



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

ESCUELA DE GASTRONOMIA

PROYECTO “LA ROSALEDA TASCA ECUATORIANA BAR”

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

Profesor Lector

Mauricio Armendáris Carrasco

Autor

Hernán Mauricio Alarcón Zapata

Año

2013

DECLARACION DE PROFESOR LECTOR

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante Hernán Mauricio Alarcón Zapata, 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”

Mauricio Armendáris Carrasco
Ingeniero
C.I. 1710367184

DECLARACION 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”

Hernán Mauricio Alarcón Zapata
C.I. 1724261928

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecerle a Dios principalmente por hacerme un mejor ser humano cada día y ayudarme a cumplir todos mis objetivos siendo un mejor profesional, creo que sin su ayuda y apoyo no hubiera llegado a ser lo que hoy puedo decir que soy, un profesional.

A mis padres les agradezco mucho el esfuerzo que han hecho para que yo pueda convertirme en el profesional que ustedes y yo queríamos que me convirtiera y ahora podemos decir que el objetivo se ha logrado, gracias por nunca privarme de la posibilidad de ser mejor y de ayudarme en mi formación profesional y humanística.

Mil gracias por siempre estar ahí en los momentos de gloria y fracaso, aconsejándome o felicitándome, las personas que me rodea han hecho de mi una mejor persona y por eso un especial agradecimiento a cada uno de ustedes Familia, Amigos, Profesores y Compañeros.

Mauricio Alarcón Z.

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este plan de negocios a Dios por ser su hijo y ayudarme a mejorar cada día como mi padre que es que con su amor me ha ayudado a no rendirme nunca y a saber que los sueños se alcanzan siempre que pongas todo de ti en querer conseguirlos

A mis padres y familiares les quiero dedicar este plan de negocios por el esfuerzo que han hecho para que yo logre esto y por el apoyo y la comprensión en los momentos más difíciles. Sin ustedes nada de lo que soy lo hubiera llegado a ser, esto es para ustedes.

A mis compañeros y amigos gracias siempre por su ayuda y por compartir sus conocimientos conmigo, la verdad que sin ustedes en mi camino estaría perdido.

Gracias por trabajar juntos por ese futuro increíble que todos buscamos dando la mano al que más lo necesita. Mi eterna gratitud con ustedes.

Mauricio Alarcón Z.

RESUMEN

LA ROSALEDA TASCA ECUATORIANA BAR

Tasca, servicio que ofrece tapas (platos degustación o bocados) en este caso no de cocina española sino nuestra cocina típica adaptada a este concepto tanto la andina como la costeña, brindando una experiencia totalmente diferente a la que el cliente está acostumbrado a recibir y acompañado de vinos que se tendrá en una pequeña cava ubicada a la vista de los clientes en el mismo local, en este caso también se brindara un servicio completo de coctelería tanto de licores nacionales como internacionales y cervezas también nacionales e importadas.

Es importante destacar la diferencia que existe entre una Tasca y un bar, Tasca es un servicio que ofrece tapas de nuestra cocina típica en conjunto con vinos y Bar es un lugar en el cual se sirve bebidas alcohólicas y no alcohólicas mientras disfrutan de música.

Además de este concepto que se quiere ofrecer, buscamos una fusión con el otro concepto principal de La Rosaleda que es el ser un Sport Bar, es decir, brindar la posibilidad a los promitentes clientes que visiten el local de ver sus deportes favoritos mientras acompañan su estadía con los productos y servicios anteriormente mencionados. Con esto se quiere lograr dos ambientes en La Rosaleda, el uno como un lugar tranquilo para relajarse, mantener una conversación tranquila con un buen vino y un buen tapeo; y, el otro ambiente con la mejor selección de licores y cervezas nacionales e internacionales acompañado de un buen tapeo mientras disfrutan de su deporte favorito, teniendo así un doble concepto innovador.

ABSTRACT

LA ROSALEDA TASCA ECUATORIANA BAR

Tasca, a service that offers tapas (tasting dishes or snacks) in this case not Spanish cuisine instead of it our cuisine adapted to this concept. Including the Andean and the coastal, providing a different experience that you have come to expect and accompanied by wines that will be in a small cellar located at the view of people in the same room, in this case also would provide a full cocktail service and domestic and imported beers too.

In addition to this concept that want to be offer, we are looking for create a fusion with the other main concept that is being a Sport Bar, which means the possibility to offer the guests who visit the place to watch them favorite sports while accompany his tenure with the products and services mentioned above. The expectation is to have two rooms, the one as a quiet place to relax, maintain a quiet conversation with good wine and good tapas and another room with the best selection of liquors and domestic and international beers in the same way with good tapas while enjoying their favorite sport, finding there a double breakthrough concept.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| 1. CAPITULO I. INTRODUCCION | 1 |
| 1.1 NATURALEZA DEL PROYECTO | 1 |
| 1.2. VISIÓN | 2 |
| 1.3. MISIÓN..... | 2 |
| 1.4. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES | 2 |
| 1.4.1. OBJETIVO GENERAL | 2 |
| 1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS | 2 |
| 2. CAPITULO II. ANALISIS INTERNO Y EXTERNO..... | 3 |
| 2.1. ESTUDIO DE MERCADO..... | 4 |
| 2.1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO | 4 |
| 2.2. TIPO DE ESTUDIO DE MERCADO..... | 4 |
| 2.3. INVESTIGACION DE MERCADO | 11 |
| 2.4. COMPETENCIA DIRECTA..... | 12 |
| 2.5. COMPETENCIA INDIRECTA | 12 |
| 2.6. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO | 13 |
| 2.7. MACROENTORNO | 13 |
| 2.8. ESTUDIO TÉCNICO | 14 |
| 2.9. EQUIPAMIENTO..... | 15 |
| 3. CAPITULO III. ORGANIZACIÓN..... | 22 |
| 3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 22 |
| 3.2. OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN..... | 23 |
| 3.3. PUBLICIDAD..... | 23 |
| 3.4. POLITICAS DE LA EMPRESA | 25 |
| 3.5. REGLAS DE LA EMPRESA..... | 26 |
| 3.6. PERFILES DE PUESTO NORMAS INEN..... | 27 |
| 3.7. FORMA JURIDICA DE LA EMPRESA | 29 |
| 3.8. INVERSION FORMA JURIDICA | 30 |
| 3.9. MENU | 31 |
| 4. FINANCIAMIENTO | 32 |
| 4.1. ROL DE PAGOS..... | 34 |
| 5. CONCLUSIONES - 6. RECOMENDACIONES | 35 |
| 7. REFERENCIAS | 36 |
| . ANEXOS | 37 |

1. CAPITULO I. INTRODUCCION

La Rosaleda, Tasca Ecuatoriana-Bar, ofrece un concepto totalmente innovador en el mercado quiteño. Se trata de un lugar especializado en revolucionar la comida típica ecuatoriana y presentarla en forma de tapas, con nuevas presentaciones, nuevas texturas y definitivamente nuevas sensaciones.

Todo lo mencionado anteriormente acompañado de un servicio completo de bar que ofrecerá a los clientes todas las nuevas y clásicas tendencias en coctelería, aplicadas especialmente en licores ecuatorianos, además de una extensa carta de los mejores vinos ecuatorianos y latinoamericanos que acompañaran el tapeo ecuatoriano perfectamente. Se ofrecerán distintos paquetes de degustación que tendrán diferentes variedades de tapas y bebidas según el valor estipulado del paquete. Finalmente La Rosaleda ofrecerá una tendencia doble de visita que serán las siguientes: La primera como un lugar para conversar, reunirse con amigos y pasar un momento agradable acompañado de la mejor comida para compartir una interesante conversación degustando una buena copa de vino y la segunda como un Sport-Bar donde la gente se reunirá para ver una jornada de su deporte favorito en compañía de el mejor servicio de tapas ecuatorianas y los mejores tragos y cervezas

1.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

Nombre de la empresa: La Rosaleda Cia. Ltda.

Website : www.larosaleda.com.ec

Email: info@larosaleda.com.ec

Fecha de inicio de operaciones: 1 de mayo de 2014

Nombre del Creador: Hernán Mauricio Alarcón Zapata

1.2. VISIÓN

Llegar a ser el primer lugar en que la gente piense en visitar tanto como para una conversación con alguien especial o para ver deporte con amigos. Un lugar en que la gente se sienta a gusto y experimente nuevas sensaciones.

1.3. MISIÓN

Brindar una experiencia única a la gente mediante la revolución de la comida típica ecuatoriana mientras disfrutan de un momento agradable junto al mejor servicio de cocteles y de nuestra carta de vinos.

1.4. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

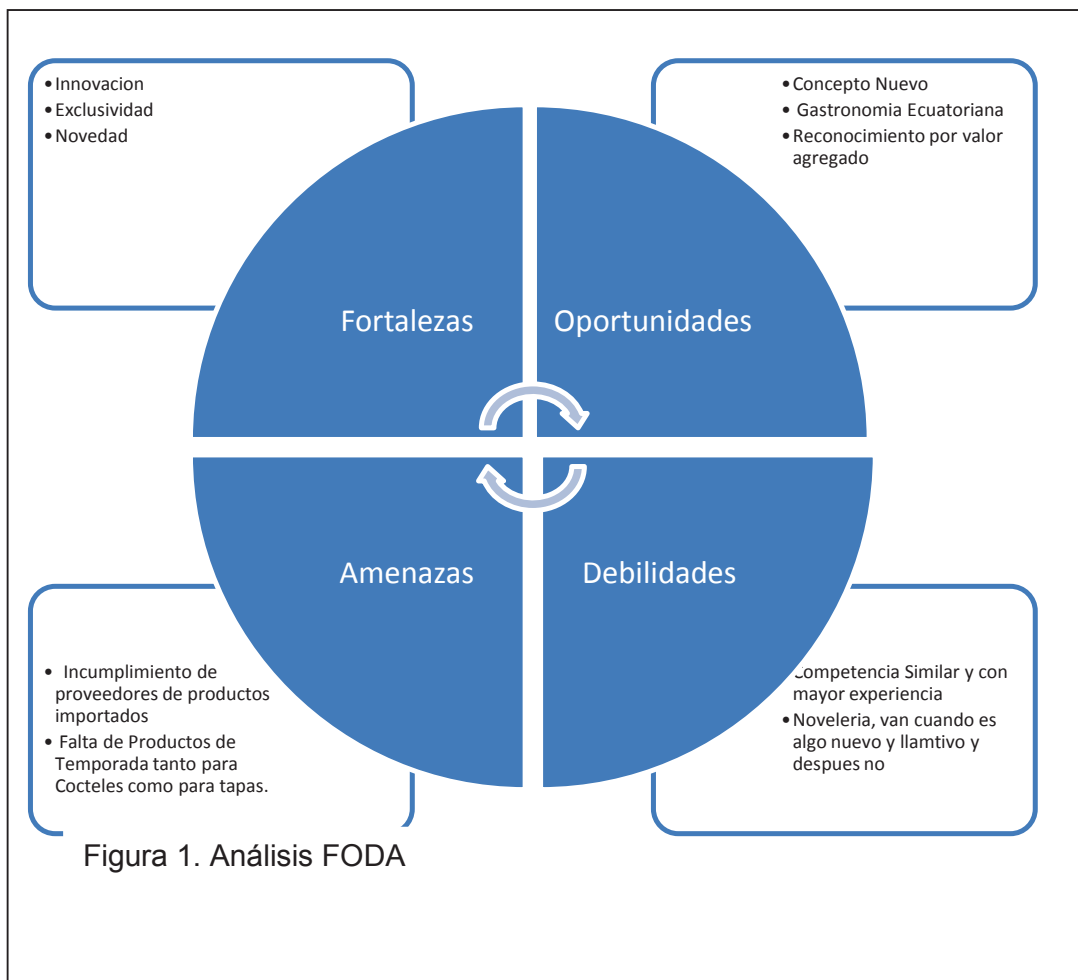
Demostrar mediante actos congruentes que la cocina ecuatoriana se puede servir al público de otra manera que no sea la clásica y que nuestros productos y comida se pueden aplicar y acoplar a un concepto europeo como lo es una tasca para hacerla más llamativa en el aspecto internacional.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Llevar el concepto que tiene la gente tanto local como extranjera de la cocina ecuatoriana a otro nivel.
- Innovar cada día y sorprender a la gente.
- Mantener el negocio en el mercado exitosamente y bien posicionado.
- Lograr que el negocio poco a poco sea reconocido no solo en Quito sino en todo el País y en Sudamérica.
- Fusionar correctamente ese triple concepto que se quiere lograr con el negocio de comida típica, el concepto de tasca y el de un bar de deportes.

2. CAPITULO II. ANALISIS INTERNO Y EXTERNO

ANALISIS FODA



2.1. ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Conocer la aceptación de la gente que tendrá el doble concepto del lugar.
- Conocer qué opina la gente de revolucionar la presentación de la cocina ecuatoriana.
- Conocer si le gustaría a la gente visitar el lugar tanto como para ir a disfrutar de las tapas de cocina ecuatoriana y beber vino como para ir a ver su deporte favorito acompañado de los mejores cocteles y cervezas del bar.
- Saber el precio que le gustaría pagar a la gente por un paquete de tapas y vino ilimitado y con qué tipo de gente visitaría el lugar.

2.2. TIPO DE ESTUDIO DE MERCADO

Para nuestro estudio de mercado, necesitábamos saber ciertos aspectos puntuales que ofrecería La Rosaleda y qué tipo de aceptación estos tendrían dentro de la sociedad, además de esto también necesitábamos conocer ciertas preferencias y costumbres de nuestro target al momento de comer o visitar un lugar fuera de casa.

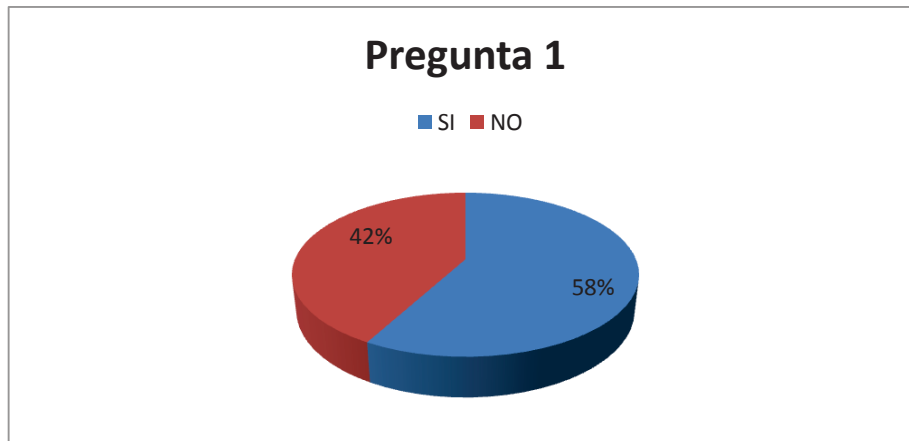
Una vez que supimos que necesitábamos estos datos para conocer el nivel de aceptación que tendrá la nueva tendencia ofrecida por La Rosaleda, diseñamos un formato de encuestas de 10 preguntas tanto abiertas como cerradas para proporcionarnos la información que necesitábamos.

Las encuestas fueron realizadas a 100 personas que pueden ser potenciales clientes del negocio, fueron personas de un status medio-alto y con un rango de edad de entre 20 y 50 años, el cual termina de definir el tipo de persona al que vamos dirigidos.

A continuación los resultados de las encuestas realizadas.

Pregunta 1.- ¿Le gustaría ver otro tipo de presentación en la comida ecuatoriana, aunque esto signifique no recibir una gran porción?

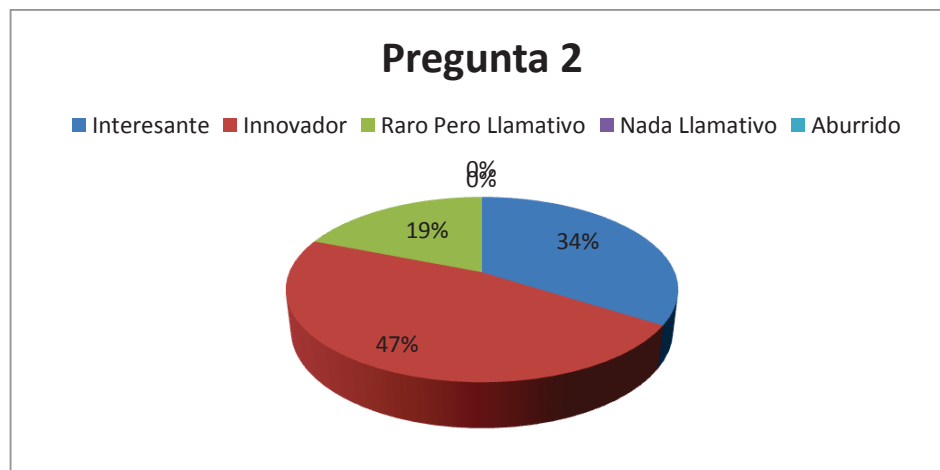
SI: 58% NO: 42%



Pregunta 2.- ¿Qué le parecería o qué pensaría al conocer un lugar que mezcle el concepto de cocina ecuatoriana junto con el de un bar-restaurant para ver deportes?

Interesante: 34 % Innovador: 47% Raro Pero Llamativo: 19%

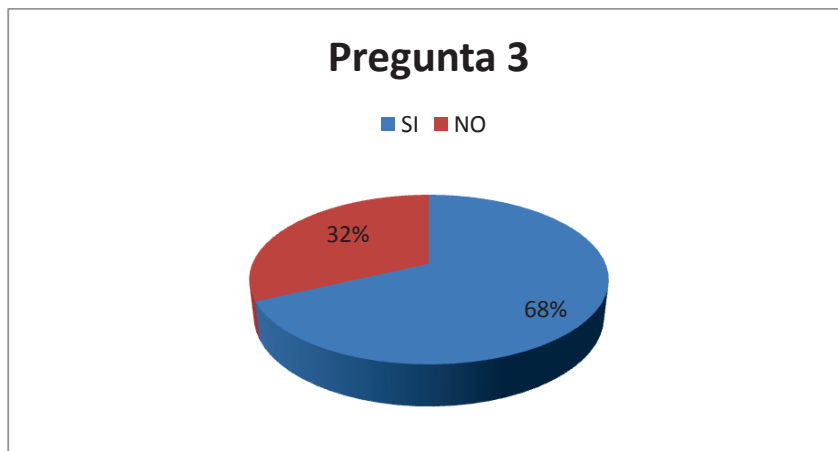
Nada Llamativo: 0% Aburrido: 0%



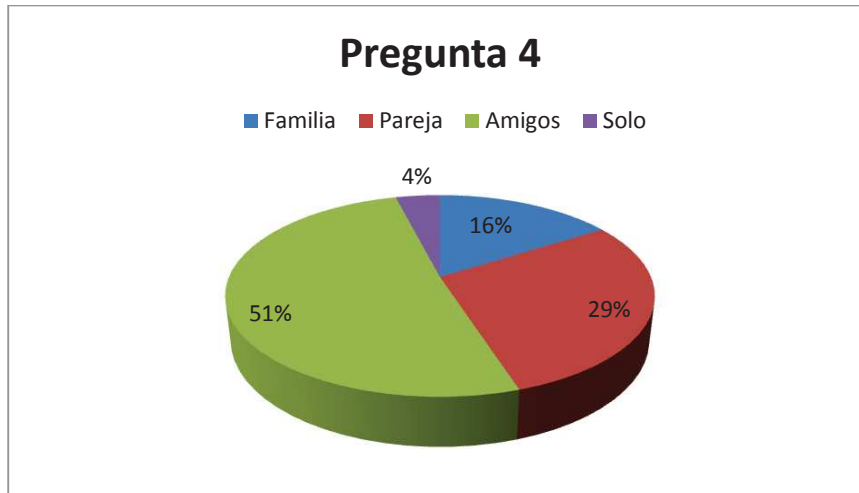
Pregunta 3.- ¿Le gustaría experimentar el recibir ilimitadamente varios tipos de platos ecuatorianos en porciones pequeñas y en presentaciones llamativas o fuera de lo común pagando un precio único? SI: 68% NO: 32%

SI: La respuesta más común fue que les gustaba mucho la idea de que fuera ilimitado, siempre y cuando el precio único no sea muy elevado.

No: Preferían las porciones grandes y suponían que el precio único iba a ser muy elevado para lo que iban a recibir.

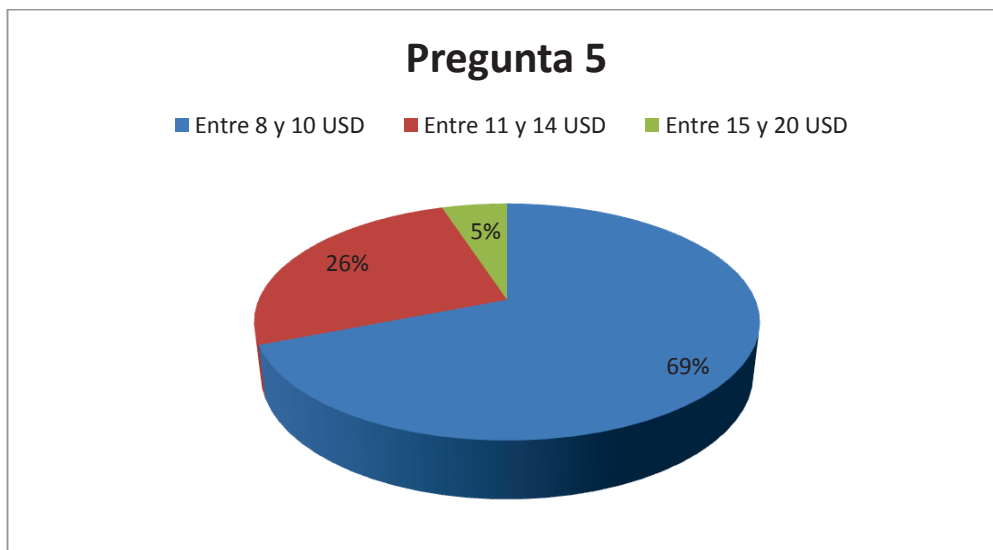


Pregunta 4.- ¿Con quién visitaría un lugar como este con el doble concepto de tasca (tapas ecuatorianas y vinos) y el de sport-bar con un amplio menú de cocteles y cervezas? (Se puede marcar más de una opción) Familia: 16% Pareja: 29% Amigos: 51% Solo: 4%



Pregunta 5.- ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio anteriormente descrito?

Entre 8 y 10 USD: 69% Entre 11 y 14 USD: 26% Entre 15 y 20 USD: 5%

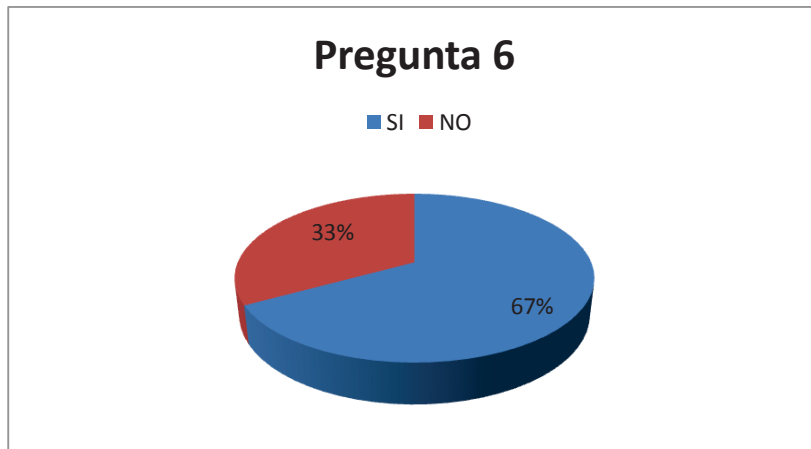


Pregunta 6.- ¿Cree que la cocina ecuatoriana servida en forma de tapas sería más fácil de maridar con diferentes tipos de vinos que servida como se sirve actualmente?

SI: 67% NO: 33%

SI: La mayoría presento razones específicas de que la manera en cómo se sirve la comida típica, no es algo gourmet y es difícil encontrarle un gusto al vino con ese tipo de presentaciones.

NO: Preferían otro tipo de bebidas para acompañar la comida típica, sin importar su presentación o porción.

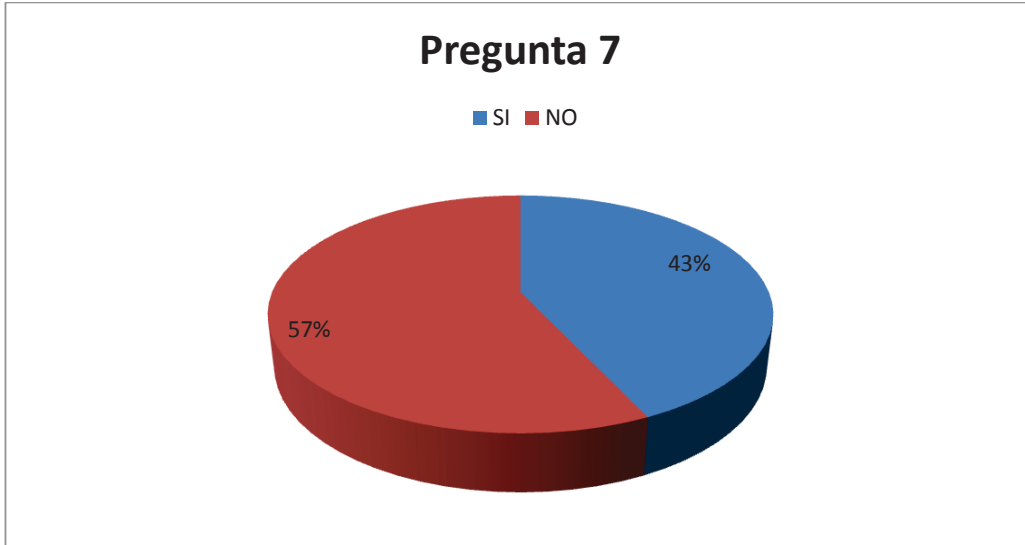


Pregunta 7.- ¿Le gustaría tener la oportunidad de ver su deporte favorito y en lugar de acompañar el hacer esto con alitas, papas fritas, aros de cebolla, acompañarlo con comida ecuatoriana servida en forma de tapas?

SI: 43% NO: 57%

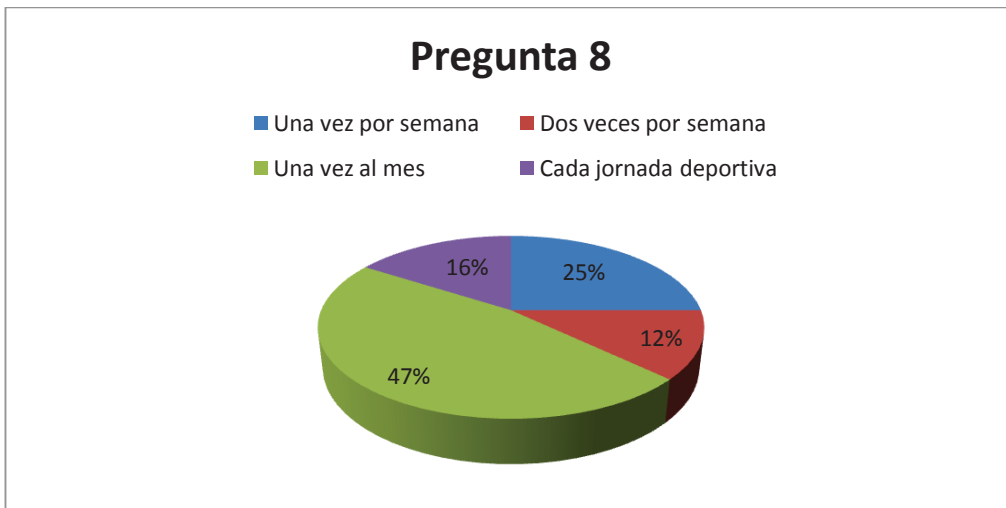
SI: La mayoría dijo que le parecería interesante ver que les podríamos servir y ver qué experiencia les trae.

NO: No les gustaría cambiar su manera de disfrutar sus eventos deportivos, con los elementos clásicos como los mencionados en la pregunta.



Pregunta 8.- ¿Si se llegara a acostumbrar a hacer esto y llegara a frecuentar el lugar, con qué frecuencia cree que llegaría a visitar el lugar?

Una vez por semana: 25% Dos veces por semana: 12% Una vez al mes: 47%
Cada jornada deportiva: 16%

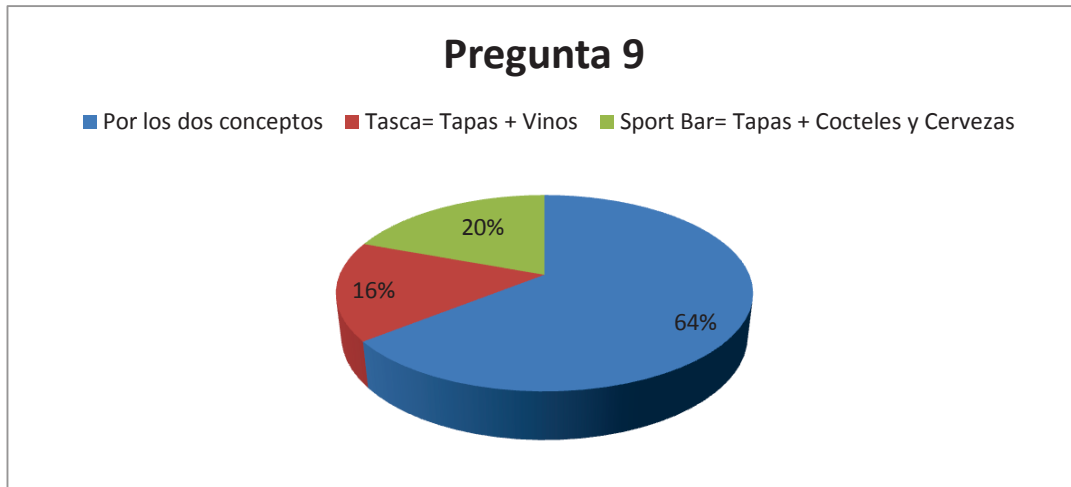


Pregunta 9.- ¿Visitaría el lugar tanto por los dos conceptos ofrecidos en el mismo o solo por uno de los dos en especial?

Por ambos tanto como tasca como por sport bar: 63%

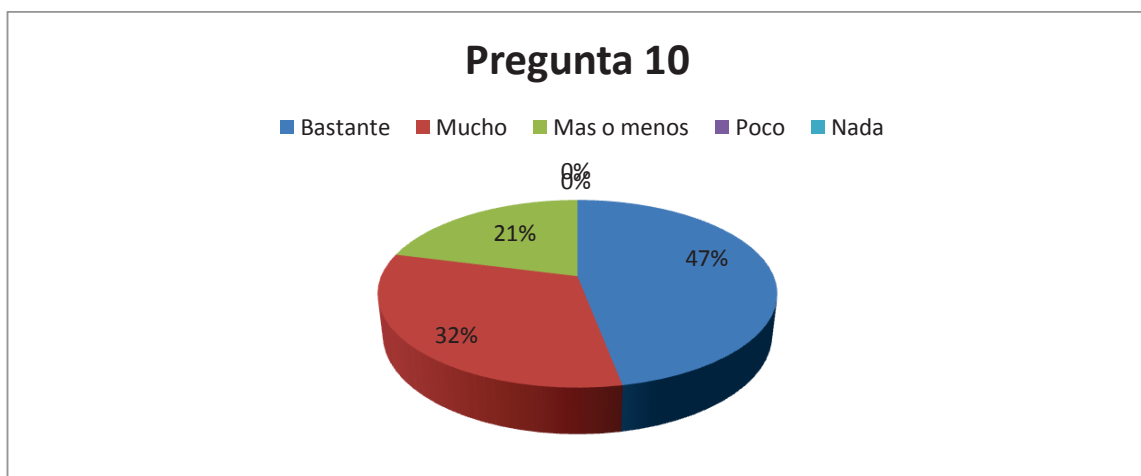
Solo como tasca para recibir tapas y vinos de la cava del restaurante: 16%

Solo como sport bar para recibir tapas y la mejor selección de cocteles y cervezas: 19%



Pregunta 10.- ¿Cuánto cree que llamaría la atención de la gente de Quito un lugar que combine la cocina ecuatoriana junto con el doble concepto de tasca y de sport-bar? Siendo 5 Bastante y 1 Nada

5: 47% 4: 32% 3: 21% 2: 0% 1: 0%



2.3. INVESTIGACION DE MERCADO

Tabla 1. Datos Estadísticos INEC.

Adaptado de INEC, Censo 2010.

Dirección Metropolitana de Gestión de Información, 2011

| DATOS ESTADISTICOS | NÚMERO Y PORCENTAJE |
|---|--|
| Población General en el Distrito Metropolitano de Quito | 2,239,191 |
| Población Económicamente Activa Quito Urbano | 800,630 (34%) |
| Población General de 20 a 50 años | 1, 027,772 (46%) |
| Target Potencial Máximo Económicamente Activo | 349,442 |
| OCUPACION | PORCENTAJE |
| Martes y Miércoles Ocupación Mínima Estimada | 50% |
| Jueves a Sábado y Feriados | 90% |
| PRECIOS APROXIMADOS | VALORES |
| Media Estimada Semanal para 522 Cubiertos | <ul style="list-style-type: none"> • 70% • 87 Porciones por Día • 1760 Porciones por Mes (0,49% del Target Potencial) |
| Media de Precios (Rubro de valor más alto y rubro de valor más bajo de la carta) | 18.50 USD |
| Ingresos Diarios Estimados (18,50 USD x 87 Porciones) | 1,609.50 USD |
| Ingresos Mensuales Estimados (1,609.50 x 20 Días de Funcionamiento al Mes) | 32,190 USD |

2.4. COMPETENCIA DIRECTA

La Rosaleda tendría como competencia directa a lugares como bares o lounges en Quito sobretodo lugares que ofrezcan un servicio de bar y restaurante y que sean especializados en que la gente vaya a ver espectáculos deportivos a sus establecimientos. La diferencia es que ningún lugar en el país ofrece el doble concepto de Sport Bar y Tasca Ecuatoriana. Hay bares y restaurantes deportivos y tascas españolas, pero ninguno de los dos conceptos fusionados con la gastronomía ecuatoriana. A continuación las principales y posibles competencias directas:

Sports Planet

Turtle`s Head

Friday`s

Finn McCool`s (Mas para extranjeros)

2.5. COMPETENCIA INDIRECTA

Dentro de lo que es competencia indirecta podemos encontrar una amplia lista de nombres de bares y lounges temáticos con diferentes tipos de conceptos al nuestro y por otro lado tenemos los diferentes restaurantes de cocina ecuatoriana tanto los nuevos restaurantes de cocina nacional que buscan innovar y servirla de una manera distinta y mejor presentada para el cliente y también los más reconocidos restaurantes clásicos de cocina ecuatoriana:

Rincón La Ronda Restaurante

La Choza

2.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado que realizamos nos ha ayudado a conocer ciertos puntos a tener en cuenta como por ejemplo que a la gente le parece muy innovadora e interesante nuestra propuesta, sin embargo, hay gente que de igual forma a pesar de ser de un status medio y alto prefiere la comida ecuatoriana servida típicamente, también pudimos conocer que hay gente que si cambiara las comidas americanas que se sirven en los bares deportivos por cocina ecuatoriana servida de buena manera y que llame la atención, es decir, mas por curiosidad de que les servirían. El estudio además nos ayudo a corroborar que a la gente con quien más le gusta visitar este tipo de lugares es con sus amigos o con su pareja, y además piensan que una idea así en la ciudad seria llamativa y que si seria visitada por la gente en general para conocer de que se trata el doble concepto que ofrece La Rosaleda tanto como tasca ecuatoriana y como Bar deportivo a la vez.

2.7. MACROENTORNO

Factores Políticos: Existen factores políticos que podrían afectar el funcionamiento de la empresa. La prohibición de ventas de bebidas alcohólicas a ciertas horas del día y en ciertos días a la semana sería un problema en el funcionamiento de la empresa en ciertos momentos, sin embargo, es la ley y habría que cumplirla.

Factores Ambientales: La Rosaleda no afectara el medio ambiente con su funcionamiento, es más, promoverá campañas de reciclaje y de reutilizar varios elementos, alargar la vida útil de las cosas.

Factores Tecnológicos: La Rosaleda utilizara equipos de la más alta tecnología que no afecten al planeta con ruido y gasto de energía, serán equipos que nos ayudaran a funcionar mejor y seremos parte del grupo de empresas que aporta con su grano de arena en la preservación del medio ambiente.

2.8. ESTUDIO TÉCNICO

Planos Arquitectónicos

Área Construida: 570 m²

Área Lote: 933 m²

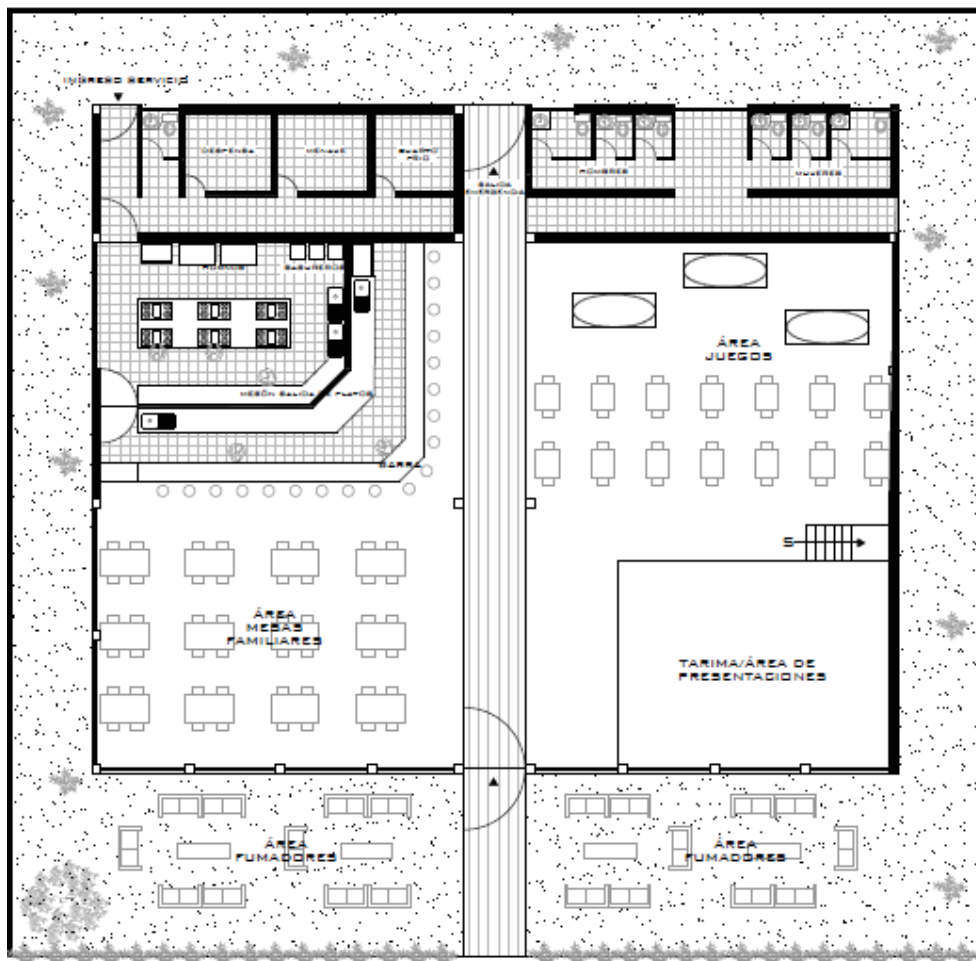


Figura 2. Planos Arquitectónicos.

2.9. EQUIPAMIENTO

Tabla 2. Equipamiento de Cocina

EQUIPAMIENTO DE COCINA

| AREA DE COCINA | CANTIDAD | DETALLE Y COSTO |
|-----------------------|-----------------|--|
| CALIENTE | | |
| Horno | 2 | Mixto (2000 USD) |
| Microondas | 1 | Grande (200 USD) |
| Campana Extractora | 2 | Grande (600 USD) |
| Licuadaora | 1 | De plástico (90 USD) |
| Cocina | 3 | Cuatro quemadores, mixta con plancha (3000 USD) |
| Cuchillo eléctrico | 1 | Mediano (35 USD) |
| Mesones | 2 | De acero inoxidable (240 USD) |
| lavabo | 1 | Simple Industrial (500 USD) |
| AREA DE COCINA | CANTIDAD | DETALLE |
| FRÍA | | |
| Refrigerador | 1 | Mixto refrigerar, congelar (1500 USD) |
| Mesa | 1 | Acero inoxidable (120 USD) |
| | | |

| AREA DE | CANTIDAD | DETALLE |
|--------------------------|-----------------|---------------------------------------|
| PASTELERIA | | |
| Horno | 1 | Grande (345 USD) |
| lavabo | 1 | Simple Industrial (500 USD) |
| Mesa | 1 | Acero inoxidable (120 USD) |
| GENERAL Y BAR | CANTIDAD | DETALLE |
| Licuadaora | 2 | Plástico (180 USD) |
| Coctelera | 3 | Metálica (42 USD) |
| Dispensadores de Cerveza | 3 | Por confirmar |
| Bowls grandes | 10 | Acero inoxidable (100 USD) |
| Bowls medianos | 10 | Acero inoxidable (50 USD) |
| Bowls pequeños | 20 | Acero inoxidable (50 USD) |
| Ollas 2 lt | 5 | Con tapa (125 USD) |
| Ollas 4 lt | 5 | Con tapa (450 USD) |
| Sartenes con teflón | 5 | Acero Inoxidable (140 USD) |
| Sartenes sin teflón | 5 | Acero inoxidable (55 USD) |

| | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Cucharetas de plástico | 6 | Medianas (25 USD) |
| Cucharetas de metal | 8 | Medianas 60 (USD) |
| Cucharones de metal | 5 | Medianos (30 USD) |
| Espátula | 2 | Medianas (15 USD) |
| Espatulas de Goma | 3 | Medianas (12 USD) |
| Gancho de plástico, Escudo, Globo | 1 C/U | Medianos (150 USD) |
| Kitchen Aid | 1 | Grande (400 USD) |
| Batidora eléctrica | 1 | Mediana (19 USD) |
| Creppera | 1 | Grande (300 USD) |
| Paletas de madera | 10 | Medianas (50 USD) |
| | TOTAL EQUIPAMIENTO COCINA | 11503 USD |

MENAJE

Tabla 3. Menaje

| PLATOS | CANTIDAD | DETALLE Y COSTO |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------------|
| Plato Redondo | 90 | Grande |
| | | (450 USD) |
| Plato Redondo | 90 | Mediano (360 USD) |
| | | |
| Plato Pasta | 90 | Grande (450 USD) |
| Plato Sopa | 90 | (360 USD) |
| Plato Bocado Redondo | 30 | Pequeño (120 USD) |
| Plato Bocado Cuadrado | 30 | Pequeño (120 USD) |
| Cucharas Chinas de Cerámica | 20 | Grande (30 USD) |
| Cucharas Chinas de Cerámica | 20 | Mediano (20 USD) |
| Cucharas Chinas de Cerámica | 30 | Pequeño (15 USD) |
| Plato Gota | 20 | Grande (80 USD) |
| Plato Gota | 20 | Mediano (60 USD) |
| Plato Gota | 20 | Pequeño (40 USD) |
| Plato Cuadrado | 20 | Grande (80 USD) |
| Plato Cuadrado | 20 | Mediano (60 USD) |

| CRISTALERIA | CANTIDAD | DETALLE Y COSTO |
|--------------------|-----------------|----------------------------|
| Copa Vino | 30 | Tinto (105 USD) |
| Copa Vino | 30 | Blanco (85 USD) |
| Copa Agua | 20 | (60 USD) |
| Copa Martini | 20 | Grande (24 USD) |
| Copa Martini | 20 | Mediana (12 USD) |
| Copa Margarita | 20 | Grande (23 USD) |
| Copa Margarita | 20 | Mediana (16 USD) |
| Shot | 20 | Grande (8 USD) |
| Shot | 20 | Mediano (5 USD) |
| Copa Cerveza | 15 | Grande (38 USD) |
| Jarro Cerveza | 15 | Grande (40 USD) |
| Jarro Cerveza | 15 | Mediano (19 USD) |
| Vaso | 20 | Largo (15 USD) |
| Vaso | 20 | Mediano (13 USD) |
| Vaso | 20 | Corto (11 USD) |
| Tazas | 30 | Café (21 USD) |

| | | |
|--------------------|-----------------|--|
| Tazas | 30 | Jarros (66 USD) |
| Jarra | 10 | Vidrio Grande (30 USD) |
| Jarra | 5 | Pequeña Agua caliente (20 USD) |
| Plato para Taza | 30 | Pequeño (30 USD) |
| Ceniceros | 20 | Pequeño (20 USD) |
| CUBIERTERIA | CANTIDAD | DETALLE Y COSTO |
| Tenedor | 100 | Fuerte (118 USD) |
| Tenedor | 100 | Entrada (59 USD) |
| Tenedor | 100 | Postre (59 USD) |
| Cuchillo | 100 | Fuerte (250 USD) |
| Cuchillo | 100 | Entrada (125 USD) |
| Cuchara | 100 | Grande (118 USD) |
| Cuchara | 100 | Pequeña (59 USD) |
| Cuchara | 100 | Postre (59 USD) |
| Cuchara | 100 | Café (66 USD) |
| MANTELERIA | CANTIDAD | DETALLE Y COSTO |

| | | |
|----------------|---------------------|-------------------------------|
| Manteles | 25 | Mesa 1,80 (500 USD) |
| Cubre Manteles | 25 | Mesa 1,80 (375 USD) |
| Individuales | 120 | (150 USD) |
| Servilletas | 50 | Tela (200 USD) |
| | TOTAL MENAJE | 5404 USD |

MUEBLES Y ENSERES

Tabla 4. Muebles y enseres

MUEBLES DE OFICINA:

Computadoras (2) 1300 USD

Impresora (1), 90 USD

Escritorios (2), 300 USD

Sillas Escritorio(5), 200 USD

Archivador (1), 90 USD

Mesa de juntas (1), 300 USD

Proyector (1), 670 USD (Para uso de oficina y publico)

TOTAL: 2950 USD

MUEBLES DE SERVICIO

Carritos (3), 75 USD

Aparador de menaje (2), 400 USD

TOTAL: 475 USD

MUEBLES DEL SALÓN

Mesas (20)

Sillas (110)

Sillas para Barra (15)

Barra (1)

TOTAL JUEGO MUEBLES DEL SALÓN: 4000 USD

3. CAPITULO III. ORGANIZACIÓN

3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

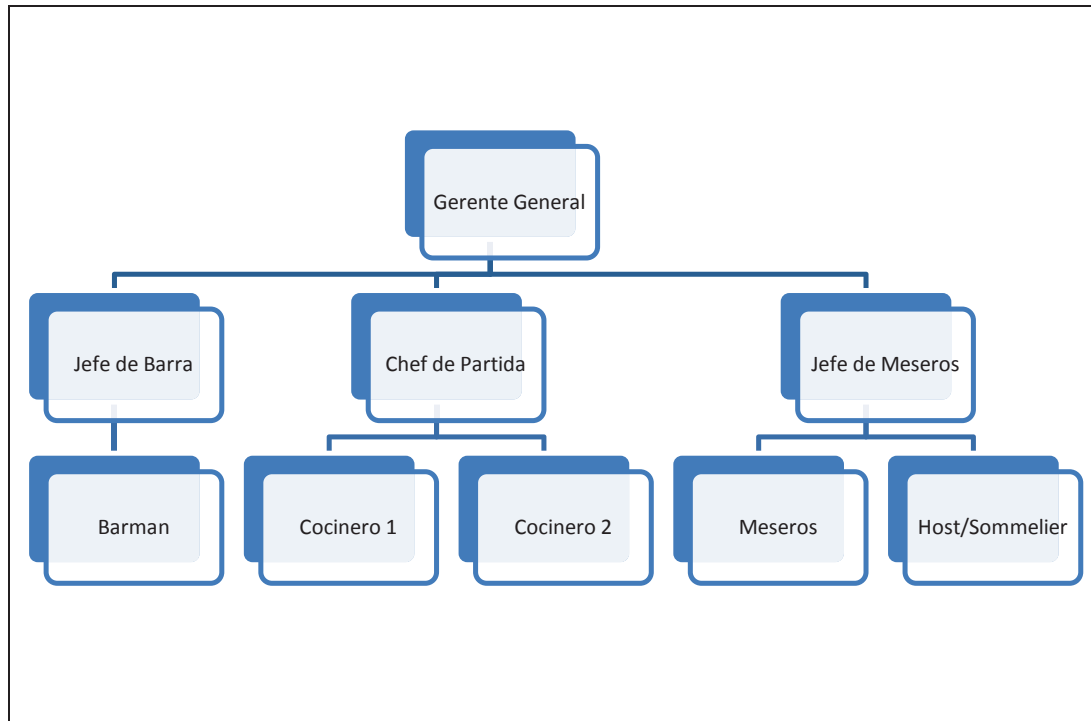


Figura 2. Estructura Organizacional

3.2. OBJETIVOS DE MARKETING DE LA ORGANIZACIÓN

CUANTITATIVOS

- Obtener una rentabilidad de un 40 % a 50% una vez iniciado el negocio.
- Reducir en un 20% los costos con los que se inicio el giro financiero de La Rosaleda , a partir del sexto mes.
- Incrementar cada mes de funcionamiento las ventas en un rango de entre 5 y 10%.

CUALITATIVOS

- Ser una empresa líder en el mercado, como un establecimiento de comida ecuatoriana y las mejores bebidas.
- Fortalecer los conocimientos de nuestra cultura en la sociedad mediante la cocteleria y la gastronomía.
- Concientizar a todo el personal en el mejoramiento continuo del servicio a nuestros clientes previo y posterior a la venta.

3.3. PUBLICIDAD

La Rosaleda utilizara publicidad exterior, esto quiere decir que será planteada en piezas publicitarias expuestas en áreas públicas, al aire libre y en espacios urbanos. Dentro de este tipo existen medios masivos como televisión, radio e internet. Entre estos La Rosaleda escogerá únicamente como medio de publicidad masivo el internet, en el cual tendrá una fuerte presencia dentro de las redes sociales y en revistas virtuales o blogs. Volviendo al tema de las piezas publicitarias en las que será expuesta la nueva propuesta de La Rosaleda, los medios en los que también se verá nuestra marca será en paradas de bus y en los mismos buses los cuales son un medio de publicidad exterior continua y que además es móvil por lo que se verá en varias partes de la ciudad.

La razón principal por la que La Rosaleda ha escogido como medio de la publicidad exterior ha sido debido a que este tipo es ideal para las empresas que quieren introducir un tipo nuevo de servicio o producto al mercado, debido a que generan en quien la mira una recordación inmediata de la marca. Otras de las principales razones es que este medio es de bajo costo, lo cual es ideal para la empresa que esta por abrir y ya que los otros gastos para la apertura son fuertes, el que la publicidad no tenga un precio elevado es ideal y a la vez eficiente ya que se dice que por cada dólar invertido en este medio uno se asegura que alrededor de 1136 testigos de dicha promoción , además de que por este medio el cliente puede elegir el área de mercado a cubrir, y una vez escogido esto debido a la alta repetición publicitaria y continua se hará una correcta penetración de la marca en la mente del cliente. Este medio escogido será el correcto para fijar la imagen de la marca La Rosaleda que deseamos que nuestros potenciales clientes puedan ver y conocer las 24 horas del día mediante los diferentes puntos que también pueden estar situados cerca del punto de venta lo cual hará que la publicidad cautive mas al cliente y se decida por visitar el local de La Rosaleda.

3.4. POLITICAS DE LA EMPRESA

Las políticas que aplicara La Rosaleda como empresa serán las siguientes, el cumplirlas al pie de la letra será requisito fundamental para nuestro personal si desean seguir en la empresa:

- Realizar todo trabajo con excelencia en la gastronomía presentada para nuestros clientes sin excepción.
- Brindar un trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad. Y como fundamental conocimiento de que nuestros clientes **SIEMPRE** tienen la razón.
- Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos. Siempre ser parte de la solución del requerimiento del cliente, **nunca** responder **ESE NO ES MI TRABAJO**, todo lo referente a la empresa es parte del trabajo de todos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético y respetuoso.
- Los puestos de trabajo en la empresa La Rosaleda son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté Debidamente capacitado.

- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación, capacitaciones y retribuciones para el personal cuando este haga un buen trabajo en La Rosaleda.
- Tener una reunión mensual documentada de trabajo de cada área de La Rosaleda, con el fin de coordinar y evaluar lo hecho en el mes, y así poder definir prioridades y plantear soluciones a los problemas expuestos.
- Preservar un buen entorno o ambiente laboral siempre con un trato respetuoso entre todo el personal sin importar el rango del mismo.
- Mantener siempre informado a todo el personal de las metas de la empresa La Rosaleda y que el mismo tenga conocimiento de cuales se han cumplido y en cuales hay que trabajar más para cumplirlos
- Usar **SIEMPRE** materia prima de calidad para darle un producto de agrado al cliente, si quien recibe la materia prima no está satisfecho con la misma o piensa que la misma no será del agrado del cliente por alguna razón fundamentada , la devolverá a quien la provee y notificara al Gerente o al Chef Ejecutivo.

3.5. REGLAS DE LA EMPRESA

A continuación las reglas que cada uno de los miembros debe cumplir cada día que trabaje dentro de la empresa La Rosaleda, quien no las cumpla se verá obligado a rendir cuentas con las autoridades de la misma:

- Todo empleado debe de usar su uniforme completo **SIEMPRE** y sin excepción.
- Mantener limpio y ordenado el local para una buena impresión del cliente es trabajo de cada miembro del personal, tanto la parte del museo, como el salón y las cocinas.
- Realizar su trabajo sin distracciones.
- Los empleados cuentan con un horario de almuerzo el cual tiene que ser respetado.
- Tener puntualidad
- Se debe trabajar con esmero, dedicación, pasión y alegría. Demostrar esto a los clientes
- Habrá sanciones por faltas injustificadas

Una falta; Amonestación.

Dos faltas; Suspensión por un día sin goce de sueldo.

Tres faltas; suspensión por tres días sin goce de sueldo.

Cuatro faltas; Rescisión de contrato irrevocable

3.6. PERFILES DE PUESTO NORMAS INEN (Competencias Laborales Inen Qualitur)

Chef Ejecutivo o Gerente General:

Al menos 3 años de experiencia administrativa en el área de alimentos y bebidas, Tener vastos conocimientos del manejo y elaboración de recetas estándar, conocer sobre costos y sistemas de control tanto del personal como de bodega.

Tener una edad entre 25- 45 años

Haber manejado eventos como mínimo de 300 personas

Dominar ingles

Hombre o mujer
Manejo adecuado de BPM
Conocimientos de primeros auxilios

Chef de partida:

Hombre de aproximadamente 24-40 años
Manejo adecuado de recetas estándar y control de costos de las mismas Haber
manejado cualquier área de cocina durante 2 años como mínimo Manejar BPM
adecuadas

Cocineros:

Hombres o mujeres, con estudios básicos de cocina Manejo adecuado de BPM
Experiencia en el área de alimentos y bebidas de 1 año como mínimo Ser
responsable y manejar valores de ética

Meseros:

Hombre o mujer con segundo año de universidad como mínimo Conocimiento
básico de inglés Ser servicial.

Una edad de 20- 30 años Manejo de BPM
Conocimiento de medidas de sanidad

Jefe de Barra:

Hombre o Mujer con experiencia
Saber Manejar Personal con Organización y Responsabilidad Manejo
adecuado de recetas estándar y control de costos de las mismas Haber
manejado cualquier control de barra durante 2 años como mínimo Manejar
BPM adecuadas

Host/Sommelier:

Tener buena presencia
Hablar al menos 3 idiomas (español, inglés, francés)
Tener actitud de servicio Conocer sobre vinos Manejo adecuado de personal
Edad entre 25-40 años

Barman:

Hombre o Mujer con experiencia y con conocimientos de mixología y coctelería
Saber cumplir órdenes de sus superiores de la mejor manera

Ser honrado con los elementos que se le dan y que el administrara junto con el jefe de barra. Haber trabajado en el puesto mínimo 1 año Manejar BPM adecuadas.

3.7. FORMA JURIDICA DE LA EMPRESA

La Rosaleda, Tasca Ecuatoriana-Bar, se proyecta como una Sociedad Limitada en la cual habrá tres socios con aportaciones de inversiones iguales y con restricciones a las participaciones societarias que controlara cada uno, es decir cada uno controlara una parte fundamental del proceso y podrá tomar las decisiones pertinentes al respecto comentando a los otros socios y llegando a una decisión final tomada por el encargado de cada función. En el caso de esta sociedad, uno o dos de los socios se convertirían en accionistas, ya que no administrarían el negocio, dejándole al tercero esta función pero con el mismo derecho de tomar decisiones en el mismo manejando sus funciones puntuales. De misma forma puede funcionar con que dos de los socios administren el negocio y se repartan o se turnen las funciones, dejándole al tercero ser simplemente un accionista, siempre y cuando posea el mismo poder de tomar decisiones en beneficio de la entidad. Por lo que quedaría establecido que cada uno de los socios deberá aportar con una inversión del 33.33% si es que se llega a dar el caso de que la inversión se reparta equitativamente. Una vez presentado el plan de financiamiento y el presupuesto del negocio, se conocerá lo que representa dicho porcentaje para cada socio al momento de poner en marcha el negocio.

3.8. INVERSION FORMA JURIDICA

Una vez establecida la empresa como **La Rosaleda, Tasca Ecuatoriana- Bar Cia. Ltda. (Compania Limitada)**. Los **tres socios o accionistas** del negocio tendrán el poder del **33.33% de las acciones**, debido al porcentaje invertido por cada uno para la realización de proyecto, esto les permitirá tomar las decisiones importantes para el crecimiento de la empresa.

3.9. MENU

Paquetes Promocionales

| | |
|----------------------------|---|
| Cervezas Nacionales | 2 USD + 1 Tapa de cortesía por botella 10 USD + Bandeja de Tapas de cortesía por Jarra |
| Cervezas Importadas | 6 USD + 1 Tapa de cortesía por botella 18 USD + 1 Bandeja de Tapas de cortesía por Jarra |
| Vinos Nacionales o de casa | 4 USD (COPA) + 1 Tapa de cortesía |
| Vinos Importados | 6-8 USD (COPA) + 1 Tapa de cortesía 35 USD EN ADELANTE (BOTELLA) + 1 Bandeja de Tapas Especiales |
| Cocteles en general | 6-10 USD + 1 Tapa de cortesía por coctel |

Paquete Cervezas (Nacionales o Importadas) Ilimitadas + Tapas Ilimitadas N° 1
15 USD (Cervezas Nacionales) 30 USD (Cervezas Importadas)

Paquete Cervezas (Nacionales o Importadas) Ilimitadas + Tapas Ilimitadas N° 2
20 USD (Cervezas Nacionales) 35 USD (Cervezas Importadas)

Paquete Vinos (Solo Nacionales o de Casa) + Tapas Ilimitadas N° 1 a 18 USD

Paquete Vinos (Solo Nacionales o de Casa) + Tapas Ilimitadas N°2 a 23 USD

Anexo del 1 al 6

4.1 ROL DE PAGOS

TABLA 6. ROL DE PAGOS

| Area | # Personas | Sueldo/mes | Total Mes | Total Año | Dec. Tercer | Dec. Cuarto | less Patronal | Fondo Reser | Uniformes | Alimentación | Total Prov. | Costo Total |
|-----------------------|------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|-----------|--------------|---------------|----------------|
| ADMINISTRACION | 2 | | 1.500 | 18.000 | 1.500 | 584 | 2.187 | 1.500 | | | 5.941 | 23.941 |
| Gerente General | 1 | 1.000 | 1.000 | 12.000 | 1.000 | 292 | 1.458 | 1.000 | 25 | 60 | 3.835 | 15.920 |
| Contador | 1 | 500 | 500 | 6.000 | 500 | 292 | 729 | 500 | 25 | 60 | 2.106 | 8.191 |
| OPERACIONES | 18 | 1.500 | 6.550 | 78.600 | 6.550 | 3.213 | 9.550 | 6.550 | | | 26.798 | 105.398 |
| Cocineros | 2 | 400 | 800 | 9.600 | 800 | 292 | 1.166 | 800 | 25 | 60 | 3.143 | 12.828 |
| Bodeguero | 1 | 300 | 300 | 3.600 | 300 | 292 | 437 | 300 | 25 | 60 | 1.414 | 5.099 |
| Cajero | 1 | 300 | 300 | 3.600 | 300 | 292 | 437 | 300 | 25 | 60 | 1.414 | 5.099 |
| Limpieza | 2 | 300 | 600 | 7.200 | 600 | 293 | 875 | 600 | 25 | 60 | 2.453 | 9.738 |
| Saloneros | 4 | 300 | 1.200 | 14.400 | 1.200 | 292 | 1.750 | 1.200 | 25 | 60 | 4.527 | 19.012 |
| Host/Sommelier | 1 | 450 | 450 | 5.400 | 450 | 292 | 656 | 450 | 25 | 60 | 1.933 | 7.418 |
| Chef de Partida | 1 | 600 | 600 | 7.200 | 600 | 292 | 875 | 600 | 25 | 60 | 2.452 | 9.737 |
| Jefe de Barra | 1 | 500 | 500 | 6.000 | 500 | 292 | 729 | 500 | 25 | 60 | 2.106 | 8.191 |
| Jefe de Meseros | 1 | 500 | 500 | 6.000 | 500 | 292 | 729 | 500 | 25 | 60 | 2.106 | 8.191 |
| Guardianía | 3 | 300 | 900 | 10.800 | 900 | 292 | 1.312 | 900 | 25 | 60 | 3.489 | 14.374 |
| Bar | 1 | 350 | 400 | 4.800 | 400 | 292 | 583 | 400 | 25 | 60 | 1.760 | 6.645 |
| TOTAL | 20 | 7.300 | 8.050 | 96.600 | 8.050 | 3.797 | 11.737 | 8.050 | | | 32.739 | 129.339 |

5. CONCLUSIONES

Tras la investigación realizada durante estos meses, se puede concluir diciendo que el negocio ha resultado realizable, sabiendo que los primeros meses de apertura la economía del lugar no será la ideal, sin embargo, con el pasar de los meses el establecimiento podrá lograr un equilibrio financiero dentro del mercado. De esta manera podrá desarrollarse y crecer día tras día cumpliendo su objetivo como proyecto que es el ser un negocio muy rentable y sobretodo muy innovador para la gente.

6. RECOMENDACIONES

Como recomendación se puede comentar que los datos presentados para conocer la rotación de gente que hipotéticamente podría tener el lugar es realmente muy importante conocerlos, antes de plantearse el abrir un negocio la información que debemos investigar debe ser muy precisa para determinar si vale la pena el arriesgarse a una inversión grande como lo es un negocio de alimentos y bebidas. Se deben buscar las estadísticas más recientes y las más exactas para poder así tener un panorama mucho más claro de lo que buscamos hacer, como lo vamos a hacer y donde lo vamos a hacer. Y una vez que se piensa eso, se pasa de la teoría a la ejecución y como profesional ese es el logro al que se debe apuntar para soñar con un prospero futuro en el campo laboral.

7. REFERENCIAS

- Cámara De Comercio E Industria De *Lorca*. (2012). Formas Jurídicas de la Empresa. Web. 2013. <http://www.camaracomlorca.es/formas-juridicas-de-la-empresa/>
- Dirección Metropolitana de Gestión de Información. (2011). Población Demográfica. Web. 2013. http://geoinfo.quito.gob.ec/documentos/Estadisticos/Demograficas/Poblacion_edad.pdf
- INEN. (2008). Competencias Laborales Qualitur. Areas de Acción. Web.2013. <http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas.html>
- Instituto Nacional De Estadística Y Censos. (2010). Ecuador Estadístico INEC. Censo 2010. Web. 2013. <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- Narvárez, L. (2011). Recetario Clase Cocina Nacional I Chef Luis Narvárez. Quito, Ecuador.
- Vazquez, A. (2000). Estructplan On Line - Articulos. Web.2013. <http://www.estrucplan.com.ar/Articulos/verarticulo.asp?IDArticulo=375>

ANEXOS

ANEXO 1. Tomado de Recetario de Cocina Nacional del Chef Luis Narváez, 2011

| NOMBRE RECETA : EMPANADAS DE MOROCHO | | | | | |
|--------------------------------------|------------------|---------------------|---|---------|----------------|
| No. RECETA : 1 | | NO. DE PORCIONES: 1 | PESO POR PORCIÓN: 553 g | | |
| CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | INGREDIENTES | PROCEDIMIENTO | COSTO | Costo Unitario |
| 0,018 | KG | aceite | Remojar el morocho en agua fría por 3 días. Cambiar el agua diariamente. Cocinar el morocho hasta que esté suave. Escurrir y moler hasta lograr una masa uniforme. Engrasar con manteca la mesa y el bolillo que vamos a utilizar. Tomar la cantidad necesaria de masa para elaborar una empanada, extenderla cuidadosamente sobre la mesa, en el centro colocamos una cucharada de relleno .Cerrar y sellarla muy bien. Repetir el procedimiento hasta terminar la masa. Rellenarla y freirla | 0,05202 | 2,89 |
| 0,03 | KG | cebolla blanca | | 0,0555 | 1,85 |
| 0,01 | KG | cilantro | | 0,006 | 0,6 |
| 0,062 | KG | arvejas | | 0,0527 | 0,85 |
| 0,125 | KG | carne de cerdo | | 0,8125 | 6,5 |
| 1 | U | huevos | | 0,11 | 0,11 |
| 0,001 | KG | sal | | 0 | |
| 0,001 | KG | pimienta | | 0 | |
| 0,001 | KG | comino molido | | 0 | |
| 0,23 | KG | Morocho quebrado | | 0,345 | 1,5 |
| 0,015 | KG | Manteca vegetal | | 0,045 | 3 |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | 0 | | |
| Costo Total de la Receta | | | | 1,08872 | |
| FOTO | | | | | |
| Costo de la porción | | | | 1,89 | |

| NOMBRE RECETA: CORVICHE DE PESCADO | | | | | |
|------------------------------------|------------------|---------------------|--|--------|----------------|
| No. RECETA : 2 | | NO. DE PORCIONES: 1 | PESO POR PORCIÓN: 470 g | | |
| CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | INGREDIENTES | PROCEDIMIENTO | COSTO | Costo Unitario |
| 0,01 | KG | Achiote | Hacer un refrito con achiote, cebolla, maní, comino, pimienta, sal y culantro Cocinar la mitad del verde y la otra mitad rallarlo, juntar para lograr una masa. Mezclar con el refirto el verde. Amasar hasta que obtenga un poco de elasticidad. Formar bolas ovaladas. Rellenar con pescado. Colocar en una lata enharinada. Hornear por 30 min a 250 °c | 0,0217 | 2,17 |
| 0,02 | KG | cebolla blanca | | 0,037 | 1,85 |
| 0,02 | KG | maní pasta | | 0,025 | 1,25 |
| 0,005 | KG | Culantro | | 0,003 | 0,6 |
| 0,12 | KG | platano verde | | 0,204 | 1,7 |
| 0,1 | | filete de corvina | | 0,6 | 6 |
| 0,005 | KG | Sal | | 0 | |
| 0,005 | KG | Pimienta | | 0 | |
| 0,005 | KG | Comino | | 0 | |
| 0,18 | KG | Aceite | | 0,5202 | 2,89 |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | 0 | | |
| | | | 0 | | |
| | | | 0 | | |
| | | | 0 | | |
| FOTO | | | Costo Total de la Receta | 1,4109 | |
| | | | Costo de la porción | 1,42 | |

ANEXO 2. Tomado de Recetario de Cocina Nacional del Chef Luis Narváez, 2011

| NOMBRE RECETA : CEVICHE DE PESCADO | | | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------|--|--------------|-----------------------|--|
| No. RECETA : 3 | | NO. DE PORCIONES: 1 | PESO POR PORCIÓN: 270 g | | | |
| CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | INGREDIENTES | PROCEDIMIENTO | COSTO | Costo Unitario | |
| 0,1 | KG | pescado | Adobar pescado con 15 ml de zumo de limón, sal y pimienta (la noche anterior) Encurtir cebolla con el resto de zumo, sal y pimienta Mezclar pescado, encurtido, pimientos, aceite. Decorar con culantro y perejil | 0,6 | 6 | |
| 0,025 | KG | zumo de limón | | 0,0125 | 0,5 | |
| 0,025 | KG | Cebolla paiteña | | 0,07175 | 2,87 | |
| 0,005 | KG | aceite | | 0,01445 | 2,89 | |
| 0,02 | KG | pimiento verde | | 0,03 | 1,5 | |
| 0,02 | KG | pimiento rojo | | 0,02 | 1 | |
| 0,01 | KG | perejil | | 0,006 | 0,6 | |
| 0,01 | KG | culantro | | 0,0065 | 0,65 | |
| 0,005 | KG | pimienta | | 0 | | |
| 0,005 | KG | sal | | 0 | | |
| 0,02 | KG | aji | | 0 | | |
| 0,025 | KG | naranjas | | 0,01875 | 0,75 | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| FOTO | | | Costo Total de la Receta | 0,7612 | | |
| | | | Costo de la porción | 0,77 | | |

ANEXO 3 Tomado de Recetario de Cocina Nacional del Chef Luis Narváez, 2011

| NOMBRE RECETA : CEVICHE DE CAMARON | | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------|-----------------------|
| No. RECETA : 4 | | NO. DE PORCIONES: 1 | PESO POR PORCIÓN: 260 g | | |
| CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | INGREDIENTES | PROCEDIMIENTO | COSTO | Costo Unitario |
| 0,03 | KG | Cebolla Perla | | 0,0861 | 2,87 |
| 0,05 | KG | Tomate | | 0,097 | 1,94 |
| 0,02 | L | Zumo de Limon | | 0,01 | 0,5 |
| 0,03 | L | Zumo de Naranja | | 0,0225 | 0,75 |
| 0,01 | KG | Cilantro | | 0,0065 | 0,65 |
| 0,005 | | S/P | | 0 | |
| 0,015 | L | Aceite | | 0,04335 | 2,89 |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| FOTO | | | Costo Total de la Receta | 1,26545 | |
| | | | Costo de la porción | 1,27 | |

ANEXO 4. Tomado de Recetario de Cocina Nacional del Chef Luis Narváez, 2011

| NOMBRE RECETA : MUCHINES DE YUCA | | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------|---|--------------|-----------------------|
| No. RECETA : 5 | | NO. DE PORCIONES: 1 | PESO POR PORCIÓN: 290 g | | |
| CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | INGREDIENTES | PROCEDIMIENTO | COSTO | Costo Unitario |
| 0,1 | KG | Yuca | 1ª) Rallar la yuca, escurrir bien y condimentar con el achiote y la sal; 2ª) Pelar la yuca, cortar en trozos y cocer en abundante agua hirviendo. Triturar en un robot, incorporar el achiote o pimentón, los huevos batidos y condimentar con sal. | 0,35 | 3,5 |
| 0,08 | KG | Cebolla Larga | | 0,148 | 1,85 |
| 0,025 | KG | Queso Fresco | | 0,0875 | 3,5 |
| 1 | U | Huevos | | 0,11 | 0,11 |
| 0,01 | KG | Achiote | | 0,0217 | 2,17 |
| 0,015 | KG | Perejil | | 0,009 | 0,6 |
| | | | | 0 | |
| | | | 0 | | |
| FOTO | | | Costo Total de la Receta | 0,7262 | |
| | | | Costo de la porción | 0,73 | |

ANEXO 5. Tomado de Recetario de Cocina Nacional del Chef Luis Narváez, 2011

| NOMBRE RECETA : BONITISIMAS | | | | | |
|-----------------------------|------------------|---------------------|--|--------|----------------|
| No. RECETA : 6 | | NO. DE PORCIONES: 1 | PESO POR PORCIÓN: 430 g | | |
| CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | INGREDIENTES | PROCEDIMIENTO | COSTO | |
| 0,1 | KG | Harina de maiz | Mezcle la harina con la manteca; añada la yema. Incorpore, poco a poco, agua con sal. Amase. Forme las tortillas en la mano, (la palma de la mano debe estar fría) abra una bola de masa en la mano. Rellene con bastante queso. No acumule mucha masa. Dore las tortillas en una sartén gruesa y con muy poca grasa. Instrucciones: Escoja harina de maíz fresca. Prefiera la que se conserva en talega de tela. Se acostumbra preparar un almíbar liviano con pimienta dulce y cebollas cortadas en cruz y en trozos largos para bañar las tortillas. | 0,25 | Costo Unitario |
| 0,05 | KG | Manteca de Cerdo | | 0,15 | 2,5 |
| 1 | U | Huevo | | 0,11 | 3 |
| 0,04 | KG | Agua Tibia | | 0 | 0,11 |
| 0,025 | KG | Queso Fresco | | 0,0875 | |
| 0,15 | KG | Cebolla Larga | | 0,2775 | 3,5 |
| | | | | 0 | 1,85 |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| | | | | 0 | |
| FOTO | | | Costo Total de la Receta | 0,5375 | |
| | | | Costo de la porción | 0,54 | |

ANEXO 6. Tomado de Recetario de Cocina Nacional del Chef Luis Narváez, 2011