	kg	Naranjilla			0,07
Costo Total de la Receta					0,31
Costo de la porción					0,06
Costo de venta					0,09
Precio de venta					0,42
Precio de venta + IVA					0,54

ANEXO N° 21 DULCE DE NISPERO

NOMBRE RECETA : Dulce de Nispero					
No. RECETA : 008		NO. DE PORCIONES: 5		PESO POR PORCIÓN: 0 ,200 G	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,083	kg	Agua		1) Sacar la pulpa de Nispero	0,00
0,208	kg	Azúcar		2) Hacer un almíbar espeso con el agua y el azúcar, incorporar los nísperos y dejar cocinar	0,23
0,208	kg	Nísperos			1,10
Costo Total de la Receta					1,33
Costo de la porción					0,27
Costo de venta					0,37
Precio de venta					0,70
Precio de venta + IVA					0,82

ANEXO N° 22 ARROPE DE MORA

NOMBRE RECETA :Arrope de mora						
No. RECETA : 009		NO. DE PORCIONES: 5				
CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	DE	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,083	kg		Agua		1)Colocar en una olla el líquido con el azúcar	0,00
0,250	kg		Azúcar		2)Dejar cocinar hasta que espese	0,28
0,167	kg		Mora	Pulpa		0,80
Costo Total de la Receta						1,08
Costo de la porción						0,22
Costo de venta						0,30
Precio de venta						0,63
Precio de venta + IVA						0,75

ANEXO N° 23 ARROPE DE UVILLA

NOMBRE RECETA : Arrope de uvilla					
No. RECETA : 0010		NO. DE PORCIONES: 5		PESO POR PORCIÓN: 0 ,200 G	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,08	kg	Agua		1)Colocar en una olla el líquido con el azúcar 2)Dejar cocinar hasta que espese	0,00
0,25	kg	Azúcar			0,28
0,17	kg	Uvilla	Pulpa		0,58
Costo Total de la Receta					0,86
Costo de la porción					0,17
Costo de venta					0,24
Precio de venta					0,57
Precio de venta + IVA					0,69

ANEXO N° 24 NOGADA

NOMBRE RECETA : Nogadas				PESO POR PORCIÓN: 0,106 kg	
No. RECETA : 011		No. DE PAX:10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
	0,625				
0,125	l	Agua			-
0,313	kg	Tocte pelado	Picado		3,13
Costo Total de la Receta					4,79
Costo de la porción					0,48
Costo de venta					0,66
Precio de venta					0,99
Precio de venta + IVA					1,11

ANEXO N° 25 MOJICONES

NOMBRE RECETA : Mojicones				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg	
No. RECETA : 012		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa				Masa: 1)En los	0,00
0,150	kg	Yemas de huevo	Batir a punto de hilo	huevos batidos agregar el harina	0,09
0,150	kg	Huevos	Batir a punto de hilo	tamizada. 3) Incorporar el	0,55
0,003	kg	Sal		alcohol. 4) Incorporar la mantequilla	0,00
0,006	kg	Licor/ puntas		y amasar hasta obtener una masa	0,05
0,006	kg	Mantequilla	Derretida	homogénea. 5) Dar la	0,06
0,375	kg	Harina de maiz	Tamizada	forma, y hervir en una olla con agua.	0,62
Cobertura				6) Dejar secar por 24 horas. 7) Hornear a 250 C	0,00
0,038	kg	Claras de huevo	Batir a punto de nieve	1) Realizar un almíbar con el agua y la	0,23
0,143	kg	Panela		panela.	0,38
0,143	l	agua		3) Mezclar las claras en forma envolvente. 4) Cubrir los mojicones con la mezcla y dejar secar.	0,00
Costo Total de la Receta					1,99
Costo de la porción.					0,20
Costo de venta					0,28
Precio de venta					0,61
Precio de venta + IVA					0,73

ANEXO N° 26VICUNDOS

NOMBRE RECETA : Vicundos				PESO POR PORCIÓN: 0 ,105 kg	
No. RECETA : 013		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa				1) En un recipiente colocar el queso, los huevos y la manteca, mezclar	-
0,454	kg	Harina de mote	Tamizada	2) Incorporar la levadura, la panela y la harina de mote	0,726
0,454	kg	Queso fresco	Rallado	3)Mezclar todo hasta tener una masa uniforme.	3,578
0,480	kg	Huevos		4) Dejar leudar por 2 horas.	1,753
0,227	kg	Manteca de cerdo	Derretida	5) Colocar en las hojas de achira o vicundo.	1,930
0,454	kg	Panela	Molida	6) Cocinar a baño maría por una hora.	1,208
0,029	kg	Levadura	Hidratada		0,069
20,00	u	hojas de achira o vicundo			0,600
Costo Total de la Receta					9,86
Costo de la porción					0,99
Costo de venta					1,36
Precio de venta					1,69
Precio de venta + IVA					1,81

ANEXO N° 27 BUÑUELOS

NOMBRE RECETA : Buñuelos de mango y panela			
No. RECETA : 014	NO. DE PORCIONES: 10		PESO POR PORCIÓN: 0 ,050 kg
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES
Masa			
0,083	kg	Harina de maíz	Tamizada
0,028	l	Agua	
0,014	kg	Azúcar	
0,042	kg	Manteca de cerdo	Derretida
0,001	kg	Sal	
0,050	kg	Huevo	
0,139	kg	Puré de mango	
0,139	l	Acetite	
PROCEDIMIENTO			COSTO
1) Realizar un sirope con el agua y el azúcar. 2) Incorporar el sirope, la manteca, la sal y la harina. 4) Cocinar la mezcla por 5 minutos. 5) Incorporar los huevos y mezclar bien. 6) Colocar el mango y mezclar hasta que todo este homogéneo. 7) Dar forma y freír.			-
			0,14
			-
			0,02
			0,35
			0,00
			0,18
			1,67
			0,40
Costo Total de la Receta			2,36
Costo de la porción			0,24
Costo de venta			0,33
Precio de venta			0,66
Precio de venta + IVA			0,78

ANEXO N° 28 BIZCOCHUELO

NOMBRE RECETA : Bizcochuelo con almidón de papa					
No. RECETA : 015		NO. DE PORCIONES: 15		PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Masa					-
0,125	kg	Harina de maíz	Tamizada	1) Cremar la manteca con el azúcar y la esencia de vainilla.	0,21
0,219	l	Almidón de papa	Tamizada	2) Anadir la levadura. 3) Incorporar la harina y el almidón de papa.	0,56
0,313	kg	Azúcar		4) Mezclar hasta tener una masa uniforme.	0,34
0,313	kg	Manteca de cerdo		5) Hornear a 180C por 50 minutos.	2,66
0,006	kg	Levadura			0,01
0,006	kg	Esencia de vainilla			0,06
Costo Total de la Receta					3,84
Costo de la porción					0,38
Costo de venta					0,53
Precio de venta					0,86
Precio de venta + IVA					0,98

Helados

ANEXO N° 29 HELADO DE OVO

NOMBRE RECETA : Helado de ovo				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 016		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,667	kg	Ovo	Pulpa	1) Licuar la pulpa con el azúcar. 2) Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	8,33
0,200	kg	Azúcar		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la pulpa.	0,22
0,120	kg	Claros de huevo		4) Incorporar las claras a punto de nieve. 5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					9,30
Costo de la porción					0,93
Costo de venta					1,28
Precio de venta					1,61
Precio de venta + IVA					1,73

ANEXO N° 30 HELADO DE MORA

NOMBRE RECETA : Helado de Mora				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 017		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,667	kg	Mora	Pulpa	1) Licuar la pulpa con el azúcar.	2,28
0,200	kg	Azúcar		2) Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,22
0,120	kg	Claros de huevo		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la pulpa.	
				4) Incorporar las claras a punto de nieve.	
				5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					3,25
Costo de la porción					0,33
Costo de venta					0,45
Precio de venta					0,78
Precio de venta + IVA					0,90

ANEXO N° 31 HELADO DE CHOCOLATE

NOMBRE RECETA : Helado de Chocolate				NO. RECETA : 018	NO. DE PORCIONES:10	PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 I
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO	
0,267	kg	Chocolate		1) Licuar el chocolate con la leche y el azúcar.	1,33	
0,400	l	Leche		2)S obre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,48	
0,200	kg	Azúcar		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la mezcla.	0,22	
0,120	kg	Claras de huevo		4) Incorporar las claras a punto de nieve. 5) Mantener congelado.	0,75	
Costo Total de la Receta					2,04	
Costo de la porción					0,20	
Costo de venta					0,29	
Precio de venta					0,62	
Precio de venta + IVA					0,74	

ANEXO N° 32 HELADO DE NARANJILLA

NOMBRE RECETA : Helado de NaranjaJilla				NO. DE PORCIONES: 10	PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 I
No. RECETA : 019					
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,667	kg	NaranjaJilla	Pulpa	1) Licuar la pulpa con el azúcar. 2) Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce. 3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la pulpa. 4) Incorporar las claras a punto de nieve. 5) Mantener congelado.	2,84
0,200	kg	Azúcar			0,22
0,120	kg	Claros de huevo			0,75
				Costo Total de la Receta	3,81
				Costo de la porción	0,38
				Costo de venta	0,54
				Precio de venta	0,87
				Precio de venta + IVA	0,99

ANEXO N° 33 HELADO DE FRUTILLA

NOMBRE RECETA : Helado de Frutilla				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 020		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,67	kg	Pulpa de frutilla		1) Licuar la pulpa con el azúcar.	2,25
0,20	kg	Azúcar		2) Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,22
0,12	kg	Claras de huevo		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empieza a congelarse la pulpa. 4) Incorporar las claras a punto de nieve. 5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					3,22
Costo de la porción					0,32
Costo de venta					0,22
Precio de venta					0,55
Precio de venta + IVA					0,67

ANEXO N° 34 HELADO DE LECHE

NOMBRE RECETA : Helado de Leche				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 021		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,67	kg	Leche		1) Licuar la leche con el azúcar.	0,81
0,20	kg	Azúcar		2)S obre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,22
0,12	kg	Claras de huevo		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la mezcla 4) Incorporar las claras a punto de nieve. 5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					1,78
Costo de la porción					0,18
Costo de venta					0,26
Precio de venta					0,59
Precio de venta + IVA					0,71

ANEXO N° 35 HELADO DE VAINILLA

NOMBRE RECETA : Helado de Vainilla				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 I	
No. RECETA : 022		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,67	kg	Leche		1) Licuar la leche con el azúcar y la esencia de vainilla.	0,81
0,20	kg	Esencia de vainilla		2)Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	2,02
0,12	kg	Azúcar		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la mezcla.	0,13
0,12	kg	Claras de huevo		4) Incorporar las claras a punto de nieve. 5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					2,95
Costo de la porción					0,30
Costo de venta					0,42
Precio de venta					0,75
Precio de venta + IVA					0,87

ANEXO N° 36 HELADO DE MARACUYÁ

NOMBRE RECETA : Helado de Maracuya				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 023		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,67	kg	Pulpa de maracuyá		1) Licuar la pulpa co n el azúcar.	3,55
0,33	kg	Azúcar		2)Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,37
0,12	kg	Claras de huevo		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empieza a congelarse la pulpa.	
				4) Incorporar las claras a punto de nieve.	
				5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					4,66
Costo de la porción					0,47
Costo de venta					0,65
Precio de venta					0,98
Precio de venta + IVA					1,10

ANEXO N° 37 HELADO DE TAMARINDO

NOMBRE RECETA : Helado de Tamarindo					
No. RECETA : 024		NO. DE PORCIONES:10		PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,67	kg	Pulpa de tamarindo		1) Licuar la pulpa con el azúcar.	3,31
0,33	kg	Azúcar		2) Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,37
0,12	kg	Claras de huevo		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la pulpa.	
				4) Incorporar las claras a punto de nieve.	
				5) Mantener congelado.	0,75
Costo Total de la Receta					4,42
Costo de la porción					0,44
Costo de venta					0,61
Precio de venta					0,94
Precio de venta + IVA					1,06

ANEXO N° 38 HELADO DE CHIRIMOYA

NOMBRE RECETA : Helado de Chirimoya				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 0025		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,67	kg	Pulpa de Chirimoya		1) Licuar la pulpa con el azúcar.	4,05
0,20	kg	Azúcar		2) Sobre una cama de hielo colocar una paila de bronce.	0,22
0,12	kg	Claras de huevo		3) En la paila colocar la mezcla y mezclar hasta que empiece a congelarse la pulpa.	
				4) Incorporar las claras a punto de nieve.	0,75
				5) Mantener congelado.	
Costo Total de la Receta					5,02
Costo de la porción					0,50
Costo de venta					0,69
Precio de venta					1,02
Precio de venta + IVA					1,14

Bebidas típicas

ANEXO N° 39 CHICHA DE ARROZ

No. RECETA : 026			NOMBRE RECETA : Chicha de arroz		NO. DE PORCIONES: 10		PESO POR PORCIÓN: 0,250 l	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO			
0,24	kg	Arroz		1) Remojar por 4 días	0,34			
0,005	kg	Canela		2) Infusionar las hierbas junto con la canela en el agua y dejar enfriar	0,02			
0,005	kg	Hierba Luisa		3) Licuar con el agua el arroz y las frutas.	0,08			
0,01	kg	Cedón		4) Colocar en un recipiente	0,07			
0,087	kg	NaranjaJilla		5) Dejar reposar por lo menos 5 días antes de servir	0,16			
0,094202899	kg	Piña			0,19			
2,173913043	l	Agua			-			
Costo Total de la Receta					0,86			
Costo de la porción					0,09			
Costo de venta					0,12			
Precio de venta					0,45			
Precio de venta + IVA					0,57			

ANEXO N° 40 CHAMPUS

NOMBRE RECETA : Champus				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 l	
No. RECETA : 027		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,686	kg	Maíz		1) Remojar por 10 días el maíz partido, cambiar de agua cada 3 días	2,01
2,143	l	Agua			-
7,143	u	Hoja de naranja		2) Cocinar el mote	0,14
0,324	kg	Mote		3) Licuar el maíz previamente remojado y cernir	0,97
0,143	kg	Panela		3) Incorporar en una olla todos los ingredientes junto con las hojas de naranja y dejar cocinar	0,38
0,357	kg	Agua		5) Colar la panela y el agua en una olla y dejar cocinar hasta tener un almíbar espeso.	-
Costo Total de la Receta					3,50
Costo de la porción					0,35
Costo de venta					0,48
Precio de venta					0,81
Precio de venta + IVA					0,93

Cafés

ANEXO N° 41 MOCACCINO

NOMBRE RECETA : Mocaccino				PESO POR PORCIÓN: 0 ,200 l	
No. RECETA : 028		NO. DE PORCIONES: 10			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,952	l	Esencia de café		1) Espumar la leche 2) Incorporar la esencia del café y el azúcar 3) En forma de chorro colocar el chocolate.	9,52
0,952	l	Leche			1,15
0,048	kg	Chocolate	Liquidado		0,14
0,030	kg	Azúcar			0,03
Costo Total de la Receta					10,85
Costo de la porción					1,09
Costo de venta					1,49
Precio de venta					1,82
Precio de venta + IVA					1,94

ANEXO N° 42 CAPUCCINO

NOMBRE RECETA : Capuccino					
No. RECETA : 029		NO. DE PORCIONES: 10		PESO POR PORCIÓN: 0,157 l	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,22	l	Esencia de café		1) Espumar la leche junto con la crema de leche. 2) Incorporar la esencia de café y el azúcar. 3) Espolvorear la canela	2,22
1,27	l	Leche			1,54
0,02	kg	Canela en polvo			0,57
0,06	kg	Azúcar			0,06
0,178	kg	Crema de leche			0,69
Costo Total de la Receta					4,39
Costo de la porción					0,44
Costo de venta					0,60
Precio de venta					0,93
Precio de venta + IVA					1,05

ANEXO N° 43 AMERICANO

NOMBRE RECETA :Americano					
No. RECETA : 030		NO. DE PORCIONES: 10		PESO POR PORCIÓN: 0 ,156 l	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,288	l	Esencia de café		1) Mezclar la esencia de café con el agua y el azucar.	2,88
0,769	l	Agua			-
0,144	kg	Azucar			0,16
				Costo Total de la Receta	3,04
				Costo de la porción	0,30
				Costo de venta	0,42
				Precio de venta	0,75
				Precio de venta + IVA	0,87

ANEXO N° 44 Expresso

NOMBRE RECETA : Espresso					
No. RECETA : 032		NO. DE PORCIONES: 10		PESO POR PORCIÓN: 0,025 l	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,17	l	Esencia de café		1) Mezclar la esencia de café con el agua y el azúcar.	1,67
0,05	l	Agua			-
0,03	kg	Azúcar			0,04
Costo Total de la Receta					1,70
Costo de la porción					0,17
Costo de venta					0,24
Precio de venta					0,57
Precio de venta + IVA					0,69

ANEXO N° 45 Late

NOMBRE RECETA :Late				PESO POR PORCIÓN: 0,1431	
No. RECETA : 031		NO. DE PORCIONES: 20			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	OBSERVACIONES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,100	l	Esencia de café		1) Espumar la leche	1,00
0,750	l	Agua		2) Mezclar la esencia de café con el agua y el azúcar.	-
0,080	kg	Azúcar		3) Anadir la mezcla a la leche en forma de hilo.	0,09
0,500	l	Leche			0,61
Costo Total de la Receta					1,09
Costo de la porción					0,11
Costo de venta					0,15
Precio de venta					0,48
Precio de venta + IVA					0,60

ANEXO N° 46 PAN DE MAIZ

NOMBRE RECETA : Pan de maiz								
No. RECETA : 001		NO. DE PORCIONES: 20			PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,200	kg	Harina de trigo	1,900	0,000	100,000	0,200	0,200	0,38
0,084	kg	Harina de maiz	1,650	0,000	100,000	0,084	0,084	0,14
0,040	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,040	0,040	0,34
0,120	kg	Huevos	3,250	11,000	89,000	0,107	0,135	0,44
0,004	kg	Levadura en polvo	2,380	0,000	100,000	0,004	0,004	0,01
0,004	kg	Polvo de hornear	6,000	0,000	100,000	0,004	0,004	0,02
0,003	kg	Sal	0,460	0,000	100,000	0,003	0,003	0,00
0,015	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,015	0,015	0,02
0,124	l	Leche	1,210	0,000	100,000	0,124	0,124	0,15
0,050	kg	Queso fresco	7,880	0,000	100,000	0,050	0,050	0,39
Costo Total de la Receta								1,89
Costo de la porción								0,09
Costo de venta								0,16
Precio de venta								0,49
Precio de venta + IVA								0,61

ANEXO N° 47 QUESADILLA DE IMBABURA

No. RECETA : 002		NO. DE PORCIONES: 20				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		COSTO FINAL
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad - merma	Cantidad final	
0,221	kg	Harina de trigo	1,600	0,000	100,000	0,221	0,221	0,35
0,004	kg	Levadura	2,360	0,000	100,000	0,004	0,004	0,01
0,083	kg	Azucar	1,100	0,000	100,000	0,083	0,083	0,09
0,055	kg	Mantecca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,055	0,055	0,47
0,002	kg	Polvo de hornear	6,000	0,000	100,000	0,002	0,002	0,01
0,073	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,038	0,140	0,46
Relleno								0,00
0,071	kg	Yemas de huevo	3,250	69,000	31,000	0,022	0,229	0,74
0,002	kg	Levadura	2,360	0,000	100,000	0,002	0,002	0,00
0,012	kg	Queso	7,880	0,000	100,000	0,012	0,012	0,10
0,012	kg	Azucar	1,100	0,000	100,000	0,012	0,012	0,01
0,002	kg	Polvo de hornear	6,000	0,000	100,000	0,002	0,002	0,01
Costo Total de la Receta								2,24
Costo de la porción								0,11
Costo de venta								0,15
Precio de venta								0,50
Precio de venta + IVA								0,62

ANEXO N° 48 PANUCHAS

NOMBRE RECETA : Panuchas

No. RECETA : 003		NO. DE PORCIONES: 20					PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL	
Masa								0,00	
0,213	kg	Harina de maiz	1,650	0,000	100,000	0,213	0,213	0,35	
0,107	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,107	0,107	0,12	
0,059	kg	Queso	7,880	0,000	100,000	0,059	0,059	0,46	
0,002	kg	Polvo de hornear	6,000	0,000	100,000	0,002	0,002	0,01	
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75	
0,080	kg	Manteca	8,500	0,000	100,000	0,080	0,080	0,68	
Relleno								0,00	
0,029	kg	Yemas de huevo	3,250	69,000	31,000	0,009	0,094	0,30	
0,024	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,024	0,024	0,03	
Costo Total de la Receta								2,71	
Costo de la porción								0,14	
Costo de venta								0,26	
Precio de venta								0,59	
Precio de venta + IVA								0,71	

ANEXO N° 49 PAN MESTIZO

NOMBRE RECETA : Pan mestizo

No. RECETA : 004		NO. DE PORCIONES: 20				PESO POR PORCIÓN: 0,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
Masa								
0,331	kg	Harina de integral	1,370	0,000	100,000	0,331	0,331	0,45
0,110	kg	Harina de trigo	1,600	0,000	100,000	0,110	0,110	0,18
0,088	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,088	0,088	0,75
0,005	kg	Sal	0,460	0,000	100,000	0,005	0,005	0,00
0,001	kg	Polvo de hornear	6,000	48,000	52,000	0,001	0,002	0,01
0,002	kg	Levadura	2,370	0,000	100,000	0,002	0,002	0,01
0,122	l	Leche	1,210	0,000	100,000	0,122	0,122	0,15
Relleno								
0,110	kg	Harina de trigo	1,600	0,000	100,000	0,110	0,110	0,18
0,740	kg	Huevos	3,250	11,000	89,000	0,659	0,831	2,70
0,001	kg	Levadura	2,370	0,000	100,000	0,001	0,001	0,00
0,001	kg	Polvo de hornear	6,000	0,000	100,000	0,001	0,001	0,01
0,029	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,029	0,029	0,25
0,003	kg	Sal	0,460	0,000	100,000	0,003	0,003	0,00
Costo Total de la Receta								1,72
Costo de la porción								0,09
Costo de venta								0,10
Precio de venta								0,40
Precio de venta + IVA								0,52

ANEXO N° 50 MUYUELO

NOMBRE RECETA : Muyuelo

No. RECETA : 005		NO. DE PORCIONES: 80				PESO POR PORCIÓN: 0,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
Masa								0,00
0,750	kg	Harina de trigo	1,900	0,000	100,000	0,750	0,750	1,43
0,150	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,150	0,150	1,28
0,020	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,020	0,020	0,02
0,010	kg	Sal	0,460	0,000	100,000	0,010	0,010	0,00
0,010	kg	Polvo de hornear	6,000	48,000	52,000	0,005	0,020	0,12
0,051	kg	Levadura	2,380	0,000	100,000	0,051	0,051	0,12
0,250	u	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,130	0,481	1,56
Relleno								
0,100	u	Yemas de huevo	3,250	69,000	31,000	0,031	0,323	1,05
0,070	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,070	0,070	0,08
Costo Total de la Receta								
Costo de la porción								
Costo de venta								
Precio de venta								
Precio de venta + IVA								
							5,58	
							0,28	
							0,45	
							0,78	
							0,90	

ANEXO N° 51 DULCE DE ZAMBO

NOMBRE RECETA :Dulce de zambo

No. RECETA : 006		NO. DE PORCIONES: 5				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,233	kg	Agua	0,000	0,000	100,000	0,233	0,233	0,00
0,116	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,116	0,116	0,13
0,116	kg	Zambo	2,710	30,000	70,000	0,081	0,166	0,45
0,035	kg	Guayaba	1,900	13,000	87,000	0,030	0,040	0,08
Costo Total de la Receta								0,65
Costo de la porción								0,13
Costo de venta								0,18
Precio de venta								0,51
Precio de venta + IVA								0,63

ANEXO N° 52

DULCE DE REMOLACHA CON NARANJILLA

NOMBRE RECETA : Dulce de remolacha con naranjilla

NO. RECETA : 007		NO. DE PORCIONES: 5				PESO POR PORCIÓN: 0,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,233	kg	Agua	0,000	0,000	100,000	0,233	0,233	0,00
0,116	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,116	0,116	0,13
0,116	kg	Remolacha	0,860	12,000	88,000	0,102	0,132	0,11
0,035	kg	Naranjilla	1,780	5,000	95,000	0,033	0,037	0,07
Costo Total de la Receta								0,31
Costo de la porción								0,06
Costo de venta								0,09
Precio de venta								0,42
Precio de venta + IVA								0,54

ANEXO N° 53 DULCE DE NÍSPERERO

NOMBRE RECETA :Dulce de Nispero									
No. RECETA : 008		NO. DE PORCIONES: 5				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL	
0,083	kg	Agua	0,000	0,000	100,000	0,083	0,083	0,00	
0,208	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,208	0,208	0,23	
0,208	kg	Nisperos	5,000	5,000	95,000	0,198	0,219	1,10	
Costo Total de la Receta									1,33
Costo de la porción									0,27
Costo de venta									0,37
Precio de venta									0,70
Precio de venta + IVA									0,82

ANEXO N° 54 ARROPE DE MORA

NOMBRE RECETA :Arrope de mora

No. RECETA : 009		NO. DE PORCIONES: 5					PESO POR PORCIÓN: 0,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL	
0,083	kg	Agua	0,000	0,000	100,000	0,083	0,083	0,00	
0,250	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,250	0,250	0,28	
0,167	kg	Mora	4,480	7,000	93,000	0,155	0,179	0,80	
Costo Total de la Receta									
1,08									
Costo de la porción									
0,22									
Costo de venta									
0,30									
Precio de venta									
0,63									
Precio de venta + IVA									
0,75									

ANEXO N° 55 ARROPE DE UVILLA

NOMBRE RECETA :Arrope de uvilla

No. RECETA : 010		NO. DE PORCIONES: 5				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,083	kg	Agua	0,000	0,000	100,000	0,083	0,083	0,00
0,250	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,250	0,250	0,28
0,167	kg	Uvilla	3,500	0,000	100,000	0,167	0,167	0,58
Costo Total de la Receta								0,86
Costo de la porción								0,17
Costo de venta								0,24
Precio de venta								0,57
Precio de venta + IVA								0,69

ANEXO N° 56 NOGADA

NOMBRE RECETA : Nogadas

No. RECETA : 011		No. DE PAX:10				PESO POR PORCIÓN: 0,106 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,625	kg	Panela	2,660	0,000	100,000	0,625	0,625	1,66
0,125	l	Agua	0,000	0,000	100,000	0,125	0,125	0,00
0,313	kg	Tocte pelado	10,000	0,000	100,000	0,313	0,313	3,13
Costo Total de la Receta								4,79
Costo de la porción								0,48
Costo de venta								0,66
Precio de venta								0,99
Precio de venta + IVA								1,11

ANEXO N° 57
MOJICONES

NOMBRE RECETA : Mojicones									
No. RECETA : 012		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL	
Masa									
0,150	kg	Yemas de huevo	0,190	69,000	31,000	0,047	0,484	0,09	
0,150	kg	Huevos	3,250	11,000	89,000	0,134	0,169	0,55	
0,003	kg	Sal	0,460	0,000	100,000	0,003	0,003	0,00	
0,006	kg	Licor/ puntas	7,920	0,000	100,000	0,006	0,006	0,05	
0,006	kg	Manteguilla	9,790	0,000	100,000	0,006	0,006	0,06	
0,375	kg	Harina de maiz	1,650	0,000	100,000	0,375	0,375	0,62	
Cobertura								0,00	
0,038	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,020	0,072	0,23	
0,143	kg	Panela	2,660	0,000	100,000	0,143	0,143	0,38	
0,143	l	agua	0,000	0,000	100,000	0,143	0,143	0,00	
Costo Total de la Receta									1,99
Costo de la porción									0,20
Costo de venta									0,28
Precio de venta									0,61
Precio de venta + IVA									0,73

**ANEXO N° 58
VICUNDOS**

NOMBRE RECETA : Vicundos

No. RECETA : 013		NO. DE PORCIONES: 10					PESO POR PORCIÓN: 0,100 kg	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
Masa								0,00
0,454	kg	Harina de mote	1,600	0,000	100,000	0,454	0,454	0,73
0,454	kg	Queso fresco	7,880	0,000	100,000	0,454	0,454	3,58
0,480	kg	Huevos	3,250	11,000	89,000	0,427	0,539	1,75
0,227	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,227	0,227	1,93
0,454	kg	Panela	2,660	0,000	100,000	0,454	0,454	1,21
0,029	kg	Levadura	2,370	0,000	100,000	0,029	0,029	0,07
20,00	u	hojas de achira o vicundo	0,030	0,000	100,000	20,000	20,000	0,60
Costo Total de la Receta								9,86
Costo de la porción								0,99
Costo de venta								1,36
Precio de venta								1,69
Precio de venta + IVA								1,81

ANEXO N° 59 BUÑUELOS DE MANGO Y MIEL

NOMBRE RECETA : Buñuelos de mango y panela

No. RECETA : 014		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0,050 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
Masa								0,00
0,083	kg	Harina de maíz	1,650	0,000	100,000	0,083	0,083	0,14
0,028	l	Agua	0,000	0,000	100,000	0,028	0,028	0,00
0,014	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,014	0,014	0,02
0,042	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,042	0,042	0,35
0,001	kg	Sal	0,460	0,000	100,000	0,001	0,001	0,00
0,050	kg	Huevo	3,250	11,000	89,000	0,045	0,056	0,18
0,139	kg	Puré de mango	6,000	50,000	50,000	0,069	0,278	1,67
0,139	l	Aceite	2,860	0,000	100,000	0,139	0,139	0,40
Costo Total de la Receta								2,36
Costo de la porción								0,24
Costo de venta								0,33
Precio de venta								0,66
Precio de venta + IVA								0,78

ANEXO N° 60 BIZCOCHUELO

NOMBRE RECETA : Bizcochuelo con almidón de papa

No. RECETA : 015		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
Masa								0,00
0,125	kg	Harina de maíz	1,650	0,000	100,000	0,125	0,125	0,21
0,219	l	Almidón de papa	2,540	0,000	100,000	0,219	0,219	0,56
0,313	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,313	0,313	0,34
0,313	kg	Manteca de cerdo	8,500	0,000	100,000	0,313	0,313	2,66
0,006	kg	Levadura	2,370	0,000	100,000	0,006	0,006	0,01
0,006	kg	Esencia de vainilla	10,080	0,000	100,000	0,006	0,006	0,06
Costo Total de la Receta								3,84
Costo de la porción								0,38
Costo de venta								0,53
Precio de venta								0,86
Precio de venta + IVA								0,98

ANEXO N° 61 HELADO DE OVO

NOMBRE RECETA : Helado de ovo

No. RECETA : 016		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Ovo	5,000	60,000	40,000	0,267	1,667	8,33
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								9,30
Costo de la porción								0,93
Costo de venta								1,28
Precio de venta								1,61
Precio de venta + IVA								1,73

ANEXO N° 62 HELADO DE MORA

NOMBRE RECETA : Helado de Mora

No. RECETA : 017		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Pulpa de mora	3,420	0,000	100,000	0,667	0,667	2,28
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								3,25
Costo de la porción								0,33
Costo de venta								0,45
Precio de venta								0,78
Precio de venta + IVA								0,90

ANEXO N° 63 HELADO DE CHOCOLATE

NOMBRE RECETA : Helado de Chocolate

No. RECETA : 018		NO. DE PORCIONES:10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,267	kg	Chocolate	5,000	0,000	100,000	0,267	0,267	1,33
0,400	l	Leche	1,210	0,000	100,000	0,400	0,400	0,48
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								
2,04								
Costo de la porción								
0,20								
Costo de venta								
0,29								
Precio de venta								
0,62								
Precio de venta + IVA								
0,74								

ANEXO N° 64 HELADO DE NARANJILLA

NOMBRE RECETA : Helado de NaranjaJilla

No. RECETA : 019		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Pulpa de naranjaJilla	4,260	0,000	100,000	0,667	0,667	2,84
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								3,81
Costo de la porción								0,38
Costo de venta								0,54
Precio de venta								0,87
Precio de venta + IVA								0,99

ANEXO N° 65 HELADO DE FRUTILLA

NOMBRE RECETA : Helado de Frutilla

No. RECETA : 020		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Pulpa de frutilla	3,380	0,000	100,000	0,667	0,667	2,25
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								3,22
Costo de la porción								0,32
Costo de venta								0,22
Precio de venta								0,55
Precio de venta + IVA								0,67

ANEXO N° 66

HELADO DE LECHE

NOMBRE RECETA : Helado de Leche

No. RECETA : 021		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Leche	1,210	0,000	100,000	0,667	0,667	0,81
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								1,78
Costo de la porción								0,18
Costo de venta								0,26
Precio de venta								0,59
Precio de venta + IVA								0,71

ANEXO N° 67 HELADO DE VAINILLA

NOMBRE RECETA : Helado de Vainilla

No. RECETA : 022		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Leche	1,210	0,000	100,000	0,667	0,667	0,81
0,200	kg	Esencia de vainilla	10,080	0,000	100,000	0,200	0,200	2,02
0,120	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,120	0,120	0,13
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								2,95
Costo de la porción								0,30
Costo de venta								0,42
Precio de venta								0,75
Precio de venta + IVA								0,87

ANEXO N° 68 HELADO DE MARACUYÁ

NOMBRE RECETA : Helado de Maracuyá

No. RECETA : 023		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Pulpa de maracuyá	5,320	0,000	100,000	0,667	0,667	3,55
0,333	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,333	0,333	0,37
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								4,66
Costo de la porción								0,47
Costo de venta								0,65
Precio de venta								0,98
Precio de venta + IVA								1,10

ANEXO N° 69 HELADO DE TAMARINDO

NOMBRE RECETA : Helado de Tamarindo

No. RECETA : 024		NO. DE PORCIONES:10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Pulpa de tamarindo	4,960	0,000	100,000	0,667	0,667	3,31
0,333	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,333	0,333	0,37
0,120	kg	Claras de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								4,42
Costo de la porción								0,44
Costo de venta								0,61
Precio de venta								0,94
Precio de venta + IVA								1,06

ANEXO N° 70 HELADO DE CIRIMOYA

NOMBRE RECETA : Helado de Chirimoya

No. RECETA : 0025		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,100 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,667	kg	Pulpa de Chirimoya	4,250	30,000	70,000	0,467	0,952	4,05
0,200	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,200	0,200	0,22
0,120	kg	Claros de huevo	3,250	48,000	52,000	0,062	0,231	0,75
Costo Total de la Receta								5,02
Costo de la porción								0,50
Costo de venta								0,69
Precio de venta								1,02
Precio de venta + IVA								1,14

ANEXO N° 71 CHICHA DE ARROZ

NOMBRE RECETA : Chicha de arroz

No. RECETA : 026		NO. DE PORCIONES: 69				PESO POR PORCIÓN: 0,250 L		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,239	kg	Arroz	1,440	0,000	100,000	0,239	0,239	0,34
0,005	kg	Canela	3,480	0,000	100,000	0,005	0,005	0,02
0,005	kg	Hierba Luisa	15,730	0,000	100,000	0,005	0,005	0,08
0,005	kg	Cedrón	14,300	0,000	100,000	0,005	0,005	0,07
0,087	kg	NaranjaJilla	1,780	5,000	95,000	0,083	0,092	0,16
0,094	kg	Pina	1,770	10,000	90,000	0,085	0,105	0,19
2,174	l	Agua	0,000	0,000	100,000	2,174	2,174	0,00
Costo Total de la Receta								0,86
Costo de la porción								0,09
Costo de venta								0,12
Precio de venta								0,45
Precio de venta + IVA								0,57

ANEXO N° 72 CHAMPUS

NOMBRE RECETA : Champus

No. RECETA : 027		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0,250 L		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,686	kg	Maíz	2,930	0,000	100,000	0,686	0,686	2,01
2,143	l	Agua	0,000	0,000	100,000	2,143	2,143	0,00
7,143	u	Hoja de naranja	0,020	0,000	100,000	7,143	7,143	0,14
0,324	kg	Mote	3,000	0,000	100,000	0,324	0,324	0,97
Miel de panela								
0,143	kg	Panela	2,660	0,000	100,000	0,143	0,143	0,38
0,357	kg	Agua	0,000	0,000	100,000	0,357	0,357	0,00
Costo Total de la Receta								3,50
Costo de la porción								0,35
Costo de venta								0,48
Precio de venta								0,81
Precio de venta + IVA								0,93

ANEXO N° 73 MOCACCINO

NOMBRE RECETA :Mocaccino

No. RECETA : 028		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,200 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,952	l	Esencia de café	10,000	0,000	100,000	0,952	0,952	9,52
0,952	l	Leche	1,210	0,000	100,000	0,952	0,952	1,15
0,048	kg	Chocolate	3,000	0,000	100,000	0,048	0,048	0,14
0,030	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,030	0,030	0,03
Costo Total de la Receta								10,85
Costo de la porción								1,09
Costo de venta								1,49
Precio de venta								1,82
Precio de venta + IVA								1,94

ANEXO N° 74 CAPUCCINO

NOMBRE RECETA : Capuccino

No. RECETA : 029		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0,175 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,222	l	Esencia de café	10,000	0,000	100,000	0,222	0,222	2,22
1,272	l	Leche	1,210	0,000	100,000	1,272	1,272	1,54
0,022	kg	Canela en polvo	25,650	0,000	100,000	0,022	0,022	0,57
0,056	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,056	0,056	0,06
0,178	kg	Crema de leche	3,860	0,000	100,000	0,178	0,178	0,69
Costo Total de la Receta								4,39
Costo de la porción								0,44
Costo de venta								0,60
Precio de venta								0,93
Precio de venta + IVA								1,05

ANEXO N° 74 AMERICANO

NOMBRE RECETA :Americano

No. RECETA : 030		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,120 kg		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,288	l	Esencia de café	10,000	0,000	100,000	0,288	0,288	2,88
0,769	l	Agua	0,000	0,000	100,000	0,769	0,769	0,00
0,144	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,144	0,144	0,16
Costo Total de la Receta								3,04
Costo de la porción								0,30
Costo de venta								0,42
Precio de venta								0,75
Precio de venta + IVA								0,87

ANEXO N° 75 LATE

NOMBRE RECETA :Late

No. RECETA : 031		NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0,1431		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL
0,100	l	Esencia de café	10,000	0,000	100,000	0,100	0,100	1,00
0,750	l	Agua	0,000	0,000	100,000	0,750	0,750	0,00
0,080	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,080	0,080	0,09
0,500	l	Leche	1,210	0,000	100,000	0,500	0,500	0,61
Costo Total de la Receta								1,09
Costo de la porción								0,11
Costo de venta								0,15
Precio de venta								0,48
Precio de venta + IVA								0,60

ANEXO N° 76 EXPRESSO

NOMBRE RECETA :Expresso									
No. RECETA : 032			NO. DE PORCIONES: 10				PESO POR PORCIÓN: 0 ,025 l		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	Costo por kilo	% De Merma	%De Rendimiento	Cantidad menos merma	Cantidad final	COSTO FINAL	
0,167	l	Esencia de café	10,000	0,000	100,000	0,167	0,167	1,67	
0,050	l	Agua	0,000	0,000	100,000	0,050	0,050	0,00	
0,033	kg	Azúcar	1,100	0,000	100,000	0,033	0,033	0,04	
Costo Total de la Receta								1,70	
Costo de la porción								0,17	
Costo de venta								0,24	
Precio de venta								0,57	
Precio de venta + IVA								0,69	

Formato de contrato

ANEXO N° 77

CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA

CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA

En la ciudad de Quito, a los día del mes de..... del, comparecen por una parte el, a quien se lo llamará EL EMPLEADOR; y por otra parte el señor, a quien se le llamará EL EMPLEADO, ambos domiciliados en Quito, capaces ante la ley para celebrar cualquier acto o contrato, concertando libremente el celebrar el presente contrato a prueba, estipulando las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- El segundo de los comparecientes, señor....., se compromete a prestar sus servicios personales lícitos en calidad de, pero se entiende también que puede ocuparse en cualquier otro asunto para el cual el requiera el apoyo profesional.

SEGUNDA.- EL EMPLEADO realizará su trabajo ende la ciudad de Quito.

TERCERA.- El empleado prestara sus servicios en jornadas de trabajo deen horario de, entendiéndose que este horario podrá variar de acuerdo a los requerimientos de "EL EMPLEADOR ", siendo así mismo convenido por las partes que EL EMPLEADO labore tiempo suplementario y extraordinario cuando las circunstancias lo ameriten, quedando entendido que, en tales casos, percibirá la remuneración adicional que por ley le corresponda.

CUARTA.- EL EMPLEADO, señor recibirá como contraprestación por los servicios que ejecute una remuneración mensual fija de así como las prestaciones sociales y laborables establecidas por la Ley, remuneración que será pagadera por quincenas vencidas, previas las deducciones legales a que hubiere lugar.

QUINTA.- El presente contrato es a tiempo indefinido.

SEXTA.- Para el caso de incumplimiento de las partes a las normas que reglan el presente contrato, estas se sujetarán a los Jueces competentes de esta Jurisdicción, sometiéndose al procedimiento oral que determina el Art. 575 del Código de Trabajo.

Leído que fue el presente contrato en su integridad, las partes se ratifican en todo su contenido, firmando para constancia en tres ejemplares idénticos y de igual tenor.

EMPLEADOR

EMPLEADO

ANEXO N° 78**CONTRATO DE TRABAJO EVENTUAL****CONTRATO DE TRABAJO EVENTUAL**

En la ciudad de Quito, a los días del mes de del, comparecen por una parte el, a quien se lo llamará EL EMPLEADOR; y por otra parte el señor, a quien se le llamará EL EMPLEADO, ambos domiciliados en Quito, capaces ante la ley para celebrar cualquier acto o contrato, concertando libremente el celebrar el presente contrato a prueba, estipulando las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- El segundo de los comparecientes, señor....., se compromete a prestar sus servicios personales lícitos en calidad de....., pero se entiende también que puede ocuparse en cualquier otro asunto para el cual el requiera el apoyo profesional.

SEGUNDA.- EL EMPLEADO realizará su trabajo en de la ciudad de Quito.

TERCERA.- El empleado prestara sus servicios en jornadas de trabajo de en horario de, veinte horas semanales, entendiéndose que este horario podrá variar de acuerdo a los requerimientos de "EL EMPLEADOR", siendo así mismo convenido por las partes que EL EMPLEADO labore tiempo suplementario y extraordinario cuando las circunstancias lo ameriten, quedando entendido que, en tales casos, percibirá la remuneración adicional que por ley le corresponda.

CUARTA.- EL EMPLEADO, señor recibirá como contraprestación por los servicios que ejecute una remuneración mensual fija de así como las prestaciones sociales y laborables establecidas por la Ley, remuneración que será pagadera por quincenas vencidas, previas las deducciones legales a que hubiere lugar.

QUINTA.- El presente contrato individual de trabajo es eventual, se estipula por un período de ciento ochenta días, seis meses, durante los cuales, cualquiera de las partes lo pueden dar por terminado.

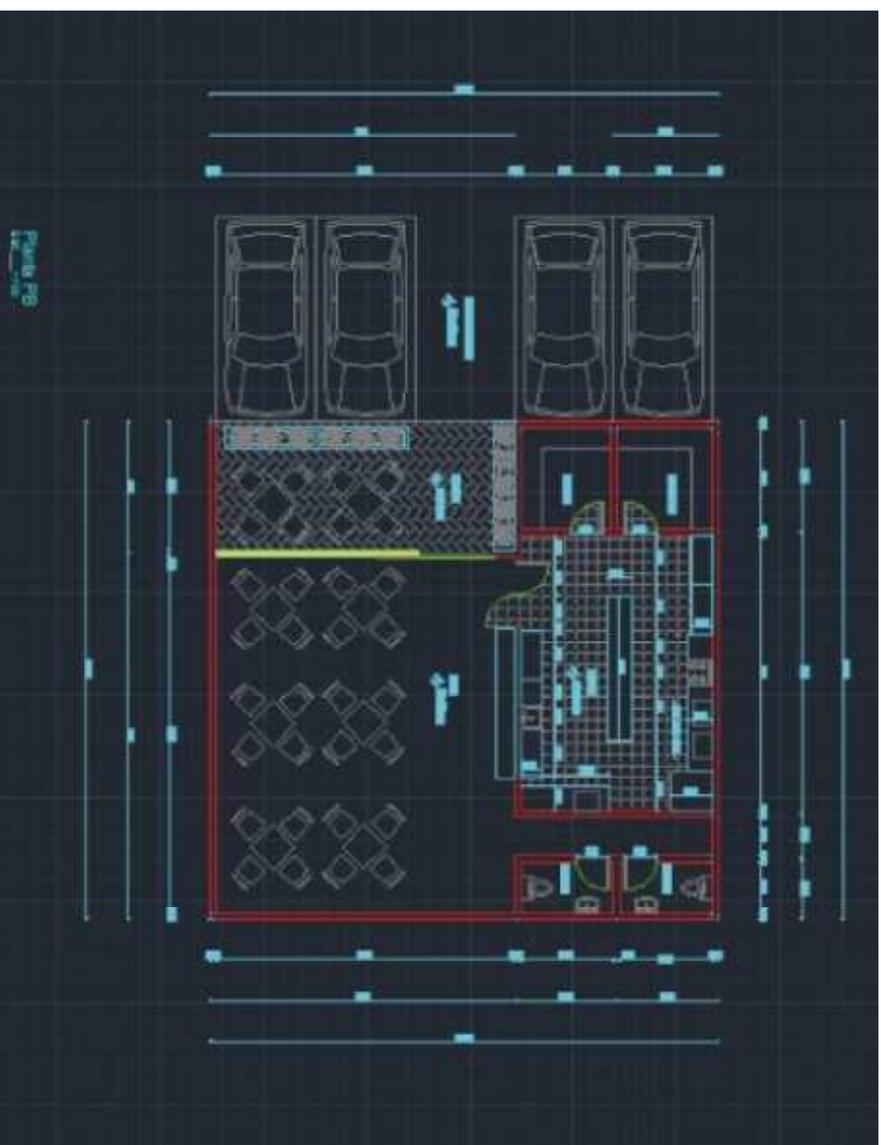
SEXTA.- Para el caso de incumplimiento de las partes a las normas que reglan el presente contrato, estas se sujetarán a los Jueces competentes de esta Jurisdicción, sometiéndose al procedimiento oral que determina el Art. 575 del Código de Trabajo.

Leído que fue el presente contrato en su integridad, las partes se ratifican en todo su contenido, firmando para constancia en tres ejemplares idénticos y de igual tenor.

EMPLEADOR

EMPLEADO

ANEXO N° 79 PLANO DEL LOCAL



Adaptado por: Cristian Torres

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	22
TABLA N° 2 PRODUCCIÓN MENSUAL	52
TABLA N° 3 TABLA SECTORIAL SALARIAL	55
TABLA N° 4 TABLA DÉCIMOS	56
TABLA N° 5 TABLA DE APORTACIONES	56
TABLA N° 6 TABLA DE PRESUPUESTO PARA UNIFORMES.....	57
TABLA N° 7 HORARIOS PERSONAL DE SERVICIO	58
TABLA N° 8 HORARIOS PERSONAL DE COCINA.....	59
TABLA N° 9 USO DE TABLAS DE PICAR.....	67
TABLA N° 10 ORGANIZACIÓN DEL REFRIGERADOR.....	68
TABLA N° 11 USO DE BASUREROS	69
TABLA N° 12 CUADRO DE INVERSIONES	74
TABLA N° 13 TABLA DE PRESUPUESTO PARA UNIFORMES DE COCINA....	76
TABLA N° 14 TABLA DE PRESUPUESTO DE UNIFORMES DE SERVICIO	76
TABLA N° 15 TABLA DE VAJILLA.....	77
TABLA N° 16 TABLA DE CRISTALERÍA	78
TABLA N° 17 TABLA DE CUBERTERÍA.....	78
TABLA N° 18 TABLA DE CUBERTERÍA.....	79

TABLA N° 19 TABLA DE PROYECCIÓN MENSUAL	80
TABLA N° 20 TABLA DE PROYECCIÓN DE MENSUAL	81
TABLA N° 21 TABLA DE PROYECCIÓN DE MENSUAL	82
TABLA N° 22 TABLA DE PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS	83
TABLA N° 23 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUAL	84
TABLA N° 24 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUAL	85
TABLA N° 25 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUAL	86
TABLA N° 26 TABLA DE PROYECCIÓN DE COSTOS A 5 AÑOS	87
TABLA N° 27 GASTOS FIJOS	88
TABLA N° 28 GASTOS VARIABLES	89
TABLA N° 29 PROYECCIÓN DE GASTOS TRIMESTRALES DE MENAJE	89
TABLA N° 30 TABLA DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CON PROYECCIÓN A 5 AÑOS	90
TABLA N° 31 TABLA DE PUNTO DE EQUILIBRIO 1ER AÑO	91
TABLA N° 32 TABLA DE CANTIDADES MAYORES Y MENORES DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	92
TABLA N° 33 TABLA DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS	94
ÍNDICE DE FIGURAS	
FIGURA N° 1 LOGOTIPO E ISOTIPO	4
FIGURA N° 2 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN RESIDENTE EN QUITO	15

FIGURA N° 3 RANGO DE EDAD.....	27
FIGURA N° 4 ZONA DE VIVIENDA DE POSIBLES CLIENTES.....	28
FIGURA N° 5 NACIONALIDAD DE LOS.....	29
FIGURA N° 6 RECONOCIMIENTO DEL PRODUCTO.....	30
FIGURA N° 7 HORARIOS PREFERENCIALES.....	31
FIGURA N° 8 HORARIOS PREFERENCIALES.....	32
FIGURA N° 9 ZONA REFERENCIAL.....	33
FIGURA N° 10 COSTO DE UN PAN.....	34
FIGURA N° 11 COSTO PROMEDIO UN DULCE TÍPICO.....	35
FIGURA N° 12 PRECIO PROMEDIO DE UN POSTRE TÍPICO.....	36
FIGURA N° 13 COSTO PROMEDIO DE UNA BEBIDA TÍPICA.....	37
FIGURA N° 14 FRECUENCIA DE ASISTENCIA A UNA DELI-PASTELERÍA.....	38
FIGURA N° 15 FRECUENCIA DE CONSUMO DE PRODUCTOS.....	39
FIGURA N° 16 TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	48
FIGURA N° 17 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	49
FIGURA N° 18 PLANO ARQUITECTÓNICO.....	50
FIGURA N° 19 PLANO ARQUITECTÓNICO DE LA COCINA.....	51
FIGURA N° 20 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA.....	54
FIGURA N° 21 ORGANIGRAMAS POR EFECTIVOS DE PERSONAL.....	55

FIGURA N° 22 PORTADA DE LA CARTA	60
FIGURA N° 23 PARTE POSTERIOR DE LA CARTA	61
FIGURA N° 24 CUADRO DE PLAZO DE DECLARACIONES	63