



UNIVERSIDAD UTE

FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO

CARRERA DE GASTRONOMÍA

**TRABAJO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO**

TEMA

**PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN ENVUELTOS
ECUATORIANOS, UBICADA EN EL SECTOR DE LA FLORESTA,
CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

AUTORA

PAULA DOMINIQUE MONAR ARIAS

DIRECTOR DE TESIS

DIEGO ALFREDO SALAZAR DUQUE

QUITO 2023

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172347085-0
APELLIDO Y NOMBRES:	MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE
DIRECCIÓN:	LÉRIDA E14-106 LADRÓN DE GUEVARA
EMAIL:	paulad.monar@ute.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	2223310
TELÉFONO MOVIL:	0984837742

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN ENVUELTOS ECUATORIANOS, UBICADA EN EL SECTOR DE LA FLORESTA, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA
AUTOR O AUTORES:	MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	16/2/2023
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	SALAZAR DUQUE DIEGO ALFREDO
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>Este proyecto de titulación tiene la finalidad de llevar a cabo un estudio de pre factibilidad para conocer la rentabilidad de que el proyecto se lleve a cabo en el mercado laboral. Específicamente, si es que existe la posibilidad de que una cafetería de envueltos ecuatorianos se establezca en La Floresta, Cantón Quito, Provincia de Pichincha.</p> <p>Para lo cual, se llevó a cabo una serie de pasos para la recopilación exhaustiva de información y la obtención de resultados a través del manejo de estos datos.</p> <p>En el primer capítulo, se inició reuniendo información sobre la existente influencia de los envueltos ecuatorianos, como modelo de negocios en el mercado de alimentos y bebidas en las diferentes regiones del país. Luego se buscó datos sobre la afectación que provocó la pandemia por COVID-19 en el sector de alimentos y bebidas en Quito, ya de forma más específica se indagó sobre la cocina ecuatoriana, sus costumbres e historia, se hizo énfasis en el café y en las variedades de envueltos ecuatorianos y cómo estos se constituyen a partir de la localidad en que se preparan. En este apartado se especifica el marco legal al que se acoge la propuesta de pre factibilidad. En síntesis, este capítulo engloba todo lo teórico.</p> <p>En el segundo capítulo, adentrándose en la temática del proyecto, se realizó un estudio de mercado para reconocer la existencia de un segmento al cual atender sus necesidades a través de la toma de encuestas. Se aplicó un estudio a la competencia para catalogarla como directa e indirecta, profundizando más en la</p>

	<p>primera puesto que con la actividad económica de estos establecimientos se basaría el desarrollo económico de la propuesta.</p> <p>En el tercer capítulo se desarrolla la identidad organizacional de la cafetería, estructurando políticas y demás directrices para el buen funcionamiento de las actividades y el uso correcto de los recursos. Se realizó también el estudio financiero, especificando costos, gastos, ventas y el financiamiento necesario para el funcionamiento de la cafetería. En este capítulo también se detalla el tipo de impactos que la propuesta ocasionaría si se llevara a cabo, considerando resultados positivos y negativos. Finalmente se concluye que la propuesta es rentable.</p>
PALABRAS CLAVES:	Cocina ecuatoriana, envuelto ecuatoriano, pre factibilidad, La Floresta, cafetería, café
ABSTRACT:	<p>This degree project aims to conduct a pre-feasibility study to determine the project's labor market profitability. Specifically, if there is the possibility of establishing a cafeteria of Ecuadorian wraps in La Floresta, Canton Quito, Province of Pichincha.</p> <p>For this purpose, a series of steps were carried out to collect information and obtain results through the management of this data.</p> <p>The first chapter began by gathering information on the existing influence of Ecuadorian wraps as a business model in the food and beverage market in the different regions of the country. Then, data were sought on the impact of the COVID-19 pandemic on the food and beverage sector in Quito and, more precisely, on Ecuadorian cuisine, its customs, and history, with emphasis on coffee and the varieties of Ecuadorian wraps and how these are constituted based on the locality in which they are prepared. This section specifies the legal framework of the pre-feasibility proposal. In summary, this chapter encompasses all the theoretical aspects.</p> <p>In the second chapter, going deeper into the project's subject matter, a market study was conducted to determine the existence of a segment whose needs could be known through surveys. A study of the competition was applied to classify it as direct and indirect, focusing on direct competition since the economic activity of these establishments would be the basis for the economic development of the proposal.</p> <p>The third chapter develops the organizational identity of the cafeteria, structuring policies, and other guidelines for the proper functioning of the activities and the correct use of resources. A financial study was also made, identifying costs, expenses, sales, and the necessary financing for the operation of the cafeteria. In addition, this chapter details the type of impacts the proposal would cause, considering positive and negative results. Finally, it is concluded that the proposal is profitable.</p>
KEYWORDS	Ecuadorian cuisine, Ecuadorian wrap, pre-feasibility, La Floresta, cafeteria, coffee.

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



f: _____

MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE

CI: 172347085-0

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE**, CI: 172347085-0 autor/a del proyecto titulado: **Propuesta de pre factibilidad para la creación de una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos, ubicada en el sector de La Floresta, Cantón Quito, Provincia de Pichincha** previo a la obtención del título de **ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.



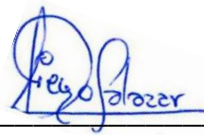
f: _____

MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE

CI: 172347085-0

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título **Propuesta de pre factibilidad para la creación de una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos, ubicada en el sector de La Floresta, Cantón Quito, Provincia de Pichincha**, para aspirar al título de **ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO** fue desarrollado por **MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de **CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO**; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Pablo Flores', is written above a horizontal line.

DIRECTOR DEL TRABAJO

DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE, portador(a) de la cédula de identidad N° 172347085-0, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f: _____



MONAR ARIAS PAULA DOMINIQUE

CI: 172347085-0

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios, por haberme traído a la vida y haberme bendecido con una familia abundante en cantidad y amor. Por haberme permitido llegar hasta este momento, por darme la entereza, propia o infundada, de seguir adelante a pesar de todo lo malo y feo que a veces la vida pueda traer. Por demostrarme con pequeños o grandes sucesos lo mucho que me ama y lo importante que soy para él, para mí misma y para quienes me rodean.

Agradezco a todos quienes colaboraron de forma directa o indirecta en el desarrollo y/o culminación de este proyecto;

A mi director de tesis, que con paciencia y sapiencia me guió de principio a fin.

A todos los profesores y profesoras que me tendieron una mano con sus conocimientos y grandes consejos.

A mis tías, tíos, primos, padres y hermanos que incansablemente me apoyaron en todo lo necesario.

A mis amigas y amigos por infundirme valor para la toma de encuestas.

A mi psicólogo porque gracias a sus conocimientos pude ver la calidad de ser humana que soy y lo importante de tener una mente abierta y una buena actitud cuando se pasa por malos momentos.

Y a mi novio, por demostrarme a la distancia que las cosas pueden mejorar si se hacen con amor.

DEDICATORIA

De igual forma, dedico este proyecto a Dios, quien me ha soportado y alzado cuando más lo he necesitado y cuando lo ha visto necesario.

Lo dedico a todos mis seres queridos que me rodean y que me apoyaron muchísimo de diversas maneras.

Lo dedico también, a todos aquellos que buscan graduarse a través de proyecto de titulación y que esta decisión les pudiese causar miedo o incertidumbre, pues sólo diré que es un camino largo y laborioso, pero lo van a terminar logrando si se lo proponen.

Pero principalmente me dedico este trabajo a mí, como prueba de propia superación.

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE TABLAS.....	18
INTRODUCCIÓN.....	i
I. ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	i
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	ii
II.I. Planteamiento del Problema	ii
II.II. Formulación del Problema	iii
a. Pregunta General:	iii
b. Preguntas Específicas:.....	iii
III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
a. Objetivo General:	iii
b. Objetivos Específicos:	iii
IV. JUSTIFICACIÓN	iv
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1. Revisión Bibliográfica de Referencia (Bases teóricas)	1
1.1.1. Sector de alimentos y bebidas de Quito; antes y durante la pandemia por COVID-19	1
1.1.2. La cafetería	4
1.1.3. El café.....	5
• Definición	5
• Historia del café	5
• El café en América Latina.....	7
• El café en Ecuador.....	7
1.1.4. Cocina tradicional en el Ecuador	8
• Envueltos ecuatorianos.....	9
• Inicios de los envueltos ecuatorianos.....	10
• Envueltos en las regiones ecuatorianas	10
• Características principales de los envueltos ecuatorianos	12
○ Humita.....	12
○ Quimbolito	13
○ Tamal.....	13

○	Chigüil	14
○	Vicundo	14
○	Cuchichaqui	14
○	Timbulo	14
○	Tonga	15
○	Bollo	15
○	Muchín	16
○	Emborrajado	16
○	Ayampaco	16
○	Maito	16
○	Hayaca	17
○	Corviche	17
○	Bolón de verde	17
○	Tortillas de maíz	17
○	Empanada de viento	17
○	Empanada de morocho	18
○	Empanada de verde	18
1.1.1.	Modelo de negocio	19
•	Estudio técnico	19
•	Estudio administrativo	20
•	Estudio legal	20
•	Estudio comercial	21
•	Agentes que influyen en la estrategia comercial	22
•	Estudio de impactos	24
•	Estudio financiero	25
1.2.	Marco Legal	25
1.2.1.	Constitución de la República del Ecuador	25
1.2.2.	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	26
1.2.3.	Ley Orgánica de Salud	26
1.2.4.	Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera	26
1.2.5.	Ley de Turismo	27
1.2.6.	Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas	27
1.2.7.	Concejo Metropolitano de Quito, Ordenanza N° 0213 y N° 0236	27

1.3.	Marco Institucional	27
1.3.1.	Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030	27
1.3.2.	Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025	28
1.3.3.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	28
1.4.	Marco Conceptual	29
1.5.	Conclusiones generales del capítulo	30
CAPÍTULO II		31
2.	METODOLOGÍA	31
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1.1.	Enfoques de investigación-tipo de investigación.....	31
2.1.2.	Fuentes de investigación.....	32
2.1.3.	Dimensiones	32
	• Método analítico-sintético	32
2.2.	ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL MERCADO	32
a.	Localización	32
	• Macro Localización	32
	• Micro Localización	32
b.	Características generales del sector	33
	• Ubicación.....	33
	• Zonas	33
	• Vías de Acceso.....	33
	• Sitios Turísticos de Importancia.....	33
	• Fiestas del Sector	33
	• Habitantes	33
2.2.1.	Análisis del macro entorno.....	33
	• Entorno Geográfico	33
	• Entorno Político- Económico –Legal.....	33
	• Entorno Demográfico	34
	• Entorno Social- Cultural.....	34
	• Entorno Tecnológico.....	35
2.2.2.	Análisis del micro entorno del lugar de estudio.....	35
	• Amenazas de Nuevos Competidores- Barrera de Entrada	35
	○ Economías de Escala	35
	○ Diferenciación del Producto.....	35

○	Necesidades de Capital	35
○	Acceso a los Canales de Distribución	35
○	Desventajas de los Costos Independientemente del Tamaño de la Empresa	36
○	Política del Gobierno	36
●	Amenaza de Posibles Productos Sustitutos	36
●	Poder de Negociación de los Proveedores	36
○	Concentración de Proveedores	36
○	Importancia del Volumen para los Proveedores	36
○	Diferenciación de Insumos	37
○	Costo de Cambio	37
○	Disponibilidad de Insumos Sustitutos	37
○	Impacto de los Insumos	37
●	Poder de negociación de los Clientes	37
○	Concentración de Clientes	37
○	Volumen de Compra	37
○	Diferenciación	37
○	Información Acerca del Proveedor	37
○	Diferenciación de la Marca	38
●	Rivalidad entre los Competidores (benchmarking)	38
○	Concentración	38
○	Diversidad de Competidores directos e indirectos	38
○	Diferenciación del Producto	39
○	Condiciones de Costos	39
○	Rotación de la competencia	39
2.2.3.	Análisis final de la oferta	39
●	Oferta Actual	39
●	Oferta futura	40
2.3.	Análisis de mercado	41
●	Mercado y mercado meta	41
●	Segmento de mercado u Objetivo de estudio	41
○	Cálculo de la muestra	41
●	Instrumento de medición	42
○	Análisis de resultados	42

Resultados de la encuesta.....	42
2.3.1. Aspectos sociodemográficos	43
• Análisis Sexo	44
• Análisis Edad	44
• Análisis Nivel de estudios	44
• Análisis Ocupación laboral actual.....	45
• Análisis Estado civil.....	45
• Análisis Motivo de visita en La Floresta	45
• Análisis Motivo de visita a una cafetería.....	45
• Análisis Frecuencia de visita (L-V) a una cafetería (y n° acompañantes)	45
• Análisis Frecuencia de visita (sábado y domingo) a una cafetería	45
• Análisis Periodicidad de visita al mes a una cafetería.....	46
2.3.2. Producto	46
• Análisis Criterios de importancia en una cafetería	46
• Análisis Preferencia de consumo	47
• Análisis Guarnición del envuelto	47
• Análisis Bebida acompañante	47
2.3.3. Precio	47
• Análisis Aceptación promedio de precios (envuelto).....	48
• Análisis Aceptación promedio de precios (bebida)	48
• Análisis Formas de pago	49
2.3.4. Distribución.....	49
• Análisis Horario de visita a una cafetería	49
• Análisis Preferencia en el tipo de consumo	49
• Análisis Alternativas en la compra a domicilio	49
2.3.5. Promoción	50
• Análisis Promoción.....	51
• Análisis Nivel de aceptación oferta de la propuesta	51
2.3.6. Análisis final de la demanda	51
• Demanda Actual	51
• Proyección Demanda Futura	52
2.4. Análisis de la oferta vs la demanda	53
2.5. Conclusiones generales del capítulo	53

CAPITULO III	55
3. PROPUESTA	55
3.1. Idea de negocio	55
3.2. Propuesta y estructura Administrativa Organizacional	55
3.2.1. Planeación estratégica	55
• Visión	55
• Misión	55
• Objetivos empresariales	55
• Objetivo general	55
• Objetivos específicos	55
• Valores corporativos:	56
3.2.2. Dirección Estratégica	56
○ Políticas internas	56
a. Política para manejo de personal	56
• Proceso para el Análisis de Puestos	56
• Proceso para Reclutamiento del Personal	56
• Proceso para Selección del Personal	56
• Proceso para renuncias y despidos	57
b. Políticas de sueldos, salarios, compensaciones e incentivos	57
c. Políticas de capacitación	57
• Capacitación	57
• Evaluación del Desempeño	58
• Remuneraciones	58
d. Políticas de uso de uniforme	58
e. Políticas para vacaciones y permisos	58
f. Políticas de negociación con proveedores	59
g. Políticas de servicio al cliente	59
3.2.3. Organización empresarial	60
• Estructura Organizacional	60
○ Organigrama estructural	60
○ Organigrama funcional	60
• Desarrollo de la Nómina del Personal	60
• Funciones del personal	61
○ Gerente general:	61

○ Cocinero:	61
○ Mesero:.....	62
• Planeación Organizacional del personal (Horarios)	62
3.3. Propuesta Técnica	63
• Macro Localización	63
• Micro Localización	63
3.3.1. Recursos Técnicos	64
• Infraestructura y estructura	64
• Plano del Establecimiento	65
• Capacidad Instalada	66
• ÁREA ADMINISTRATIVA (mobiliario, equipo, suministros)	66
• ÁREA DE SERVICIO (mobiliario, equipo, menaje)	67
• ÁREA DE PRODUCCIÓN (mobiliario, equipo, menaje)	68
• Uniformes del Personal	69
• Procesos de producción	69
• Control de calidad	71
3.4. Estructura Legal	71
3.4.1. Requisitos de constitución	71
3.4.2. Gastos de constitución	71
3.5. Propuesta comercial	72
○ Nombre de la Empresa	72
○ Imagotipo	72
○ Colores corporativos	72
○ Eslogan	72
○ Sitio Web	72
3.5.1. Producto y precio	72
3.5.2. Promoción	74
3.5.3. Estrategias de Marketing Mix o comerciales	74
• Estrategias de Introducción al Mercado	74
• Estrategias para el Producto físico y de servicios	74
• Estrategias para el Precio	74
○ Descuentos	74
○ Bonificaciones	74

○	Planes de pago	75
●	Estrategias para la Plaza o Punto de Distribución	75
○	Punto de distribución	75
○	Franquicias o Sucursales	75
●	Estrategias para el ambiente físico	75
○	Diseño e Infraestructura externa e interna	75
○	Estilo	75
○	Confort	75
○	Paisajes	75
○	Servicios locales	75
●	Estrategias para las Personas o empleados	75
○	Cultura organizacional	75
-	Objetivo General	75
-	Objetivos Específicos	76
-	Políticas	76
-	Valores	76
○	Marketing interno	76
○	Servicios postventa (Promocionales, Psicológicos, De Seguridad)	76
○	Stakeholders:	77
●	Estrategias para los Procesos	77
●	Estrategias para la Promoción	77
○	Publicidad/ventas personales/promoción de ventas/relaciones publicas	
	Brochure/Co-Marketing:	77
3.6.	Evaluación de impactos	77
●	Impactos económicos	77
●	Impactos sociales	77
●	Impactos culturales	78
●	Impactos ambientales	78
○	Valorización de impactos	78
○	Estrategias de mitigación	80
3.7.	Estudio financiero	80
●	Sueldos y salarios	80
●	Arriendo	82
●	Servicios básicos	83

• Consumo promedio	84
• % costo promedio carta	85
• Materia prima	86
• Suministros de limpieza y oficina	87
• Suministros de producción y ventas	89
• Publicidad inicial	89
• Pronóstico de ingresos	90
• Pronósticos de egresos	92
3.7.1. Inversión total	93
• Activos fijos (Propiedad, planta y equipo)	93
• Activos diferidos	96
• Capital de trabajo	97
3.7.2. Financiamiento	97
3.7.3. Depreciaciones	99
3.7.4. Estados financieros proyectados	101
• Balance general	102
3.7.5. Evaluación financiera	102
• Flujo de caja neto	102
• VAN (Valor Actual Neto)	103
• TIR (Tasa Interna de Retorno)	104
• Punto de equilibrio	105
• Periodo de Recuperación del Capital (PRC)	106
• Relación costo beneficio (R C/B)	107
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	109
BIBLIOGRAFIA	110
ANEXOS	1

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Elementos del modelo de negocio	19
Tabla 2	Componentes del estudio técnico	19
Tabla 3	Mezcla de promoción	22
Tabla 4	Establecimientos que son considerados competencia directa	38
Tabla 5	Ventas de la competencia directa.....	40
Tabla 6	Oferta actual competencia directa.....	40
Tabla 7	Proyección de la oferta futura.....	41
Tabla 8	Aspectos sociodemográficos	43
Tabla 9	-Criterios de importancia en una cafetería, -Preferencia de consumo, -Guarnición del envuelto, -Bebida acompañante.....	46
Tabla 10	-Aceptación promedio de precios (envuelto), -Aceptación promedio de precios (bebida), -Formas de pago.....	47
Tabla 11	-Horario de visita a una cafetería, -Preferencia en el tipo de consumo, -Alternativas en la compra a domicilio.....	49
Tabla 12	-Promoción, -Nivel de aceptación oferta de la propuesta.....	50
Tabla 13	Determinación del porcentaje de aceptación para la propuesta.....	51
Tabla 14	Proyección de la demanda futura.....	52
Tabla 15	Balance Demanda Oferta.....	53
Tabla 16	Demanda insatisfecha diaria	53
Tabla 17	Nómina del personal.....	60
Tabla 18	Horario del personal	63
Tabla 19	Días laborables 2023	63
Tabla 20	Evaluación de las alternativas de ubicación.....	64
Tabla 21	Mobiliario, Equipo de oficina, Suministros de oficina Área Administrativa	66
Tabla 22	Mobiliario, Equipo, Cubertería, Cristalería, Vajilla Área de Servicio	67
Tabla 23	Mobiliario, Equipo de producción, Menaje de producción, Suministros de cocina Área de Producción.....	68
Tabla 24	Uniformes del personal.....	69
Tabla 25	Gastos de constitución.....	71
Tabla 26	Matriz de Leopold	78
Tabla 27	Nómina Año 1	80
Tabla 28	Nómina Año 2	81
Tabla 29	Nómina Año 3	81
Tabla 30	Nómina Año 4	82
Tabla 31	Nómina Año 5	82
Tabla 32	Arriendo	82
Tabla 33	Cálculo luz eléctrica	83
Tabla 34	Cálculo consumo de agua	83
Tabla 35	Cálculo internet	83
Tabla 36	Servicios básicos	84
Tabla 37	Cálculo consumo promedio	84
Tabla 38	Cálculo % consumo promedio.....	85
Tabla 39	Costo materia prima de la carta	87
Tabla 40	Suministros de limpieza y de oficina.....	88

Tabla 41	Suministros de producción y de ventas	89
Tabla 42	Publicidad inicial Año 1 y Publicidad Año 2.....	90
Tabla 43	Rotación competencia directa.....	90
Tabla 44	Días en que labora la cafetería.....	91
Tabla 45	Pronóstico de Ingresos por mes	91
Tabla 46	Pronóstico de Ingresos por año.....	92
Tabla 47	Pronóstico de Egresos por año.....	93
Tabla 48	Mobiliario y equipo área administrativa	94
Tabla 49	Mobiliario, equipo y menaje área de servicio	94
Tabla 50	Mobiliario, equipo y menaje área de producción	95
Tabla 51	Uniformes del personal.....	96
Tabla 52	Gastos de constitución.....	96
Tabla 53	Publicidad inicial Año 1	97
Tabla 54	Capital de trabajo.....	97
Tabla 55	Fuentes y usos del dinero.....	98
Tabla 56	Distribución del capital.....	98
Tabla 57	Financiamiento	99
Tabla 58	Depreciaciones	100
Tabla 59	Estado de resultados	101
Tabla 60	Balance general	102
Tabla 61	Flujo de caja neto	103
Tabla 62	VAN (Valor Actual Neto)	104
Tabla 63	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	105
Tabla 64	Punto de equilibrio	105
Tabla 65	Periodo de recuperación del capital (Cálculo de flujos acumulados).....	106
Tabla 66	Periodo de recuperación del capital	106
Tabla 67	Relación costo beneficio (Cálculo de flujo consolidado).....	107
Tabla 68	Relación costo beneficio.....	108

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cinturón verde del café.....	6
Figura 2 Agentes en la estrategia comercial.....	22
Figura 3 Organigrama de tipo estructural.....	60
Figura 4 Organigrama de tipo funcional.....	60
Figura 5 Macro localización - La Floresta.....	63
Figura 6 Micro localización - Avenida Lérída y calle Pontevedra.....	64
Figura 7 Plano de la cafetería Hoja Verde.....	65
Figura 8 Proceso en cocina.....	69
Figura 9 Proceso en servicio.....	70
Figura 10 Imagotipo de la cafetería.....	72
Figura 11 Carta de la propuesta de pre factibilidad.....	73

INTRODUCCIÓN

I. ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

La cocina ecuatoriana está dotada de una gastronomía rica en variedad, dado así, que en el presente proyecto de pre factibilidad se ha centrado la atención en los envueltos que se preparan en las diferentes regiones del país.

El término “envuelto” se utiliza en varios aspectos, pero enfocándose en el tema culinario se refiere al ingrediente que cubre a otro ingrediente o a una preparación como tal, también dicha condumio, la acción de envolver usualmente se suele realizar con distintos tipos de hojas (Larousse Cocina s.f.), pero cabe recalcar que también se les considera envueltos a aquellas preparaciones que no necesariamente cuentan con una hoja a su alrededor y que se envuelven con una masa preparada a base de distintos ingredientes.

De esta manera, para el proyecto a desarrollarse se ha procurado encontrar investigaciones previamente realizadas para comprender el impacto cultural, social, económico y culinario que ejerce la temática de los envueltos en los ámbitos antes mencionados; Bastidas (2016), propone un plan de negocios para la venta de envueltos que son comúnmente consumidos en varios puntos de la ciudad de Quito, como son los tamales, humitas y quimbolitos. Manifiesta que es un emprendimiento rentable a mediano plazo, por la gran acogida y reconocimiento que estos productos reciben de parte de los consumidores. Este estudio es importante para la temática del proyecto porque sirve de base para entender como ha estado fluctuando el mercado quiteño y el tipo de envueltos que ha tenido mayor presencia entre los clientes y consumidores.

Por otro lado, Salazar (2013) desarrolla una indagación y propuesta gastronómica sobre los envueltos de la Sierra-Centro del Ecuador, aquí se llega a la conclusión de que el país está dotado por una riqueza natural que provee de distintos ingredientes para la variada preparación de envueltos, ya sea en su propia masa, o con la ayuda de algunos tipos de hojas aptas para el consumo humano; entre los que se distingue envueltos dulces y salados. Donde se destaca, además, el trasfondo histórico que modifica y agrega nuevas técnicas y materias primas a la elaboración de estos platillos. A partir de este estudio, se puede tener presente en el proyecto el aplicar ciertas variaciones en las recetas tradicionales, sin vulnerar su importancia del *folklore*, para satisfacer las necesidades del cambiante mercado quiteño.

Por último, Fernández-Sánchez et al., (2016), realizan una investigación para fortalecer el turismo gastronómico en la amazonia ecuatoriana, específicamente en el cantón Pastaza. Se describen los tamales de papa china y los envueltos en hoja de plátano como platos insignes que

se comercializan fuertemente entre los lugareños y los turistas que llegan a la zona. Este estudio es fundamental para el proyecto de pre factibilidad para darle un valor más representativo a los envueltos de la Amazonía.

II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

II.I. Planteamiento del Problema

Existe una gran variedad de envueltos que se consumen en cada región del Ecuador, estos se caracterizan por tener distintos condumios y masas.

La Real Academia Española (2021a) define al condumio como aquel manjar que se puede comer con pan, recalcando que puede ser cualquier alimento guisado. Por otra parte, en territorio ecuatoriano el término sufre una modificación y es acuñado como un relleno, según se escribe en el boletín de Informaciones Científicas Nacionales N° 117 al explicar el relleno de una empanada de morocho y una de viento; describiendo que estos envueltos mejoraron de forma organoléptica por incluirle un condumio preparado con arveja, carne, cebolla y otros ingredientes, en el caso de la empanada de morocho. Y en cuanto a la empanada de viento le mejoró el relleno de queso que se le agrega (Astudillo et al., 1985).

Se sabe que los envueltos hacen uso de alguna hoja para ser cubiertos, estas pueden ser de plátano, de maíz o de algún otro tipo de planta comestible, o bien pueden envolver un condumio por medio de su propia masa (Larousse Cocina s.f.). Usualmente estos platillos se acompañan con ají, esto porque desde tiempos remotos, durante las comidas, se disponía un recipiente con ají molido del cual los comensales lo degustaban por cucharadas en sus platos (Romero, 2003) esto con el objetivo de potenciar sabores y darle un toque picante a la comida.

Los envueltos en general, son el resultado de las experiencias transmitidas de generación en generación, en el que se integran recetas que fueron transmitidas entre los individuos de uno o más territorios, de esta manera es que se aporta un valor cultural a la gastronomía ecuatoriana (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2012).

A partir de lo que se ha mencionado con anterioridad, aunque se han perpetuado ciertos envueltos ecuatorianos a través del tiempo, como la humita, el tamal o el quimbolito, se ha ido dejando de lado a otro tipo de envueltos, ya sea por la dificultad de conseguir los ingredientes para su preparación (sea por la estacionalidad o alto precio de compra), por la falta de transmisión oral o por el desinterés y la preferencia de productos manufacturados de fácil adquisición que simplifican tiempos de cocción o de obtención (Aislados, 2020).

II.II. Formulación del Problema

a. Pregunta General:

¿Qué características debe tener una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de la Floresta que satisfaga las necesidades del mercado y que sea factible y viable?

b. Preguntas Específicas:

- ¿Qué aspectos administrativos y operativos deben considerarse para diseñar una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de la Floresta que satisfaga las necesidades del mercado y que sea factible y viable?
- ¿Qué metodología permite levantar, procesar y analizar el entorno de mercado y las necesidades del consumidor sobre una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de la Floresta?
- ¿Qué aspectos técnicos, administrativos, legales, comerciales y financieros deberá tener una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos que se ubique en el sector de la Floresta?

III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

a. Objetivo General:

- Desarrollar una propuesta de pre factibilidad para la creación de una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de La Floresta, cantón Quito, provincia de Pichincha que permita satisfacer las necesidades del mercado y ser rentable.

b. Objetivos Específicos:

- Identificar todos los aspectos administrativos y operativos necesarios que deberán considerarse para diseñar una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de la Floresta que satisfaga las necesidades del mercado y que sea factible y viable.
- Definir una metodología de investigación de mercados que permita levantar, procesar y analizar el entorno de mercado y las necesidades del consumidor sobre una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de la Floresta.
- Establecer los aspectos técnicos, administrativos, legales, comerciales y financieros que deberá tener una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos que se ubique en el sector de la Floresta.

IV. JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta de pre factibilidad es necesaria realizarla para exponer la pluralidad gastronómica de la que goza el Ecuador, especialmente si de envueltos se trata. Por su ubicación, el país posee diversos pisos climáticos que favorecen la presencia de una fauna y flora rica con características únicas en las cuatro regiones del territorio, por lo que es entendible la extensa singularidad de sus platillos.

El problema radica en que se focaliza más la atención en ciertos platos culinarios y se hace caso omiso a los demás, ya sea por la dificultad para adquirir las materias primas con las que son preparados, por el costo que representan sus ingredientes, por la falta de conocimiento o por el desplazamiento de productos locales y la introducción de materias extranjeras. Por ello es necesario poner en práctica la idea de negocio para reunir y ofertar los envueltos ecuatorianos convencionales junto con los no convencionales para atribuirles valor a estos últimos.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Revisión Bibliográfica de Referencia (Bases teóricas)

1.1.1. Sector de alimentos y bebidas de Quito; antes y durante la pandemia por COVID-19

La oferta gastronómica en la capital del Ecuador se ve integrada por diversos tipos de establecimientos como restaurantes, bares, cafeterías, discotecas, servicio de catering, locales móviles y plazas de comida, según manifiesta el Reglamento turístico de alimentos y bebidas (Registro Oficial N° 575, 2018). Por lo que el poder de decisión de compra de los clientes es alto y la competitividad entre establecimientos también.

Desde el año 2019 el mundo se vio azotado por la propagación de un virus que terminó modificando drásticamente el diario vivir de las personas, el portal web de la OMS (2019) puso a disposición de los usuarios una breve descripción del causante de la epidemia que tiempo después resultaría en pandemia; el brote de la enfermedad por coronavirus, denominado por los expertos como COVID-19, se registró por vez primera en la ciudad china de Wuhan, capital de Hubei el 31/12/2019.

Es así, que el 12 de marzo de 2020 el Ecuador se declaró en emergencia (Las medidas que toma Ecuador, en emergencia sanitaria por coronavirus, 2020). Desde el 15 de marzo del mismo año, el gobierno prohibió la movilización de vuelos y transporte marítimo internacionales para ciudadanos extranjeros que buscaban ingresar al país y para ecuatorianos la medida rigió desde el 16 de marzo de 2020 hasta que el panorama mejorara. Se tomaron otras medidas y se ejecutó la suspensión de actividades públicas y privadas que se realizaran masivamente, permitiendo el abastecimiento de productos de primera necesidad (Forbes, 2020).

El hecho de cerrar las fronteras y suspender las actividades comerciales que no involucraran la elaboración, distribución y transporte de productos de primera necesidad, resultó en un golpe duro de recibir por parte de la ciudadanía para sus negocios y empresas.

En la “Evaluación Socioeconómica” (Gobierno del Ecuador, 2020), documento en el que tomaron parte varios ministerios y entidades de la nación, se evalúa la actividad económica de los diferentes sectores económicos del Ecuador y se comparan los datos antes y durante la pandemia, se especifica entonces, que para el 2019 se generaron 2.280 millones de dólares en el sector turístico. Cabe destacar, que los datos a compararse comprenden los meses de marzo a mayo del mismo año; en el sector de alimentos y bebidas se generaron ventas por USD 330 50 millones y para el 2020 se registraron pérdidas netas acumuladas por un total de USD 211 09 millones, esto quiere decir que en ese sector las ventas bajaron en un 66,75%.

El 5 de mayo de 2020 el Ministerio de Turismo del Ecuador revisa y aprueba un documento que sirve como protocolo para aplicar distintas medidas de bioseguridad para los establecimientos gastronómicos, concretamente cafés y restaurantes, que reanuden sus actividades aún dentro de la emergencia sanitaria (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020). Este protocolo pone a la disposición de este sector, una serie de medidas obligatorias; cuidados personales que deben tomar los colaboradores antes, durante y después de sus actividades laborales, los tipos y dosificación de químicos desinfectantes a utilizarse, los periodos y momentos de desinfección en las distintas áreas del establecimiento, al aprovisionamiento de equipos de protección personal y de higiene al personal que labora, el manejo de los desechos generados, estándares para el servicio a domicilio y el manejo con proveedores, etc.

Una vez se aplicaron los lineamientos necesarios para un retorno progresivo a las actividades y levantar al sector económico del país, se evaluaron los resultados obtenidos y se hizo hincapié en el sector turístico y los servicios que lo integran. Los datos obtenidos al aplicarse la encuesta que estudió el comportamiento de los turistas nacionales que visitan Quito en los meses de julio, agosto y noviembre (Cabanilla et al., 2020), especifican el perfil sociodemográfico de los turistas que ingresaron a Quito en 2019, las actividades que realizaron, el tipo de alojamiento al que acudieron, el gasto promedio en su visita, entre otros factores.

Cabe mencionar, que conocer la actividad económica en la capital a partir del comportamiento de los turistas nacionales, permite sondear el monto que destinan para el consumo de alimentos y bebidas en los diferentes establecimientos que se ubican en la ciudad.

Los resultados de las 1995 encuestas aplicadas en el DMQ, de acuerdo con los autores antes mencionados (Cabanilla, Lastra, Molina, Pazmiño y Yáñez), se pudo observar el perfil del turista nacional que llega a Quito; el 54% de los encuestados son de género masculino se caracterizaron por ser un grupo etario de 16 a 45 años, es decir, 80% de los visitantes eran jóvenes y jóvenes adultos. En su mayoría fueron solteros (48%), pero también existió una elevada presencia de encuestados casados en un 37%. Quito fue preferido por el segmento de familias en un 46% y personas que viajan solas en un 22%.

En promedio, las familias se conforman por 2 adultos y 2 niños. En cuanto a los lugares que registraron mayor afluencia de visitantes son; Centro Histórico (Panecillo, La Ronda), Mitad del Mundo, El Teleférico, Parque la Carolina y la Mariscal. Se integraron en el sector laboral privado en un 36% y perteneciendo en un 72% a la PEA (Población Económicamente Activa). El ingreso mensual que percibió este conglomerado fue de 400 a 1000 USD, con un sueldo básico unificado (Cabanilla et al., 2020).

Los turistas acostumbraron repartir equitativamente el monto destinado a gastar en su visita a la capital en un 33,3% para alimentación, alojamiento y actividades de ocio, respectivamente. Además, presentaron un gasto promedio de \$1 a \$60 diarios, representando el 79% de los encuestados. Comparando este dato con los resultados de las encuestas llevadas a cabo en 2016,

en 2019 el gasto aumentó \$10 por día. Las motivaciones de viaje de los encuestados fueron con finalidades turísticas en un 31% o visitar a familiares o amigos en un 20%. La Gastronomía como motivo de visita se ubicó en el cuarto puesto con un 6.1% de preferencia (Cabanilla et al., 2020).

Cabe recalcar que un 29% de los encuestados se desplazaron desde la provincia de Imbabura, Santo Domingo y Cotopaxi, en cuanto al menor porcentaje de encuestados, proceden de las siguientes provincias; Napo, Pastaza, Orellana, Cañar, Santa Elena, Galápagos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe, con un porcentaje menor al 1% (Cabanilla et al., 2020). Si se compara estos datos con la misma encuesta explicada anteriormente y la aplicada en 2016, se observa que de la provincia de Imbabura se registró visitas en reiteradas ocasiones hacia la capital del país.

Por otra parte, en una investigación que analizó el comportamiento del consumidor en Quito en 2019, se aplicó una encuesta física a una muestra de 626 personas y los resultados obtenidos son los siguientes; en el periodo de un año, los habitantes de Quito le dieron un 81,95% de importancia a la compra de alimentos, le siguió la vestimenta con un 57,51%, la “diversión-ocio” con un 27% y la compra de electrodomésticos o equipos electrónicos en un 19,49% (Salazar et al., 2019).

Tomando en cuenta la compra de alimentos como actividad prioritaria para el habitante de Quito, el 60,22% prefirió comprarlos en supermercados, pero cuando se presenta alguna situación que no permitiera comprar en estos establecimientos, acudieron en un 45,69% a mercados de la ciudad y si se tratara de compras pequeñas las realizaron en tiendas de barrio en un 38,18% (Salazar et al., 2019).

Hablando más específicamente sobre la prioridad en la compra de alimentos, cabe destacar el comportamiento de compra en el sector de alimentos y bebidas en la ciudad de Quito. Antes de la pandemia, las preferencias de consumo del cliente ecuatoriano dependían de sus ingresos, generalmente las personas con poco poder adquisitivo recurrían a preparaciones contundentes como platos con menestra, arroz y un género cárnico. Los consumidores con ingresos considerables, que percibían un salario básico, optaban por platillos de la Costa, con mariscos o pescados. Y estaban aquellos con un poder de compra más holgado por el dinero que podían y querían gastar, generalmente eligiendo preparaciones de cocina internacional (Samaniego, s.f.).

Se identificó que en los establecimientos de comida de la Costa, los clientes acuden cuatro veces al mes. El precio promedio de los platos allí es de \$6,50. El menú de esos negocios se integra por sopas, pescados fritos, arroz con mariscos, entre otras especialidades. El perfil del consumidor engloba a hombres y mujeres de entre 16 a 50 años. En cuanto a quienes tienen un poder adquisitivo más alto, prefieren el sushi, que suelen ser personas que persiguen alternativas más saludables y sabores exóticos que la cocina asiática ofrece. El consumo promedio por persona

es de \$10. En cuanto a otro tipo de comida internacional como la italiana, tailandesa o cantonesa, personas que perciben más del salario básico consumen este tipo de cocina (Samaniego, s.f.).

En el 2015 diario El Comercio conjuntamente con dos chefs, Pablo Cruz y Alfredo Salazar, llevaron a cabo el levantamiento de información para determinar un *ranking* de comida rápida en Quito. Entre los 10 establecimientos que ofertaban pizza se encontraban: Al Forno Pizzería, Cosa Nostra Trattoría, La Gambugia, Movie House Pizza, Pizzas de Bolívar, Pizza Rodante, Pizza Zu, Pizzería Di Rulo, Pizzería Roy's y The Pizza Factory. En cuanto a los negocios que ofertaban hamburguesas; Brasa Viva, Five Food, Hamburguesas El Corral, La Burguesa, Las Rollingas, Pickalás, Que Buena Papa, Smoqe, Verde y Carbón y Zoko Gastropub. Cabe mencionar que la mayoría de estos establecimientos catalogados como preferidos entre los consumidores, se encuentran o se encontraban ubicados en el barrio de La Floresta (Balarezo, 2015).

1.1.2. La cafetería

Una vez se ha dado una introducción sobre cómo se comportó el mercado nacional en el sector de alimentos y bebidas antes y durante la pandemia, se procede a detallar la siguiente temática respecto a la propuesta de pre factibilidad;

Guerrero (2017) define a la cafetería como un espacio de sociabilidad, un punto de encuentro popular y abundante en las grandes ciudades. Acota que el surgimiento de las cafeterías se dio luego de la Revolución Francesa a partir del siglo XIX, aunque desde el siglo anterior los espacios de sociabilidad públicos y privados como salones, tertulias, entre otros, ya se manifestaban entre la gente. Por otro lado, se tiene el registro de que la primera cafetería surgió en el siglo XV en Constantinopla, actual Estambul (Centro de información Café y Salud, s.f.). Kiva Han era el nombre de la primera cafetería del mundo, abrió sus puertas en 1475 (Asociación Española del Café, 2012).

El Ministerio de Turismo del Ecuador dentro del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, cataloga a las cafeterías como lugares en los que se preparan, expenden y/o sirven alimentos que pueden tener una preparación precocinada o rápida, pudiendo ser calientes o fríos, permitiendo también la venta de bebidas alcohólicas y/o no alcohólicas (Registro Oficial N° 575, 2018).

1.1.3. El café

- **Definición**

Una de sus definiciones, hace alusión a la bebida la cual se obtiene a través de una infusión, luego de que la semilla fue tostada y molida (Real Academia Española, 2021b).

Por otro lado, Martínez (2019), manifiesta que la palabra hace referencia al grano, a la bebida y a los establecimientos que venden la bebida. En sí, la etimología de la palabra proviene de los vocablos árabes *kahua*, *kahoueh*, *Kaffa* o *kahwa*. Esta palabra se ha ido transformando en función del idioma de cada región en la que consumían café, por ejemplo, los italianos denominaban a la bebida como *caffè*, mientras que en español, francés y portugués se le dice café, en inglés *coffee*, en alemán, danés y sueco *kaffe*, etc. (Martínez 2019).

Queriendo entender de mejor manera su origen, el café proviene del cafeto, un arbusto que puede alcanzar doce metros de alto, pero los caficultores lo podan para que no supere los cuatro metros para garantizar una mejor recolección y cuidado, se sabe que los cafetos dan frutos por primera vez a los dos años, pero los expertos mencionan que las mejores cosechas se obtienen después de cuatro o cinco años (Martínez 2019). Externamente, el fruto del café tiene la apariencia de una cereza y en plena madurez aparenta un color rojo brillante, en el interior de las cerezas crecen dos semillas aplanadas, estas son las semillas del café a las que también se les conoce como almendras, los granos son duros, de color verdoso y se encuentran protegidos por una membrana llamada endocarpio (Martínez 2019).

En relación a los tipos de granos de café, el autor menciona cuatro especies que componen el género *Coffea*: arábica o arábica, robusta, ibérica y excelsa. De todas esas, sólo dos se usan para la elaboración de la bebida; *Coffea arábica* (conocida como arábica o arábica) y *Coffea canephora* (conocida como robusta), las dos especies de forma agrupada, conforman el 98% del mercado mundial; la arábica produce café fino y aromático y representa el 75% de la producción mundial, mientras que la robusta es menos difundida, es rica en cafeína y produce bebidas fuertes y ácidas.

- **Historia del café**

Según menciona Martínez, (2019) el café arábigo se considera que proviene de la zona montañosa de Etiopía, del altiplano de Sudán y/o del norte de Kenia; el café llegó a Yemen hacia el año 575 d.C., este territorio se constituyó como el pionero en distribuir café arábigo hacia los demás países árabes a finales del siglo IX.

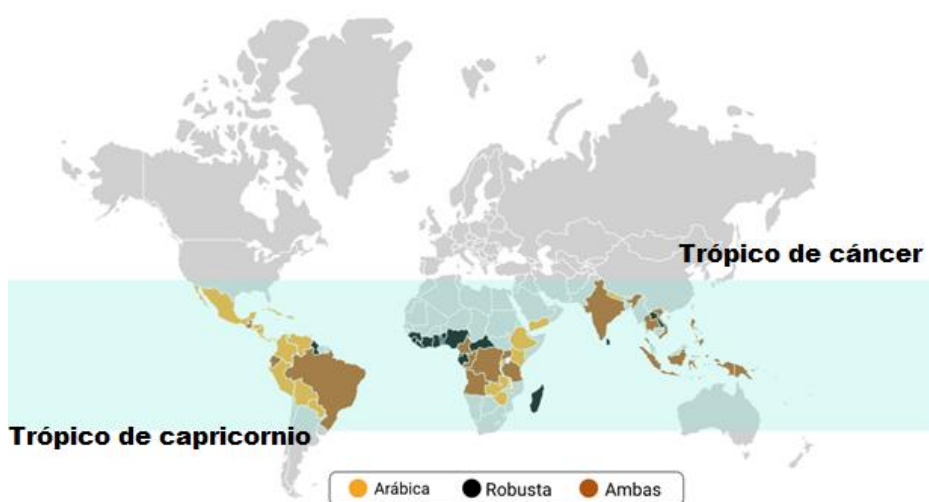
Por la parte sur, los nativos africanos la distribuyeron hasta Mozambique y Madagascar. Esta especie cafetalera de la que se ha estado hablando con anterioridad, es más vulnerable a plagas y a enfermedades en comparación con la robusta. Brasil es el mayor productor de café

arábica en el mundo mientras que Vietnam produce masivamente el café robusta, este fue descubierto a finales del siglo XIX en el Congo y Guinea, se propagó como cultivo extensivo a las islas de Ceilán (hoy Sri Lanka), Java, entre otras (Martínez, 2019).

En cuanto a este último antecedente, las variedades de café no crecen en todos los territorios del globo terráqueo, solo crecen en zonas con climas cálidos y tropicales, de cualidades selváticas y húmedas que cuentan con precipitaciones suficientes y amplia exposición a los rayos del sol. Esta zona propicia el desarrollo de las propiedades de los granos de café en cuanto a sabor y acidez refiere. La figura 1 permite identificar a los 80 países, contenidos en la zona llamada cinturón verde del café, que producen este grano (Martínez, 2019).

Figura 1

Cinturón verde del café



Nota. La franja celeste comprendida entre el Trópico de Cáncer al norte y el Trópico de Capricornio al sur corresponde al cinturón verde del café. Adaptado de “El cinturón del café, el origen de la calidad del café de especialidad” por O. Galeana (<https://elmundodelcafe.mx/?p=2895>).

En cuanto a la aparición del café en sus inicios, se considera que nació entre el 2000 antes de Cristo y 575 después de Cristo en Yemen. En el siglo XVI se domestica la planta y se empieza a difundir por territorio asiático y africano (Martínez, 2019).

A finales del siglo XVI llega el café a Europa, gracias a Louis Bossano en 1545 y Antoine Menavin en 1548 y Francois Sansevin en 1563 (Dufour, 1688).

Pietro Della Valle, luego de una visita a Constantinopla, arriba a Italia en 1625 llevando consigo semillas de café. En los años posteriores el café llegaría a Inglaterra, Países Bajos, Austria y demás territorio de Europa. En Italia se empiezan a desarrollar prototipos en maquinaria para extraer la esencia del grano y aprovechar en gran medida sus cualidades en sabor y aroma. Pietro Della Valle, luego de una visita a Constantinopla, arriba a Italia en 1625 llevando consigo semillas de café. El café llega a Francia por Pierre de la Rocque en 1644 a través del puerto de Marsella en un embarque procedente de Constantinopla (Leclant, 1951, citado por Martínez, 2019).

- **El café en América Latina**

La llegada del café a América Latina dio paso a la producción intensiva del mismo, las tierras se dividen por latifundios y minifundios, estas extensiones de cultivo podían contener de mil a 5 mil cafetos (Tulet, 1993). Brasil es un país caficultor que produce alrededor de 1.8 millones de hectáreas, le sigue Colombia con 1'150.000 hectáreas. México con 751.300 hectáreas y Ecuador 233.000 hectáreas (Guerrero, 2016).

Brasil, Colombia, Guatemala y México, participan en el 70% del mercado mundial, es así que Latinoamérica y el Caribe son regiones productoras de café con más de 60 millones de sacos al año (Agustín, 2016).

- **El café en Ecuador**

El café ingresó al Ecuador en 1764, de manos del irlandés Thomas Nugent, quien obtuvo las semillas de la isla Martinica (MAGAP, 2013). Pero existen otros registros de la posible fecha en que ingresó el grano al territorio. El INIAP, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, sostiene que el café llegó en 1830 y se empezó a cultivar en los recintos Las Maravillas y El Mamey en el cantón Jipijapa, provincia de Manabí, allí producían alrededor de 70.050 hectáreas, considerado el sector cafetalero más importante del país (Recalde, 2015). Se considera que el café ingresó por las islas Galápagos entre 1869 y 1870, los responsables fueron unos exploradores franceses quienes sembraron las semillas en varias islas del Archipiélago, tiempo después serían encontradas las matas por el tirano comerciante Manuel J. Cobos, quien amasó una fortuna con la producción intensiva del grano (Martínez, 2019).

Se considera, además, que el café ingresó por Loja, lugar en el que se desarrollarían de la mejor manera los cafetos y destacarían lugares como; Chaguarpamba, Olmedo, Vilcabamba, Puyango, Quilanga, Paltas y Celica, en esta última zona se producen las variedades caracol y caracolillo. Loja es considerada la capital del café de altura de Ecuador. En el Oro también se produce el susodicho grano, principalmente en; Balsas, Las Lajas, Marcabelí y Las Piñas. Pero, no hay comparación con el café que se produce en Zaruma por las características de este, además de las técnicas artesanales para la obtención del grano, casi la mitad de los cultivos superan los 40 años (Martínez, 2019).

La producción cafetera en Ecuador es en su mayoría de la especie arábica, en un 66%, en casi todas sus variedades, mientras que el 34% corresponde a la robusta (Martínez 2019). El autor también manifiesta las variedades de café arábigo que produce el Ecuador; Bourbon, Catimor, Catuai, Caturra, Mocha, Pacamara, Pacas, Sarchimor y Typica.

En la región se destinan 320.000 hectáreas para la producción del café, se involucran 150.000 familias, que vendrían a ser 600.000 personas, estas hectáreas están comprendidas por

estas provincias, las cuales se determinan como cafetaleras; Manabí, Loja, El Oro, Galápagos, Zamora Chinchipe, Imbabura, Carchi, Pichincha y Guayas (McBurney, 2010).

1.1.4. Cocina tradicional en el Ecuador

Para hablar de cocina tradicional cabe definir primero lo que es la tradición. Según la Real Academia Española (2020a), es la transmisión de costumbres, ritos o comportamientos que se realizan de generación en generación en un pueblo, generalmente de padres a hijos. Es así, que se puede complementar que los alimentos han tenido un impacto en nuestra historia como seres humanos desde hace muchos años (Rebato, 2009), porque somos lo que consumieron en su momento nuestros antepasados (J. Campillo, 2004 citado por E. Rebato, 2009).

El artículo que habla sobre la Gastronomía ecuatoriana de Reinburg, De Morgan y Cherón, (Reinburg et al., 1923, citado por Pazos, 2008), se habla de la gastronomía ecuatoriana tradicional, la cual se conforma por diversos platillos como caldo de carne, chigüil, bisté, champús, buñuelos, chamburada y ají de queso, de los que se tiene conocimiento.

Se incluye otros platos tradicionales como llapingachos en salsa de maní, patas de puerco, las chugchucaras, el mote pillo, los encocados, caldo de bolas de maíz, sopa de quinua, humita, tomates rellenos con choclo, empanadas de queso, arroz con leche, entre otros más (O. Fried, 1986, citado por Pazos, 2008).

Entre los condimentos usaban la sal como saborizante y el ishpingo con fines medicinales. La sal provenía de dos lugares; de Salinas de la provincia de Bolívar o del mar. La primera tenía un sabor amargo y una apariencia parda, mientras que la otra tenía otras propiedades organolépticas, por lo que era estimada por los españoles (Cobo, 1890).

Entre las carnes que consumían estaba la llama (De Atienza, 1931), el venado (De Villasante, 1965), el cuy (Cobo, 1890), el pato, tórtolas y perdices (de Villasante, 1965) y pescados (Docampo, s.f.). Su dieta también se componía de insectos, entre ellos; cuzos (Docampo, s.f.), catzos (Cobo, 1890) y churos (Montalvo, 1987). Las bebidas acompañantes de los platillos eran diferentes tipos de chicha; como la de jora (Cobo, 1890), de morocho (Pazos, 2008), de quinua (Cobo, 1890), maíz, capulí (Acosta, 1992) y chicha con las semillas del *molle* (Cobo, 1890).

Pazos (2008), manifiesta que la vida de los ciudadanos después de 28 años de la fundación de Quito a cargo de españoles no fue muy cambiante en comparación a la que llevaron durante el imperio inca, aún trabajaban la tierra y usaban la misma indumentaria. A parte de eso, se introdujeron especies animales y vegetales ajenas, minerales y tecnología europea.

El autor antes mencionado, habla sobre las costumbres culinarias y demás elementos integrados en las actividades de alimentación, su dieta se basaba en la preparación de locros con diferentes acompañantes; el típico locro de papas, locro con conejo, locro de *mashuas*, de paico, de *yuyuslluto* (hojas de la planta de melloco), de camote, de *achogchas*, entre otras variedades. Las mazamorras también figuraban; las de maíz, morocho o de quinua. En guisos destaca la *chuchuca*, el cual toma el nombre de la preparación para conservar el maíz.

Los hogares incas de Quito se distinguían por dos clases, la primera por tener a un cocinero que se encargaba de la cocina de la casa, aposento del representante personal del Inca, y la segunda clase, estaban las cocinas de las casas que se cuidaban por mujeres, las cuales eran de gente común (Olivas, 2006 citado por Pazos, 2008).

Los utensilios típicos de este periodo, fueron ollas de estilo inca; con base plana, zapatiformes y cilíndricas. Cuencos y tiestos pequeños o grandes de cerámica. También se usaban utensilios para contener alimentos, acarrearlos o guardarlos; botellas y aríbalos incas, cuencos pequeños o grandes de madera y cántaros planos u hondos, pequeños o grandes (Cobo, 1890).

- **Envueltos ecuatorianos**

- **Hojas para envolver alimentos**

El envolver con hojas los alimentos sucedió con varios objetivos; evitar que el alimento tenga contacto directo con la luz, alejarlo de la posible contaminación, de la humedad, de los insectos, para su cocción, almacenamiento, transporte o simple protección del ambiente (Estrella, 1986).

A continuación se menciona algunas hojas que cumplen la función de envolver a los alimentos.

- **Hojas de maíz tierno**

Con las hojas del choclo se envolvía pan de maíz, tortillas y arepas (Estrella, 1986). Cobo (1890), establece que se realizaban bollos de maíz, una variante de estos llevaba carne y ají, al cual cubrían con hojas de choclo para cocinarse. En la cocina popular, las choclotandas o sus similares, chumales en Cañar y Azuay, o *sambates* en Loja se envuelven con hojas de maíz tierno. Adicional a ello, Estrella (1986) habla de los chigüiles y los *llamachaquis*, una especie de tamales que de igual manera se envuelven con hoja de maíz y que se acostumbraba consumirlos en días festivos en algunas poblaciones de la Sierra en días festivos como el Domingo de Ramos.

- **Achera o achira**

Las hojas de esta planta han sido usadas ancestralmente para envolver tamales o humitas, además de embalar productos como la manteca de cerdo (Estrella, 1986). En el siglo XIX Solano

(1970) habló de forma positiva sobre la *achira* de Loja; al describirla como una planta muy funcional por su raíz y sus hojas.

○ ***Bijao* o *bihao***

Esta planta crece de forma abundante en la selva tropical del Ecuador, usualmente es confundida con otras especies que tienen gran parecido por sus hojas como la *Heliconia* o platanillos (Estrella, 1986). Fernández (1526) describieron al *bijao*, fundamental en el ámbito económico en las Antillas y Tierra Firme; las hojas servían para cubrir sus casas, manufacturar paraguas o tejer cestas en las que disponían sus alimentos. Además, cuando los pobladores de las selvas se encuentran sin energías, arrancan la planta de *bijao* y consumen la raíz, al que detallan como algo suave de buen sabor.

En Ecuador, en el siglo XVIII se embalaba con hojas grandes de *bijao* las frutas, cargas de sal y demás elementos (Velasco, 1946). En la Costa, las hojas de esta planta servían para hacer los techos de las casas y para hacer chozas (Baleato, 1963). Otro uso que se le daba a estas hojas era la obtención de cera vegetal, la cual se consigue de la película blanca de cera que se encuentra en el envés de las hojas. Esta cera servía para el alumbrado casero (Acosta, 1971)

Por último, la utilidad más significativa que guarda relación con la temática de este proyecto de pre factibilidad; las hojas de *bijao* se usan como envoltura para cocer alimentos. Cobo (1890), acota que los indígenas cocinaban tamales de maíz y bollos en esta hoja.

○ **Otras hojas**

Se sabe que los aborígenes utilizaron una serie de plantas para envolver los alimentos, sea para su preparación, almacenamiento o transporte. Entre las especies usadas destacan las hojas de plátano y la paja toquilla (Estrella, 1986).

● **Inicios de los envueltos ecuatorianos**

Existe una investigación en la que Cobo (1890), nombra a algunos envueltos que se preparaban en la época; la humita, el tamal y las arepas de harina de quinua. Manifiesta también las técnicas culinarias más usadas en el antiguo Ecuador; el asado y el tostado, el primero generalmente aplicado a tubérculos y el segundo a granos, adicional, el autor menciona al ají, el cual se incluía de forma cotidiana para acompañar las comidas.

● **Envueltos en las regiones ecuatorianas**

En territorio ecuatoriano los envueltos exhiben sus mejores cualidades a partir de la región en la que son preparados. La humita es una preparación característica de la Sierra, Pazos (2008),

pero su consumo también se ha extendido a la Costa, *Humitas, una delicia en el paladar de los manabitas* (2014).

A continuación, se mencionan los envueltos típicos de cada región del Ecuador; en la región Interandina, específicamente en Pichincha, se ingieren bolones y tortillas hechas de verde o yuca. En el Corpus Christi se degustan empanadas de carne, cuy y mote. En San Miguel de los Bancos se preparan tamales lojanos para las fiestas de la Virgen del Cisne. En otras zonas se consumen tamales de mote, humitas, quimbolitos, tortillas de tiesto y tortillas de viento (Naranjo, 2007).

En Chimborazo se prepara buñuelos, tamales de pollo o chicharrón, humitas y chigüiles (Naranjo, 2004a).

En Carchi son conocidos unos envueltos parecidos a los quimbolitos llamados panuchas, los envueltos de mote y las tortillas de tiesto (Naranjo, 2005).

Einzmann y Almeida (2001, citado por Unigarro, 2010) establecen que en Cañar se elaboran tortillas de choclo fritas después de las cosechas del maíz. De igual forma, consumen humitas y con harina del maíz blanco, preparan tamales que se cubren con hoja de *achira*.

En Loja, según Almeida (1999), se elaboran humitas, tortillas y buñuelos. En Azuay se preparan chigüiles a base de harina de maíz o con mote pelado remojado, que fue escurrido para su posterior molienda. Si se hace de sal, incluye carne de chanco y especias. Si se hace de dulce, incluirá; panela, canela, anís y queso. Los chumales también destacan en este territorio, se preparan con; choclo molido, queso, anís, azúcar y trago, los cuales se cocinan al vapor envueltos en hojas de maíz (Martínez, 1993).

En Bolívar también se preparan chigüiles, pero estos parten de una masa rellena de queso, huevos, manteca y harina de maíz. En la parroquia rural de Salinas degustan tortillas de harina de maíz y azúcar, además de los pasteles fritos, que se hacen con harina de trigo, agua y sal. Estos se aplanan, se rellenan de queso y se fríen en forma de empanada (Moreno, 2008).

En Imbabura se preparan tortillas de maíz tostadas al fogón, pan de choclo o también llamadas choclo tandas, humitas, chigüiles, bonitísimas, arepas de maíz con chicharrón, pasteles de choclo, tamales, empanadas de morocho, entre otros (Naranjo, 2002).

En cuanto a la alimentación cotidiana en el Litoral, destacan algunas zonas por los tipos de envueltos que preparan y consumen; en Manabí se degusta hayacas (en Rocafuerte, Olmedo y 24 de Mayo), el corviche y las tortillas de maíz, en las zonas de los valles de Los Ríos se preparan hayacas de hortalizas, yuca, plátano, maíz, maní, puerco y gallina. Adicional, pan de yuca, los conocidos bollos y tongas que también se producen en Esmeraldas (Naranjo, 2010).

En Los Ríos se consume el bolón de verde en el desayuno, en zonas campesinas destacan los muchines de huevos de bocachico, los ayampacos y bollos. Allí también preparan chigüiles en épocas de Carnaval (Naranjo, 2004b).

En la región Oriental, es comúnmente conocido el *maito*, se trata de una preparación que puede ser una masa de plátano, acompañada de carne, que se envuelve en hoja de bijao, o hay sus variaciones que llevan una masa de palmito y se acompaña con chontacuro (Cuvi, 2001).

De cualquier modo, puede prepararse con cualquier variedad de carnes. El principio básico es el de envolver en hojas un alimento sazonado con sal. Estos envueltos se cocinan al vapor y luego se colocan sobre un brasero (Unigarro, 2010). Según Fernández-Sánchez et al., (2016), también se preparan tamales de papa china rellenos de gallina criolla que se envuelven en hoja de plátano.

En Galápagos la gastronomía se compone de mariscos y pescados, por influencia de las migraciones hasta este territorio, se han introducido preparaciones serranas y otras de la Costa ecuatoriana. Por eso no es raro encontrar humitas, tamales y bollos (G. E, comunicación personal, 02 de noviembre 2021).

- **Características principales de los envueltos ecuatorianos**

Se describen a continuación, los ingredientes más representativos y procesos que cada uno de los envueltos ecuatorianos contiene.

- **Humita**

Pazos (2008), pone en conocimiento el cómo se preparaba la humita en sus inicios; llevaba maíz cao molido, estado del grano en el que está a punto de madurar, sal y las hojas de la planta de maíz. En cuanto a su preparación, el maíz se muele en un metate junto con la sal, se envuelve en las hojas y se cuece en agua.

Por otro lado, existen variantes más modernas que integran otros ingredientes; por un lado están las humitas de dulce que llevan choclo tierno, queso fresco (cuajada o quesillo), mantequilla, azúcar, polvo de hornear, leche, extracto de vainilla, huevos, pasas y los cutules. El proceso de preparación consiste en licuar o moler el choclo para luego proceder a cernirlo, esto se mezcla con el queso desmenuzado, la mantequilla, la leche, el polvo de hornear, los huevos, el azúcar y el extracto de vainilla. Se dispone una porción de la masa en la hoja de choclo, se introduce un bastón de queso en el centro, se coloca pasas y se cierra la hoja. Esta preparación se cuece al vapor (GoRaymi, s.f.).

Para la preparación de las humitas de sal se omiten los ingredientes dulces que se usan para la humita con este sabor y se agrega cebolla blanca, ajo, aceite de achiote o manteca de cerdo, sal y queso. El proceso es casi el mismo, simplemente se debe realizar un sofrito que servirá como condumio cuando la masa se coloque en la hoja, aunque también se puede mezclar el refrito con la masa de choclo (GoRaymi, s.f.).

○ **Quimbolito**

Antiguamente se preparaban con harina de maíz o almidón de papa, azúcar, manteca y huevos y la preparación se colocaba en una hoja de achira, se envolvía y se cocía a vapor (Pazos, 2008).

La receta modificada de este envuelto se prepara a base de harina de trigo, mantequilla, azúcar, queso, huevos, esencia de vainilla, esencia de anís, aguardiente, pasas y las hojas de achira. Se inicia batiendo la mantequilla con el azúcar para formar una crema clara, se agrega el queso rallado y las yemas de huevo. La mezcla se sigue batiendo, se procede a agregar la harina y las claras batidas a punto de nieve. Finalmente se añade las dos esencias y el licor. La mezcla se pone en las hojas de achira, se coloca dos pasas encima y se envuelve la preparación. Se procede a cocer a vapor los quimbolitos (Recetas el universo.com, s.f.).

○ **Tamal**

Existen tres variantes principales de tamales; los de maíz, los de mote y los de papa, aunque existen tamales con otras materias primas a las mencionadas anteriormente (Larrea, 2015).

Tomando en cuenta a los de maíz, Unigarro (2010) señala que contienen harina de maíz, sal, manteca de cerdo, miel de panela, caldo, huevos, queso tierno, carne de cerdo, cebolla colorada, ajo, huevo duro, ají, cebolla blanca y aceitunas. Para su preparación se comienza cocinando el cerdo en un caldo con cebolla y condimentos, se procede a deshilar la carne cuando esté cocida. Manteniendo el caldo aún en la estufa, se pone la manteca, la miel de panela y la harina para que se disuelva, se agrega el queso y se mezcla hasta formar una masa homogénea. A parte, se realiza un refrito con manteca, vegetales y la carne. En la hoja de achira se coloca una porción de la masa y encima el condumio de carne. Por último decorar con el ají, rodajas de huevo duro y una aceituna. Los tamales se cuecen al vapor.

Para el tamal de mote se necesita mote cocido sin cáscara, huevos, manteca, carne y caldo de cerdo, cebolla blanca, ajo, pimienta roja, ají, huevo duro y hojas de achira. El proceso de preparación parte de moler el mote para luego agregar uno a uno los huevos en esa masa, se cuece la carne de cerdo y se deshila la misma. Posterior a ello, se pone el caldo de cerdo y la manteca en la masa de mote, a parte se corta en tiras el pimienta y en rodajas el huevo duro. En las hojas de achira se coloca una porción de la masa, la carne deshilarada, el pimienta, el ají y el huevo. Finalmente se cocina al vapor (Unigarro, 2010).

En el tamal de papa se requiere de papa chola, pollo, ají, perejil, cebolla blanca, ajo, cebolla perla, pasta de maní, queso semi maduro, aceite de achiote, mantequilla, leche, arveja, huevo, sal y hojas de achira. En el proceso de su preparación se inicia con cocinar el pollo en un caldo de vegetales sazonado, el siguiente paso es el de deshilar el pollo y guardar el caldo de cocción. Luego se cocinan las papas y se realiza un puré el mismo que se mezclará con queso, aceite de achiote, leche, mantequilla y sal. Por otra parte, se prepara un refrito con el pollo deshilarado, el caldo y el maní. En la hoja de achira se pone la masa de papa, el pollo con maní y se decora con

rodajas de huevo duro, arveja cocida y ají. Finalmente se envuelve y se cocina al vapor (Unigarro, 2010).

- **Chigüil**

Para Pazos (2008), este envuelto tradicionalmente se compone de harina de maíz, manteca, huevos, queso y sal. Para su preparación se hidrata la harina de maíz con suficiente agua, se agrega la manteca, los huevos y la sal. Se mezcla todo muy bien. Para el armado del envuelto, se coloca en la hoja de maíz una porción de la masa y en el centro el queso, el cual cumple la función de condumio.

- **Vicundo**

Según Aislados (2020) es un envuelto de dulce que se realiza en el Carchi. Se compone de harina de mote, mantequilla, huevo, levadura seca, azúcar, panela, harina de trigo, agua, leche, queso fresco y hojas de vicundo o también conocida como bromelia. Para su preparación se inicia remojando el mote seco un día antes de elaborar estos envueltos. Efectuado eso se muele y se tamiza para separar la cáscara del grano molido. A parte, se mezcla la levadura con azúcar, harina de trigo y agua tibia y se deja reposar. En un recipiente se suaviza la mantequilla y se mezcla con los huevos, luego se agrega la panela derretida y la harina poco a poco. Finalmente se agrega el queso y la levadura. Las hojas de bromelia deben hervirse por algunos minutos para que se suavicen, ya que son gruesas y quebradizas. Para el armado; formar un cono con la hoja de vicundo y agregar un poco de masa allí, evitando que se riegue la mezcla, envolver poco a poco la masa con el sobrante de hoja, dando como resultado un envuelto de forma triangular. Cocinarlas al vapor hasta que la hoja empieza a tornarse amarillenta (Aislados, 2020).

- **Cuchichaqui**

Comúnmente preparado en la provincia del Azuay, en Girón, en Pucará y Baños. Los ingredientes son harina de maíz nixtamalizado (procedimiento en el cual el grano se pela con ceniza de madera), agua o caldo de tocino (cabeza de puerco, su carne se ahúma) manteca de cerdo, manteca con achiote y sal. En el relleno figura queso, pero también puede ser tocino o pata de cerdo. Para envolver se usan las hojas de vicundo (también dicho huicundo). Para el procedimiento, el maíz pelado se muele hasta hacer una harina, se le agrega sal, manteca con achiote, manteca de cerdo y se hidrata con agua tibia poco a poco y finalmente se amasa bien hasta que se convierta en una masa suave y homogénea. Se forman pequeñas porciones con la masa y en el centro se coloca el relleno. Se envuelven con las hojas de vicundo, tratando de que quede una forma piramidal y se cocinan al vapor (Huachichullca, 2020).

- **Timbulo**

Es un envuelto típico de Cuenca (Illescas, 2021). Se realiza con harina de maíz crudo, queso, mantequilla, panela, polvo de hornear, huevos, agua, canela, clavo de olor, pimienta dulce, anís estrellado y hojas de maíz extraídas de la planta seca de maíz. Para su elaboración; se inicia

diluyendo en agua la panela con las especias, dejando que hierva. A parte se mezcla el polvo de hornear y la harina. La mantequilla debe estar al clima y suavizada, a esta se le agrega la harina. Una vez se integre bien se agregan los huevos, se mezcla bien y a esta masa se agrega la panela diluida y aromatizada. La masa no debe pegarse a las manos, ese será el indicio de que está lista. El queso se ralla y se mezcla con un poco de panela también rallada, este será el condumio. Se forma una bolita con la masa y en el centro se le agrega el relleno, se amasa hasta formar una bolita y se coloca en el centro de la hoja de maíz. Se cierra la hoja de tal forma que los dos extremos de la misma se toquen. Se amarra con un pedazo largo de otra hoja de maíz y se los cocina a vapor (Illescas, 2021).

○ **Tonga**

Naranjo (2010) habla de la tonga como aquella comida que los montubios o cholos llevan a sus trabajos cuando se encuentran alejados de sus viviendas. Este platillo envuelve en hojas de plátano el almuerzo de la persona, permitiendo que el contenido permanezca caliente y con buen sabor.

Este envuelto, según Cámara en Acción (s.f.) se compone de arroz blanco cocido, salsa de maní, plátanos maduros fritos y una proteína estofada con ciertas especias; orégano, tomate riñón, pimiento, ajo, cebolla blanca, sal, cebolla paiteña, jengibre, hoja de laurel, aceite de achiote, mantequilla, comino y pimienta molida. Para el estofado se realiza un refrito con los ingredientes antes mencionados y se coloca las presas de gallina criolla, años atrás consumían pava de monte o perdiz (Delgado, 2011).

Para la salsa de maní se hace un refrito con pimiento, tomate riñón, zanahoria, cebolla blanca, ajo, oreganón, albahaca, mantequilla y aceite de achiote. Se licúa pasta de maní con agua o leche, esto se agrega al refrito y se deja hervir por media hora. Hay que preparar las hojas de plátano para el siguiente paso, hay que llevarlas al fuego para que se suavicen y limpiarlas con un paño húmedo. Para el armado; en la hoja se dispone el arroz blanco cocido, se hidrata un poco con el caldo de cocción del estofado, luego se pone la salsa de maní, encima la presa de proteína y a los lados se pone dos maduros. Se cierra la tonga con dos a tres hojas y se amarra con la nervadura de otra hoja. Y está lista para consumirse (Cámara en Acción, s.f.).

También existe la tonga esmeraldeña a la que se le denomina además, como panda. Suele llevar algún tipo de pez, la receta de Ayovi (s.f.) indica que se usa chautiza (conocida como sardina), cebolla paiteña, ajo, sal, chillangua, orégano, hojas de plátano y la preparación de leche de coco (extracción de pulpa de coco licuado con agua para obtener el sabor del fruto). Se mezclan todos los ingredientes y se colocan en la hoja de plátano. Se hornea o asa y está listo para servirse.

○ **Bollo**

Este envuelto perteneciente a la costa ecuatoriana, se prepara con maní tostado y pelado, el cual después se muele. También lleva ajo, aceite de achiote, plátano rallado, cebolla paiteña y cilantro. Luego de haberse mezclado todos esos ingredientes, se agrega agua con sal. La masa

semilíquida se pone sobre hojas de plátano, se envuelve y se cocina en horno a fuego lento por varias horas (Naranjo, 2010). A este envuelto se le suele adicionar pescado, carne de cerdo o saíno (Delgado, 2011).

- **Muchín**

Se prepara con yuca, queso, mantequilla, sal y aceite de achiote. La yuca cruda se ralla y se pasa por un lienzo para separar el almidón de la raíz. La pulpa de la yuca se sazona con sal y mantequilla. Con las manos se toma un poco de esta masa y se le va dando forma, en el medio se hace un hoyo para poner el queso desmenuzado con aceite de achiote y se le va dando la forma alargada característica de este envuelto. Finalmente se fríe en aceite y está listo para ser consumido (Campo y Leña, 2021).

- **Emborrajado**

Este envuelto en su masa se realiza con plátano maduro, harina de trigo, huevo, azúcar, polvo de hornear, sal y leche/agua. Se mezclan todos los ingredientes menos el plátano. A este se le cortará en rodajas largas, se juntará con rodajas de queso fresco y se introducirán en la mezcla de harina, para luego ser llevadas al aceite caliente para que se frían. Una vez la masa tome una coloración café vistosa, se podrá consumir (Cocina con Damelys, 2020).

- **Ayampaco**

Este envuelto típico de la Amazonía ecuatoriana se prepara con peces de río sazonados, generalmente con tilapia, puré de palmito, rallado, mezclado con hojas de la zona picadas finamente; Santa María, rolaquimba, cogollo de zapallo, entre otras (Aventuras Culturales, 2017), plátano maduro y en ocasiones un encurtido de tomate riñón y cebolla perla. Los ingredientes se colocan crudos sobre la hoja de bijao; una base del carbohidrato y encima el pescado, junto a estos el plátano verde. Se envuelve y se procede a asar por varias horas el envuelto. Se conoce que está listo cuando el envuelto no gotea y es más liviano. Se sirve abierto y se acompaña con el encurtido (Canal Uno, 2018).

- **Maito**

En este envuelto se usa la hoja de bijao o de platanillo (comúnmente la de bijao pero cuando no se encuentra, se opta por la de platanillo). Se compone de pescado sazonado con sal, yuca y plátano verde cocinados y un encurtido de cebolla perla y tomate riñón. El pescado eviscerado y sazonado se coloca sobre 3 hojas, se dobla la primera hoja y luego las siguientes (esto evitará que del envuelto salga agua o que el vapor se escape, haciendo que tome más tiempo su cocción) y se amarra con una tira del cogollo de la planta de paja toquilla. Se lleva a las brasas por unas horas. Cuando está cocido se sirve abierto el envuelto y en un plato se disponen los carbohidratos y el encurtido (Melendez, 2011).

- **Hayaca**

Se prepara con gallina criolla desmenuzada. Al caldo de cocción de la gallina se le agrega maíz criollo (el cual se molió, se cocinó y se cernió anticipadamente) para que la preparación espese. En hojas de verde soasadas se vierte la preparación con la gallina, maní, huevo picado, cebolla blanca y cilantro refritos. Se envuelven y se cocinan a baño maría en una olla grande de barro (Naranjo, 2010).

- **Corviche**

El proceso se inicia pelando y rallando el plátano verde, se le agrega sal, comino y maní en pasta. Se moldea un poco de masa entre las manos para crear la forma alargada característica de este envuelto y se le rellena con un estofado de peces, mariscos o queso desmenuzado. Los rellenos pueden variar, cuando es relleno de pescados (albacora) o mariscos (camarones) se le denomina corviche, preparado de esta forma en la zona centro sur de Manabí. Y cuando se le rellena de queso se le denomina *corvique*, que usualmente se lo cocina así en la zona norte de la provincia (Cámara en acción, 2013).

- **Bolón de verde**

Este tipo de envuelto cubierto por su propia masa, se compone de plátano verde y maduro, sal, maní, mantequilla y condimentos. Para el relleno se necesita queso fresco o chicharrón y se suele acompañar con una salsa de maní. Se empieza cocinando en agua o aceite el plátano verde conjuntamente con el maduro, aunque también se les puede hacer asados. Luego se debe formar un puré no tan homogéneo y se le agrega maní molido. Si está frito no se le agrega mantequilla mientras se está majando, si está asado sí se le debe agregar mantequilla, maní y sal. Si el plátano verde y el maduro se cocinaron en agua, cuando se majen se agrega queso, mantequilla, maní y agua de cocción. En cada masa se van formando porciones que entren en la palma de la mano. Y se sirven. Hay quienes le aplican una segunda fritura al bolón (Miranda García Delicias Ecuatorianas, 2021c).

- **Tortillas de maíz**

Estos envueltos se preparan con choclo tierno, el cual se muele y cierne. A esto se le adiciona huevos, queso rallado, leche, sal y azúcar. Se mezclan los ingredientes hasta formar una masa homogénea y se realizan pequeñas masas que se moldean con las manos. Se hornean por varios minutos y están listas cuando internamente se han solidificado (Naranjo, 2010).

- **Empanada de viento**

Para la empanada de viento se necesita; harina de trigo, polvo de hornear, agua fresca o agua con gas, mantequilla, sal, azúcar, claras de huevo, queso fresco y aceite para freír (Ecuador TV, 2019).

Para su preparación se crea un volcán de harina y en el centro se hace un hueco. Allí se agrega el agua, azúcar, sal, mantequilla y polvo de hornear (este último se agrega si es que se ha usado

agua sin gas) y se debe mezclar bien hasta conseguir una masa homogénea. A parte se bate clara de huevo a punto de nieve y esta se incorpora a la masa, se debe mezclar hasta que se integre bien. La masa debe desarrollar gluten. Dejar reposar la masa en el refrigerador por unos 45 minutos. Cuando esté lista se debe porcionar en pequeñas cantidades y con ayuda de un rodillo se debe estirar la masa. En el centro se coloca un poco de queso desmenuzado o rallado, la parte superior de la masa se lleva a la parte inferior y se asegura el condumio de la empanada apretando estas dos partes. En aceite bien caliente se introduce la empanada y con una cuchara se le va bañando con el mismo aceite para que vaya adquiriendo aire. Estará lista cuando vaya adquiriendo una coloración café característico de los fritos, se espolvorea azúcar blanca granulada para servir (Ecuador TV, 2019).

○ **Empanada de morocho**

Se caracteriza por llevar este tipo de maíz pequeño de color blanco y amarillo (Unigarro, 2010). El morocho seco se debe remojar por 3 días y se debe cocinar hasta que el grano quede ligeramente crudo para que no absorba tanta agua (Miranda García Delicias Ecuatorianas, 2021a). Los demás ingredientes a necesitarse son; carne de res molida, la masa de morocho molido, pimienta verde, cebolla perla, ajo, arveja y zanahoria cocida, manteca de cerdo, aceite de achiote, comino, sal, pimienta negra, arroz cocido y aceite de oliva o aceite de girasol. Hacer un refrito con el aceite de achiote y los vegetales. Agregar la carne para que se cocine y sazonar con las especias. Agregar la arveja, la zanahoria y el arroz. Al morocho cocido se le debe moler varias veces para que se obtenga una masa moldeable que no se pega a las manos. A esta masa agregarle manteca de cerdo y sal e incorporar bien todo. Porcionar la masa y disponer cada porción sobre un plástico engrasado con aceite. Cubrir con una parte del plástico y aplastar la masa para que quede plana. En el centro de la masa poner el relleno y cerrar la masa junto con el plástico, con un tazón o taza cortar la empanada para atrapar el condumio. Freír en aceite bien caliente y cuando la masa se vaya tornando ligeramente oscura estará lista (Miranda García Delicias Ecuatorianas, 2021a).

○ **Empanada de verde**

Puede hacerse con plátano verde de tipo dominico, este es más pequeño y húmedo, o barraganete, el cual es más grande pero seco. Además del plátano verde se necesita queso criollo que pueda fundirse, como el mozzarella u otro tipo, sal y aceite para freír las empanadas. Cocinar en agua con sal los plátanos verdes, cuando estén suaves sacar un poco de estos y majarlos hasta que la masa se vuelva elástica. Para la masa de plátano verde que se hace con barraganete cuando la masa ya esté elástica se debe agregar un poquito de agua para que se hidrate (Miranda García Delicias Ecuatorianas, 2021b).

Para armar las empanadas se sigue el mismo proceso que para las empanadas de morocho, usando la funda para estirar la masa y cortando la empanada para atrapar el condumio, finalmente se fríen (Miranda García Delicias Ecuatorianas, 2021b).

1.1.1. Modelo de negocio

En su forma más básica, Osterwalder y Pigneur, (2010) definen al modelo de negocio como aquella base en la que se basará la creación de una empresa, y cómo brindará y captará valor en un determinado mercado. El modelo de negocio se integra por varios elementos que conectan entre sí, esto ayudará a que una empresa se guíe y pueda establecerse en el mercado de la mejor manera, de esta forma, es que nace el modelo Canvas, el cual incluye los parámetros de la tabla 1.

Tabla 1
Elementos del modelo de negocio

Elementos	Concepto
Segmentos de mercado	Grupo o grupos de personas que la empresa atiende
Propuestas de valor	Busca solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades
Canales	Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta
Relaciones con clientes	Interacciones que se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado
Fuentes de ingresos	Se generan cuando los clientes compran lo que la organización oferta y pagan un valor monetario
Recursos clave	Activos necesarios para ofrecer a los clientes.
Actividades clave	Acciones que permiten que el modelo de negocio funcione.
Asociaciones clave	Socios, proveedores y recursos que vienen de afuera de la organización y contribuyen a la misma.
Estructura de costos	Rubros que implica la puesta en marcha del modelo de negocio

Fuente: Adaptado de Lienzo del modelo de negocio por A. Osterwalder y Y. Pigneur, 2010

• Estudio técnico

Este estudio determina las inversiones, costos, gastos y beneficios involucrados en la ingeniería de un proyecto (refiriéndose al componente técnico de un modelo de negocio) (Sapag-Chain, 2011).

De este estudio se podrá obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, que servirán para la puesta en marcha como para la posterior operación, también se trata de definir una función de producción que optimice la utilización de los recursos para la producción del bien o servicio Sapag-Chain et al., (2014). La tabla 2 contiene los componentes de un estudio técnico.

Tabla 2
Componentes del estudio técnico

Componente	Concepto
Estudio administrativo	<ul style="list-style-type: none"> Reúne los procesos administrativos, conformación de la nómina y elementos involucrados en la misma y normas legales
Estudio legal	<ul style="list-style-type: none"> Influye de forma interna con proveedores, colaboradores y demás implicados) y de forma externa con instituciones en general y organismos fiscalizadores.
Estudio comercial	<ul style="list-style-type: none"> Se estudia el comportamiento del consumidor, la demanda y oferta del mercado y del modelo de negocio, en valores actuales y pronosticados, además de estudiar el cómo se comercializará lo que el proyecto busca ofertar, los proveedores, materias primas y como el mercado extranjero puede ser símbolo de oportunidad.

Estudio de impactos	<ul style="list-style-type: none"> • La gestión ambiental y de la responsabilidad social empresarial (RSE) sugiere incluir las normas ISO 14000, procedimientos para dar un estándar internacional de gestión ambiental, con el propósito de lograr un equilibrio entre la rentabilidad de un proyecto y la reducción de sus impactos en el ambiente
Estudio financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Aquí se ordena y sistematiza la información de carácter monetario que los otros estudios incluyen, es decir; las inversiones, costos e ingresos, pero también se definirán aquellos elementos propios del estudio financiero.

Fuente: Adaptado de “Preparación y Evaluación de Proyectos”, en “El proceso de preparación y evaluación de proyectos” por N. Sapag-Chain, R. Sapag-Chain y J.M. Sapag-Puelma, 2014, p. 40-53

• **Estudio administrativo**

Se desarrolla la planificación estratégica, con el propósito de alcanzar los objetivos que se plantea en el proyecto (Quiroa, 2020a)

Existen otras herramientas que se diseñan en este estudio, como el organigrama del modelo de negocios y como se planificará y guiará a los recursos humanos. Cabe recalcar que también se debe considerar los aspectos laborales, legales, fiscales, proceso de reclutamiento, selección e inducción para introducir personal a la organización (López et al., s.f.).

Es así que, partiendo de un análisis general, se puede identificar la influencia que los procesos administrativos tienen sobre las inversiones y costos generales del proyecto, la planificación y presupuesto de personal, crédito, cobranzas, entre otros elementos, sobre todo los costos de personal, puesto que es un cálculo obligatorio y riguroso que se debe efectuar para identificar si el pago de la nómina está infra o sobre valorado (Sapag-Chain et al., 2014).

Los autores también indican que el estudio administrativo también determina la inversión en estructura física, es decir, se debe realizar una simulación del funcionamiento del proyecto para tener en cuenta lo necesario en espacio físico para albergar cada área de la organización, como estacionamientos, vías de acceso para personal, clientes y materia prima, oficinas, áreas de producción, baños, etc (Sapag-Chain et al., 2014).

• **Estudio legal**

Como lo indica Sapag-Chain, (2011) pudiesen existir normas que restrinjan o no la realización del proyecto y que son necesarias cumplirlas para poder seguir con el desarrollo y posterior aplicación del mismo, si fuese el caso; las patentes y permisos municipales, la elaboración de contratos laborales y comerciales, con proveedores o patrocinadores, estudios de posesión y vigencia de títulos de propiedad, gastos asociados en cuanto a la inscripción de la propiedad, inscripción de la marca, aranceles y permisos de importación, indemnizaciones de desahucios, contratos con entidades para velar por la seguridad de los colaboradores, cargos de responsabilidad en caso de accidentes laborales, tratamiento fiscal de depreciaciones y amortizaciones contables, impuestos a las ganancias, a la propiedad y al valor agregado, además de regulaciones internacionales que pudiesen existir a las cuales se debiera acoger la idea de negocio, de ser el caso.

- **Estudio comercial**

- **Elementos de la mezcla de mercadotecnia (marketing mix)**

La oferta de productos y servicios se conforma por un conjunto de variables que resultan controlables por la empresa, se les denomina marketing mix o mezcla de mercadotecnia, las cuales son; producto/servicio, precio, comunicación (o promoción), distribución (también dicho plaza) y servicio (este último se integra porque es un elemento que se compone de valor agregado y puede convertirse en una ventaja competitiva para una organización) (Peñaloza, 2005).

- **Producto/servicio**

Un producto es conocido como aquel bien que se ofrece en un mercado para su posterior compra, sea para usarse o consumirse, y que puede satisfacer una necesidad o específicamente un deseo (Kotler y Armstrong, 2012).

Un producto no sólo es algo tangible, comprende también una mezcla de personas, ideas, eventos, sitios, servicios o específicamente cada uno de los anteriores de forma individual (Kotler y Armstrong, 2012).

Kotler y Keller (2012) establecen algunos elementos que componen a los productos, tales como; variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, dimensiones físicas, servicios, garantías y devoluciones.

- **Precio**

El precio se conoce como la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, visto desde el lado del cliente; es la suma de valores que pagan para recibir el o los beneficios de poseer y utilizar un producto o sea un servicio (Kotler y Armstrong, 2012). Los autores destacan que el precio es el único elemento de la mezcla de marketing que genera utilidades y los demás elementos representan costos. El incremento o disminución del precio puede evidenciarse en los resultados de rentabilidad.

Las características a las que el precio se acoge son; precio de lista (tipo de tarifa), descuentos, incentivos, periodo de pago y condiciones de crédito (Kotler y Keller, 2012).

- **Plaza o distribución**

Este apartado también es denominado como cadena de abastecimiento o de suministro. En esta cadena se encuentran los socios ascendentes; todas las organizaciones que suministran las materias primas, componentes, información, finanzas y la experiencia para crear bienes o servicios. En cuanto a los socios descendentes se habla de los canales de marketing o canales de distribución, estos se dirigen directamente al cliente, pudiendo ser mayoristas o minoristas estos socios (Kotler y Armstrong, 2012).

Dentro de la plaza se consideran aspectos como; canales, cobertura, surtidos, ubicaciones, inventario y transporte (Kotler y Keller, 2012).

○ **Promoción/comunicación**

El objetivo básico de este elemento de la mezcla de mercadotecnia es el de llegar e informar al mercado objetivo sobre lo que la empresa ofrece, es así, que la comunicación es el proceso por el cual una persona incita de alguna manera para cambiar la conducta de otros individuos (Peñaloza, 2005).

La empresa hace uso de la mezcla de promoción, la cual se compone de; publicidad, promoción de ventas, ventas personales y las herramientas de marketing directo, que se especifican en la tabla 3.

Tabla 3
Mezcla de promoción

Componente	Concepto
Publicidad	Es la forma pagada de presentar y promocionar ideas no personales, sobre los bienes o servicios que se ofertan en la empresa, mediante un patrocinador identificado.
Promoción de ventas	Fomentan la compra o venta de un producto o servicio a corto plazo.
Ventas personales	Se propone vender y crear relaciones con los clientes al presentar a la fuerza de ventas.
Relaciones públicas	Establecer buenas relaciones con varios públicos en una compañía para la obtención de publicidad favorable la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores, relatos o sucesos desfavorables.
Marketing directo	Se trata de las conexiones directas que se establece con ciertos consumidores porque se espera una respuesta inmediata.

Fuente: Adaptado de “Marketing”, en “La mezcla de promoción” por P. Kotler y G. Armstrong, 2012, p. 408

● **Agentes que influyen en la estrategia comercial**

Se sabe que en el estudio comercial hay aspectos económicos que pueden influir en la composición del flujo de caja de una empresa. El estudio de mercado busca establecer estrategias competitivas, comerciales, de negocio y de implementación, es así que para estudiar el mercado de un proyecto existen ciertos agentes que influyen en la estrategia comercial; submercados, proveedores, competidores, distribuidores y por supuesto, el consumidor (Sapag-Chain, Sapag-Chain y Sapag-Puelma, 2014).

En la figura 2 se detalla estos agentes.

Figura 2
Agentes en la estrategia comercial



Adaptado de "Preparación y evaluación de proyectos" en "Diagrama de los agentes de mercado" por N. Sapag-Chain, R. Sapag-Chain y J.M. Sapag-Puelma, 2014, p. 59

En relación a los **proveedores**, se identifica a los más adecuados mediante listados de directorios, referencias y contacto con otras organizaciones, publicidad, ferias e internet (Kotler y Keller, 2012). Todo dependerá del producto o servicio que se oferta como organización.

Los **stakeholders**, es la persona o el grupo de personas presentes actualmente o las que se presentarán en un futuro, que demuestran un interés en la empresa y que en la actualidad o en un futuro pueden estar afectados por las actividades que realiza la empresa. La organización se basa en los **stakeholders** para accionar con sostenibilidad (Moreno, 2014).

Para identificar a la **competencia**, implica realizar estudios de tendencias del mercado, de esta manera se puede sondear los cambios en el flujo de comercialización de un determinado producto o servicio en un tiempo en específico, al realizar estos estudios se puede prever los escenarios futuros en los que la empresa podría encontrarse (Pérez y Pérez, 2006).

Los **concesionarios**, son agentes que desempeñan actividades, que se les podría catalogar como ajenas o distintas al proyecto, pero que son necesarias para lograr eficiencia en la empresa con la participación de terceros (Sapag-Chain, Sapag-Chain y Sapag-Puelma, 2014).

Los **consumidores**, como lo mencionan Kotler y Armstrong, (2012), presentan un comportamiento de compra complejo, esto ocurre cuando detectan significativas diferencias entre una marca y otra. Por lo tanto, la organización deberá gestionar de forma inteligente las estrategias comerciales para captar la atención de los clientes y consumidores.

Y por último en cuanto a los **auspiciantes**, la Real Academia Española, (2021c) determina a la palabra auspiciar como patrocinar o favorecer, esto quiere decir que los auspiciantes son individuos o grupos de personas que procuran promocionar a una organización para rendirle algún tipo de beneficio, obteniendo a cambio una remuneración por este accionar.

- **Estudio de impactos**

Cuando se desea implementar un proyecto, la importancia ambiental es un factor igual de fundamental que el resto de estudios. Sapag-Chain, Sapag-Chain y Sapag-Puelma, (2014) establecen que se procura alcanzar la rentabilidad económica, social y ambiental.

En este apartado también se incluye la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pero antes de adentrarse en lo que es el estudio de impactos en esencia, cabe señalar lo que la sostenibilidad clásica empresarial significaba hace algún tiempo. Esta se define como la competencia que tiene una empresa de generar valor de forma duradera, al desenvolverse con sus propios recursos y previniendo la presencia de merma en los mismos (Moreno, 2014).

Por otro lado, se define a la sostenibilidad contemporánea como aquel desarrollo que asegura las necesidades actuales, sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras que se enfrentan a sus propias necesidades (ONU, 1987, citado por R. Moreno, 2014).

Se puede definir entonces, a la responsabilidad social empresarial como la capacidad de actuar con cuidado, atención y atendiendo a la creación de valor para los propietarios de la organización, además de responder a las actividades y funciones inherentes de cada cargo como colaborador dentro de la empresa (Moreno, 2014).

De esta forma es que el estudio de impactos vela por la sostenibilidad y rentabilidad ambiental que una empresa puede lograr, promoviendo también su rentabilidad económica y social.

También existen normas extranjeras a las que diversas organizaciones se acogen para sumarle valor a su propuesta comercial. La página oficial de la ISO establece varios lineamientos internacionales. Esta organización define al estándar como aquella fórmula que describe la mejor vía para hacer las cosas, puede tratarse de hacer un producto, administrar un proceso, prestar un servicio o suministrar materiales (ISO, s.f.)

La ISO es la Organización Internacional para la Normalización, existe con la finalidad de establecer guías técnicas voluntarias para el comercio en el exterior, cabe recalcar que por ser voluntarias, algunas industrias han optado por crear sus propios estándares y no acogerse a los que ofrece el conglomerado de normalización (Clements, 1996).

Las normas ISO 14000 son las recomendadas a acogerse si se trata de desarrollar y llevar a cabo un proyecto teniendo en cuenta el impacto ambiental; consisten en una serie de procedimientos para dar un estándar internacional de gestión ambiental, con el único objetivo de lograr el equilibrio entre la reducción del impacto ambiental y la rentabilidad del proyecto (Moreno, 2014).

La ISO 14000, en esencia, es una regla voluntaria de origen internacional para la administración del medio ambiente, en la cual un comité técnico evalúa e investiga el desempeño ambiental, si existen sistemas de gestión, el etiquetado ambiental, el ciclo de vida, el cómo la

organización pone su granito de arena para mitigar el cambio climático, si la empresa tiene eficiencia de recursos, entre otros elementos (Clements, 1996).

- **Estudio financiero**

Como lo establecen los autores Sapag-Chain, Sapag-Chain y Sapag-Puelma, (2014) en este apartado se ordena y sistematiza toda información de índole monetaria, todo lo relacionado a inversiones, costos e ingresos. Y sobre todo los impuestos que el estado fija. En cuanto a inversiones refiere, puede tratarse de terrenos, equipamiento necesario para todas las áreas de la planta, obras físicas, entre otros, por otro lado, si de ingresos se habla se trataría del dinero entrante, sea por las ventas directas de lo que produce o revende la organización o por convenios y acuerdos pactados con proveedores u otras empresas.

Por último, referente a los costos, Cuevas (2004) los establece como esas salidas de mercancía, que cuando se compraron fue con el objetivo de procesarse y/o venderse. Esos costos se componen por las ventas, las cuales son enfocadas con el estudio de mercado, por las promociones, mermas y fugas. En establecimientos de alimentos y bebidas estos costos se componen por el valor de los ingredientes que se usan para preparar diversos platos o bebidas.

En el estudio financiero también se procura identificar si el proyecto será financiado con capital propio, enteramente mediante crédito, o un porcentaje con capital propio y el restante con deuda, es así, que si se da el primer caso el valor de los activos será el mismo a del patrimonio, pero en este tipo de financiamiento se procura que el inversionista reparta sus recursos en varios proyectos y mediante la diversificación, disminuir los riesgos de pérdida que pudieran existir. Cuando se trata de los otros dos casos en los que existe un endeudamiento, la empresa se compromete a pagar con el monto, es decir el valor inicial de la deuda más los intereses, sea por el método, las cuotas y el plazo que la entidad financiera establece (Sapag, 2011).

1.2. Marco Legal

1.2.1. Constitución de la República del Ecuador

El proyecto de pre factibilidad se articula con la Constitución Política de la República del Ecuador, en el título II denominado “Derechos”; capítulo segundo, “Derechos del buen vivir”, artículo 13, el cual dice que las personas tienen la facultad de acceder de forma permanente y segura a “alimentos nutritivos, sanos y suficientes; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus identidades y tradiciones culturales” (Registro Oficial N° 449, 2008). El título VII que tiene por nombre “Régimen del buen vivir”, capítulo primero, “Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales”, artículo 385, numeral 2 dice “Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales”

De esta manera, la propuesta busca enaltecer la cocina ecuatoriana mediante la oferta gastronómica a involucrar, recogiendo la ejecución tradicional y los elementos que rodean a esta.

1.2.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Cabe mencionar algunos artículos del COPCI (Registro Oficial Suplemento N° 351, 2010). El capítulo I denominado “De la tierra”, el enunciado b) del artículo 61 en el cual se detalla que mediante la promoción de la “producción de alimentos para el consumo nacional”, se busca apoyar la “soberanía alimentaria del país”, a la vez que se incentiva la productividad y “la producción de bienes que favorezcan la nutrición adecuada de las familias ecuatorianas”. El capítulo IV, nombrado “Del Registro Único de MIPYMES y Simplificación de Trámites”, título II, “De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción” artículo 59, literal m) que dice que se apoya la producción en todos los sectores a nivel nacional, para garantizar la “soberanía alimentaria y la energética que genere empleo y valor agregado”.

1.2.3. Ley Orgánica de Salud

Dentro de esta ley, (Registro Oficial Suplemento N° 423, 2006), se señala el capítulo II, nombrado “De la alimentación y nutrición” el artículo 16 en el que se resume que; “El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional”, la cual busca suprimir malos hábitos alimentarios al fomentar y respetar los “conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región”. Dentro del “Título único”, capítulo II; “De los alimentos”, artículo 145 que dice “Es responsabilidad de los productores, expendedores y demás agentes que intervienen durante el ciclo producción consumo, asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos para consumo humano”. A su vez, el artículo 146 dentro del mismo capítulo menciona que; “en materia de alimentos se prohíbe; e) el procesamiento y manipulación en condiciones no higiénicas, g) la oferta de un alimento procesado con nombres, marcas, gráficos o etiquetas que hagan aseveraciones falsas o que omitan datos de manera que se confunda o lleve a error al consumidor y j) La exhibición y venta de productos cuyo período de vida útil haya expirado”.

1.2.4. Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera.

Cabe articular el capítulo I; “De las autorizaciones”, artículo 137 el cual detalla que los alimentos procesados están “sujetos a la obtención de notificación sanitaria previamente a su comercialización [...] fabricados en el territorio nacional para comercialización y expendio” (Registro Oficial Suplemento N° 652, 2015).

1.2.5. Ley de Turismo

En la presente Ley, el Capítulo II nombrado “De las actividades turísticas y de quienes las ejercen”, artículo 5 que dice; “Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual” el presente trabajo de pre factibilidad se ve implicado en el literal b) “Servicio de alimentos y bebidas”. En el mismo capítulo el artículo 8, que dice; “Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento” (Registro Oficial N° 733, 2002).

1.2.6. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

Se busca implementar una cafetería de envueltos ecuatorianos, por lo que el proyecto se ve involucrado en lo que establece el capítulo I denominado “Del objeto y el ámbito”, artículo 2 que dice “Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria para quienes se dediquen al ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional” (Registro Oficial N° 575, 2018).

1.2.7. Concejo Metropolitano de Quito, Ordenanza N° 0213 y N° 0236

En la sección II de la Ordenanza 0213, denominada “De los servicios ordinario y especiales de aseo” se especifica en el artículo 346 el numeral 2 en cuanto al “Servicio especial comercial” refiere; “Es el manejo de residuos generados en los establecimientos comerciales y mercantiles, tales como: almacenes, depósitos, hoteles, restaurantes, cafeterías” (Ordenanza N° 0213, 2007).

Esto significa que para el correcto manejo de los residuos que se generen en la cafetería que se busca implementar, se deberá contactar a Empresas Municipales para que se encarguen de la respectiva labor.

En lo que confiere a la Ordenanza 0236, el capítulo III que se denomina “Régimen de las autorizaciones administrativas en materia turística” el artículo 14 nombrado “Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas” en el que se especifica que; “Los Prestadores de Servicios Turísticos, además de obtener su inscripción en el Registro de Turismo, deberán obtener la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas” (Ordenanza N° 0236, 2012).

1.3. Marco Institucional

1.3.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030

Adicional, el proyecto de prefactibilidad se enlaza con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que ponen en manifiesto la Organización de las Naciones Unidas, específicamente con el objetivo 8, el cual dice; “Promover el crecimiento económico, inclusivo y sostenible, el

empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”, y de manera particular a la meta 8.9, que manifiesta; “De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”(Naciones Unidas, 2019-a).

El proyecto se enlaza con el objetivo y la meta anteriormente dichos, porque a través de la oferta gastronómica de la cafetería, se busca promover los ingredientes ecuatorianos y darles un valor agregado. A su vez, el crear un plan de negocio en el que se necesite de colaboradores para el funcionamiento del mismo, generará empleo y dinamizará la economía en los hogares de estas personas.

Adicional, también se articula al objetivo 12, titulado; “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”, específicamente la meta 12.5 que dice; “De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización”(Naciones Unidas, 2019-b).

Es de suma importancia implementar medidas correctivas a favor de la naturaleza y reducir el impacto de las acciones generadas en los establecimientos de alimentos y bebidas, por ello es que el proyecto se enlaza a la meta 12.5, para comprometerse a generar un cambio.

1.3.2. Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025

Por otro lado, el proyecto se articula al Plan de Creación de Oportunidades, con el objetivo 12, el cual busca “Fomentar modelos de desarrollo sostenibles aplicando medidas de adaptación y mitigación al Cambio Climático”, en detalle con la política 12.3, que manifiesta; “Implementar mejores prácticas ambientales con responsabilidad social y económica, que fomenten la concientización producción y consumo sostenible, desde la investigación, innovación y transferencia de tecnología” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2021).

La idea de negocio integra envueltos no convencionales de la cocina ecuatoriana, busca revalorizar los conocimientos ancestrales implicados en la preparación de estos al ofrecerlos en el extenso y competitivo mercado de establecimientos de alimentos y bebidas de Quito. Estas preparaciones se acompañarán con diversas bebidas en las que se destaca el café ecuatoriano.

1.3.3. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

De la misma forma, el proyecto se enlaza a la Política O1 del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, la cual detalla; “Se impulsará la articulación de Cadenas de Valor y Clusters para la transformación de la matriz productiva, que promueva la cooperación entre actores y la inclusión económica en los encadenamientos, orientado a la innovación y el conocimiento, y gestionado con criterios de sostenibilidad y sustentabilidad” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2015). Esta política registra a los restaurantes (entiéndase por

establecimientos de alimentos y bebidas en general, dado que en el 2018 recién se establece el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que categoriza a los mismos) como un sector que ha ido generando una alta participación en las ventas de Quito y a su vez abriendo plazas de trabajo durante algunos años, por lo que se les integra en las “aglomeraciones industriales especializadas de Quito”.

1.4. Marco Conceptual

- **Achira:** palabra que proviene del quichua *atzara*. Las hojas de esta planta se usan en la alimentación ecuatoriana para envolver tamales, ayacas, etc. (Pazos, 2008).
- **Ayaca:** Se les denomina así a los tamales en la región Costa. Pero existe una diferencia entre el tamal y una ayaca aunque no es del todo comprobada; las ayacas son más grandes que los tamales y su relleno sólo va con gallina (Larrea, 1970, citado por Pazos, 2008).
- **Benchmarking:** Se compara los productos y/o procesos de la propia organización con los de un competidor u organización líder en otro tipo de industria, para así poder obtener maneras de mejorar el desempeño y tener una considerable calidad en la propia empresa (Kotler y Armstrong, 2012).
- **Caca de perro:** es un bocadito de dulce que se elabora con maíz para tostar y raspadura, y a veces cacao en polvo (Obiol, 2005).
- **Cafetería:** lugar donde se sirven aperitivos, también se oferta café y demás tipos de bebidas (Real Academia Española, 2020b).
- **Roscas de viento:** rosquillas dulces que se elaboran con una masa que al hornearse queda hueca por dentro, encima se decoran con glaseado de clara y azúcar o un caramelo (Obiol, 2005).
- **Contribución marginal:** valor que cada plato tiene y que sirve para el pago de los costos fijos y la utilidad. Este valor se obtiene luego de haber restado las ventas del total de costo de materia prima (Díaz y Salazar, 2019).
- **Costo fijo:** Son los costos que deben pagarse, de forma mensual, a parte del valor de la materia prima. En costos fijos están los costos indirectos de fabricación (CIF) y el costo de mano de obra (CMO) (Díaz y Salazar, 2019).
- **Costo variable:** corresponde al valor de la materia prima y se le denomina variable porque varía en función del volumen de ventas que se realicen de cada producto (Díaz y Salazar, 2019).
- **Demanda:** son los bienes y/o servicios que el mercado solicita a un determinado precio, para satisfacer una necesidad o un deseo específico (Baca, 2001).
- **Establecimiento turístico de alimentos y bebidas:** “Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para

el consumo y que cumplan con los parámetros determinados en el Reglamento Turístico de Alimentos y bebidas y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo” (Registro Oficial N° 575, 2018).

- **Estudio de mercado:** es la investigación que determina y cuantifica la demanda y la oferta, analiza precios y estudia el flujo de la comercialización (Baca, 2001).
- **Marketing mix:** conglomerado de elementos del marketing (producto, precio, plaza y promoción) del que la empresa se vale para incitar a obtener la reacción y respuesta estimada en un determinado mercado objetivo (Kotler y Armstrong, 2012).
- **Mercado meta:** se encuentra integrado o integrados en un segmento de mercado, es el grupo social al que la propuesta quiere dirigirse y atender sus requerimientos para que la empresa gane valor (Kotler y Armstrong, 2012).
- **Oferta de mercado:** es la mezcla de productos y/o servicios e información que una empresa brinda a un mercado para cumplir con una necesidad o deseo (Kotler y Armstrong, 2012).
- **Pre factibilidad:** también se le denomina anteproyecto. Es un estudio que investiga de forma amplia al mercado, describe el componente técnico a emplear, los costos a determinar y la rentabilidad que arroja. En sí un estudio de pre factibilidad es en lo que se fijan los inversionistas cuando quieren invertir en un proyecto que aún no se ha ejecutado (Baca, 2001).
- **Utilidad:** es el valor mensual que queda luego de restar los costos de la venta total (Díaz y Salazar, 2019).
- **Ventas:** proceso o actividad de vender los productos que se ofrecen en el establecimiento (Díaz y Salazar, 2019).

1.5. Conclusiones generales del capítulo

Cuando se realiza una evaluación del proyecto y todas las partes del mismo están preparadas de forma escrita, se establece si el mismo es o no rentable, si es rentable lo ideal no sería iniciarlo y llevarlo al mercado inmediatamente, porque podría maximizarse el beneficio a obtener dado que es rentable.

En el estudio técnico se establecerán todos los recursos indispensables para la puesta en marcha de las actividades de la cafetería, pero sólo cuando se finalice la estructuración del proyecto se podrá definir, al identificar su rentabilidad, cuáles fueron los recursos infra o sobrevalorados monetariamente.

Es indispensable considerar en la planeación estratégica la simulación del espacio físico del proyecto a llevar a cabo, de esta forma no se dejará al azar el destinar rubros para infraestructura que podrían repercutir en la rentabilidad de la idea de negocio.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Enfoques de investigación-tipo de investigación

Hernández et al., (2014) señalan que la investigación es un todo compuesto de procesos críticos y sistémicos que se desempeñan al querer estudiar un problema o fenómeno. El presente proyecto contiene un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de tipo transeccional y con alcances de tipo exploratorio y descriptivo.

El enfoque cuantitativo es secuencial, en este se aplica la recolección de datos y se realizan análisis estadísticos, esto con el objetivo de identificar pautas comportamentales (Hernández et al., 2014).

De esta manera, en este proyecto se aplicó un estudio cuantitativo. Se partió de una idea, se planteó un problema, se desarrolló un marco referencial y uno conceptual, se visualizó el alcance del estudio, se definieron las variables, se desarrolló el diseño de investigación, se definió y seleccionó la muestra, se aplicó una encuesta; se recolectaron y analizaron datos para finalmente reportar los resultados (Hernández et al., 2014).

En este estudio cuantitativo se integró un diseño no experimental, es decir que fue una investigación en la que no se manipuló las variables de estudio, solo se observaron y analizaron los fenómenos en su ambiente natural, (Hernández et al., 2014). Esto se aplicó cuando se realizó el estudio de mercado al observar a la competencia y también en cierta medida cuando se tomó los cuestionarios para estudiar a los consumidores y clientes.

La idea de negocio a más de ser un diseño no experimental es también de tipo transeccional, esto quiere decir que para la investigación se recopiló los datos en un “momento único”, con el propósito de describir y analizar las variables, su incidencia e interrelación en un determinado momento (Hernández et al., 2014). Esto refiriéndose al momento y época en la que se tomó los datos para la propuesta de pre factibilidad, en cuanto a oferta y demanda en el sector de La Floresta.

Adicional a esto, el estudio no experimental de tipo transeccional tiene un alcance exploratorio y uno descriptivo. Es de tipo exploratorio porque se realizó un acercamiento para conocer un conjunto de variables, este alcance se suele aplicar a problemas de investigación que son nuevos o no tan conocidos. Por lo mismo que la presente propuesta reúne los envueltos del Ecuador, es decir, es una investigación que no se ha hecho con anterioridad. (Hernández et al., 2014).

Y resultó descriptivo porque es un procedimiento que ubicó en diversas variables a una población (Hernández et al., 2014). Esto refiriéndose a la tabulación de datos que se realiza en el

presente trabajo luego de haber recopilado la información obtenida de aplicarse las encuestas en La Floresta.

2.1.2. Fuentes de investigación

Este proyecto se basa en fuentes primarias y secundarias. Se enfoca en las primeras porque contienen información que se obtiene de una población o muestra, luego de haber aplicado un instrumento de investigación en el grupo de estudio (en el caso de este proyecto, se aplicará una encuesta). Y se centra en fuentes secundarias porque parte de la información que se obtendrá en este proyecto, provendrá de medios de comunicación, base de datos, artículos de revistas, tesis de pregrado y posgrado, etc. Es decir, de información primaria que fue previamente sintetizada (Miranda y Acosta, 2008).

2.1.3. Dimensiones

- **Método analítico-sintético**

Este es un método compuesto entre el analítico y el sintético. En definitiva, examina los hechos al descomponer el objeto de estudio en varias partes para poder estudiarlas individualmente (es decir, analizarlas) para luego reunir esas partes y realizar un estudio integral (es decir, aplicar una síntesis) (Bernal, 2010).

Se aplicará este método en el trabajo de titulación para analizar y sintetizar las partes del mismo e identificar su viabilidad en su culminación.

2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL MERCADO

a. Localización

- **Macro Localización**

Este proyecto se localizará en Ecuador, región Sierra, en la provincia de Pichincha.

- **Micro Localización**

El presente estudio se ubicará en el cantón Quito, sector La Floresta.

Se escogió al barrio de La Floresta porque es un territorio en el que han nacido nuevas tendencias culturales por la fluctuación de sus habitantes y visitantes a lo largo de los años. Este barrio goza de gran atractivo por la influencia de algunos grupos sociales que han ido apareciendo en el mismo, entre los cuales se encuentran estudiantes, extranjeros, viajeros, intelectuales y artistas (“Siete espacios de La Floresta, en Quito, se llenan de arte por sus 100 años”, 2017). Estas tendencias se manifiestan en la gastronomía, arte y arquitectura del lugar (“Gran feria artística en La Floresta”, 2017).

b. Características generales del sector

- **Ubicación**

La Floresta se ubica al centro-norte de la ciudad de Quito

- **Zonas**

El barrio se compone por el sector financiero, el empresarial, el estudiantil y el comercial. En el primero se encuentra la Av. 12 de octubre y la calle Av. Ladrón de Guevara, en el segundo sector se ubica la Toledo, la Av. 12 de octubre y la Coruña. En el sector estudiantil se ubica la Av. 12 de octubre, Av. Isabel la Católica y la calle Madrid y en el sector comercial está la calle Francisco Salazar, Av. Isabel la Católica, Francisco de Orellana, Coruña, Madrid, Av. Ladrón de Guevara y la calle Toledo (Google Maps, 2022a).

- **Vías de Acceso**

Entre las principales vías de acceso están; Toledo, Av. 12 de octubre, Francisco de Orellana, Madrid, Av. Ladrón de Guevara, Coruña y la Av. Isabel la Católica (Google Maps, 2022a).

- **Sitios Turísticos de Importancia**

Entre los sitios turísticos de importancia se encuentran; Pacari Casa de Experiencias, República del Cacao, Mar y Luna Cocina Peruana, Las Tripas de La Floresta Doña Blanquita en el parque Navarro, Gatorium Cat Café y Cine Ocho y Medio (Google Maps, 2022a).

- **Fiestas del Sector**

Fundación de La Floresta y la Fiesta a la Patrona Santa Marianita de Jesús.

- **Habitantes**

La población en el barrio según los censos de 2001 y 2010 es de 5.758 habitantes (Cevallos-Aráuz, 2018).

2.2.1. Análisis del macro entorno

- **Entorno Geográfico**

La Floresta pertenece a la administración zonal de la Mariscal, en el norte limita con la parroquia Ñaquito, al sur y al este con la parroquia Itchimbía y al oeste con las laderas del Pichincha y la cuenca del río Machángara (Arias, 2015).

La ubicación y facilidad de acceso a este barrio, son factores determinantes que permiten un flujo considerable de personas en el mismo.

- **Entorno Político- Económico –Legal**

El territorio se empezó a establecer por familias de categoría media, asentándose en donde actualmente se halla el parque central y la Iglesia Católica Santa Mariana de Jesús (Cevallos, 2022).

En 2011 el Consejo Metropolitano aprobó el “Plan Especial para La Floresta” con el objetivo de aprovechar las cualidades de carácter turístico y residencial de la zona, a su vez, gestionando mejoras como integrar cruces seguros, señalización, ciclo vías y arborización (Cevallos, 2022). Esto dio paso a una mejor y mayor accesibilidad a los comercios por parte de los transeúntes por lo bien cuidadas y ordenadas que las calles del barrio están.

- **Entorno Demográfico**

El barrio de la Floresta cuenta con 5.758 habitantes, esto según datos estadísticos recopilados del Censo de Población y Vivienda del año 2001 y 2010 (Cevallos-Aráuz, 2018). A este dato se le suma la fluctuación de 20 mil estudiantes de las cinco instituciones de educación superior del sector (Arias, 2015).

Considerando que el último dato fue proporcionado cuando no se presentaba la pandemia, en la actualidad, y luego de que se haya dado la pandemia por coronavirus, el COE Nacional dispuso retomar las actividades de forma presencial en las universidades en un 100% desde el lunes 21 de febrero de 2022 (Radio Pichincha, 2022), por lo que el dato actual de la movilización de los estudiantes en La Floresta evidentemente sería otro.

- **Entorno Social- Cultural**

A La Floresta se le considera como un barrio emblemático de Quito, porque alberga casas patrimoniales que tienen más de 80 años de antigüedad, las cuales fueron edificadas con un estilo neoclásico (Aguirre, 2014). Por esta razón y otras más, el barrio fue declarado Patrimonio Cultural Nacional (Teleamazonas Ecuador, 2021).

Con el pasar de los años, un grupo social se fue integrando, el que se autoproclama como el colectivo cultural De La Floresta, el cual se conformó por alrededor de 100 vecinos. Entre uno de sus objetivos principales es el de reunir artesanos, diseñadores, artistas o emprendedores que desempeñan sus actividades en sus propios negocios, cubriendo distintas áreas como lo gastronómico, lo social, lo educativo, lo micro empresarial, lo artístico o lo artesanal. Lo que se pretende es promover todo el valor que el barrio ofrece, libre y desinteresadamente, sin tener en consideración una afiliación de índole política o religiosa, y convertir a la Floresta en un barrio turístico caminable (Cevallos, 2022).

Estos datos agregan valor al territorio de estudio, porque resulta un atractivo turístico y alienta a propios y ajenos a que recorran el barrio.

- **Entorno Tecnológico**

El colectivo cultural De La Floresta, trabajando conjuntamente con los habitantes del barrio, generó un circuito comercial y cultural en su página web, el cual integra un mapa detallado de La Floresta en el que se distinguen diferentes viñetas de ubicación que representan a; espacios culturales, bienestar, gastronomía, moda/diseño/libros/música y tienda/bazares/otros. Haciendo clic en cada viñeta se despliega un resumen de lo que consiste el negocio o emprendimiento e información general de contacto (De La Floresta, s.f.).

Esta iniciativa es importante para los pobladores del sector para darse a conocer y potenciar sus ventas, y al mismo tiempo, es una herramienta útil para quienes gusten visitar el barrio para que puedan crear sus propios itinerarios.

2.2.2. Análisis del micro entorno del lugar de estudio

- **Amenazas de Nuevos Competidores- Barrera de Entrada**

Son los obstáculos que pueden ser de origen económico, legal, político o social que dificultan el ingreso de marcas o productos nuevos a un mercado (Sánchez, 2015).

- **Economías de Escala**

Esta amenaza se da cuando existe un volumen de producción alto, lo que repercutiría en que cada unidad producida de forma adicional cueste menos (Sánchez, 2015). Esto sería negativo para nuevas ideas de negocio que buscan entrar al mercado, pero beneficioso para las empresas que ya se encuentran en él porque mantendrán sus precios al público, mientras que quienes buscan ingresar no podrán establecer precios altos y tendrán que basarse a la varianza en precios que haya en el mercado por la presencia de empresas con trayectoria.

- **Diferenciación del Producto**

Resulta un factor negativo para los emprendimientos o ideas que busquen situarse en el mercado, porque tendrían que aplicar grandes inversiones para hacerse notar por ser nuevos (Sánchez, 2015).

- **Necesidades de Capital**

Cuando no se cuenta con capital propio se busca financiamiento; sea a través de inversionistas, asociándose con alguien o mediante préstamos con entidades bancarias. Sea cualquiera la opción que se elija, se deberá cumplir con ciertos requerimientos y parámetros para poder tener acceso al dinero.

- **Acceso a los Canales de Distribución**

En un principio resulta difícil acceder a los canales de distribución que se desee o a los que se distingue que habrá más influencia para darse a conocer con el público, porque se

tiene que acordar un determinado monto que en un inicio podría ser inalcanzable para la propuesta de pre factibilidad sin evitar endeudarse.

- **Desventajas de los Costos Independientemente del Tamaño de la Empresa**

Se debe considerar la fluctuación de los costos fijos y variables en cómo repercutirían en la empresa a través del tiempo, teniendo en cuenta también, la inestabilidad económica que podría presentarse en el país.

- **Política del Gobierno**

Cuando finaliza un mandato presidencial llega otro, por lo que la modificación de leyes y el apareamiento de algunas más es inminente, los emprendimientos deberán regirse a la nueva normalización que esté en curso luego de que se haya aprobado por las instituciones estatales pertinentes.

- **Amenaza de Posibles Productos Sustitutos**

Los productos pueden convertirse en posibles sustitutos cuando satisfacen demandas relacionadas, es decir que el consumidor podrá elegir uno por sobre otro cuando lo crea necesario y oportuno (Foromarketing.com, 2022). Considerando que la propuesta del presente trabajo quiere ofertar envueltos ecuatorianos, ha de considerarse que en el mercado hay diferentes opciones que satisfacen la necesidad de alimentarse de las personas, por lo que también existe variedad en precios.

- **Poder de Negociación de los Proveedores**

Se conoce como la capacidad que tienen los proveedores de influir en las empresas que buscan adquirir insumos, materias primas, bienes o servicios (Quiroa, 2019).

- **Concentración de Proveedores**

Se refiere a la localización, facilidad de acceso y distribución de los proveedores que necesita la idea de negocio. Como la propuesta se busca situar en la capital, la variedad de proveedores es alta, por lo que no representa un reto significativo encontrar las materias primas indispensables para la propuesta.

- **Importancia del Volumen para los Proveedores**

A estos agentes económicos, les conviene abastecer pedidos grandes a las empresas, más cuando se trata de pedidos que serán entregados a domicilio. Por lo que si la propuesta se pusiera en marcha, sería necesario asistir a las instalaciones del proveedor y comprar directamente. Aquí entra el poder de negociación que se tiene como comprador, se debe optar por tener listas con varios proveedores y en la medida de lo posible, no siempre acudir al mismo si es que este no cumple con todos los requerimientos deseados.

- **Diferenciación de Insumos**

Al existir una gran cantidad de proveedores en la capital, también hay una diferencia de calidad y precios, por lo que se podrá optar entre uno y otro proveedor cuando incrementen sus precios injustificadamente o la calidad de sus productos o servicios haya cambiado significativamente.
- **Costo de Cambio**

El preferir a un proveedor por sobre otro significará regirse a los precios que este ofrezca, este cambio puede representar una diferencia en los costos variables de la idea de negocio, por lo que resultaría una amenaza considerable encontrar proveedores que no tengan precios accesibles.
- **Disponibilidad de Insumos Sustitutos**

Dado el caso de que los proveedores habituales, es decir con los que se trabaja generalmente, no dispongan de lo que se necesita o suban sus precios, sí se podrá adquirir otros insumos que pudiesen responder a la demanda de los clientes.
- **Impacto de los Insumos**

A través de la trazabilidad se puede conocer el impacto que producen los insumos de los que hará uso la idea de negocio.
- **Poder de negociación de los Clientes**

Es la facultad que estos tienen para establecer acuerdos a la hora de adquirir algún bien o servicio de una empresa, poniendo en consideración su propio beneficio económico (Braun, s.f.).

 - **Concentración de Clientes**

En el mercado hay numerosos nichos que podrían ser clientes potenciales, por lo que es necesario indagar que idea de negocio puede atender y suplir sus necesidades.
 - **Volumen de Compra**

La cantidad de venta de los bienes o servicios de una empresa importa cuando hay clientes minoristas y mayoristas, esto a su vez va de la mano con los beneficios económicos que obtienen tanto los clientes como la empresa.
 - **Diferenciación**

Para garantizar un posicionamiento adecuado en el competitivo mercado, ha de buscarse alternativas convenientes para la propuesta de pre factibilidad y así atraer a clientes y consumidores.
 - **Información Acerca del Proveedor**

El cliente se sentirá mejor atendido cuando el proveedor ponga en conocimiento toda información necesaria para persuadir al cliente y conducirlo a comprar.

○ **Diferenciación de la Marca**

Los clientes se llegarán a sentir más atraídos por aquellos productos novedosos o que tienen un valor agregado bastante inusual, por lo que tendrán en cuenta lo que ya ofrece el mercado y lo compararán con las nuevas propuestas que vayan apareciendo.

● **Rivalidad entre los Competidores (benchmarking)**

Es el acto de comparar los productos y procesos que las empresas competidoras o compañías líderes en otras industrias ofrecen, con lo que la propia empresa ofrece, para mejorar el desempeño de la misma (Kotler y Armstrong, 2012).

○ **Concentración**

En función del estudio de campo realizado en La Floresta, se localizaron alrededor de 223 establecimientos considerados como competidores directos e indirectos.

○ **Diversidad de Competidores directos e indirectos**

La competencia directa corresponde a las empresas que producen servicios o productos similares o iguales (Quiroa, 2020b). La competencia indirecta se crea cuando las empresas producen servicios o productos sustitutos que cubren una misma necesidad en los clientes (Quiroa, 2020c). A continuación en la tabla 4 se detalla los competidores directos para esta idea de negocio;

Tabla 4

Establecimientos que son considerados competencia directa

	Producto	Precio	Plaza	Promoción
Guanamix	<ul style="list-style-type: none"> • Empanada de viento • Bollo de chancho • Humita • Quimbolito 	Desde \$1,00 hasta \$1,75	Ventas directas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de ventas • Ventas personales • Marketing directo
Humitas y Quimbolitos Luciana	<ul style="list-style-type: none"> • Humita sal • Humita dulce • Quimbolito • Tamal pollo • Tamal chancho 	Desde \$0,80 hasta \$1,25	Ventas directas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de ventas • Ventas personales
Humitas La Floresta	<ul style="list-style-type: none"> • Bolón queso o chicharrón • Tamal lojano de pollo o chancho • Humita de sal o dulce • Quimbolito 	Desde \$0,60 hasta \$1,00	Ventas directas	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Promoción de ventas • Ventas personales • Marketing directo
La Ñora	<ul style="list-style-type: none"> • Humita de sal o dulce • Humita frita • Humita completa (aguacate + huevo frito) • Muchín simple • Muchín completo • Empanada de verde • Empanada de morocho • Corviche tradicional • Corviche acevichado • Corviche encocado • Bollo de pescado • Bollo de camarón 	Desde \$1,25 hasta \$5,50	Ventas directas	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Promoción de ventas • Ventas personales • Marketing directo • Relaciones públicas

	<ul style="list-style-type: none"> • Bollo vegetariano 	Desde \$1,50 hasta \$1,80		<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Promoción de ventas • Ventas personales • Marketing directo
Melatte	<ul style="list-style-type: none"> • Humita • Empanada de verde • Empanada de morocho • Tamal de pollo 		Ventas directas	

Fuente: Estudio de campo

De la misma forma, se obtuvo información de la competencia indirecta a través de la observación durante el estudio de campo a julio 2022, el Anexo A, dentro de los anexos, muestra alrededor de 200 establecimientos.

○ **Diferenciación del Producto**

En La Floresta hay gran variedad de productos y servicios; comida rápida, cocina de autor nacional o internacional, comida vegetariana o vegana, etc. Consumo en el establecimiento, para llevar, servicio estilo americano, tipo buffet, etc. Por lo que penetrar este mercado significará un reto para la idea de negocio, ya que en la zona ya se ofertan envueltos ecuatorianos, pero corresponden a los convencionales como humitas, quimbolitos y tamales en su gran mayoría. De esta manera, con el proyecto de pre factibilidad se buscará agregar valor a los envueltos y ofertar aquellos poco conocidos que no son muy común de verse en la capital.

○ **Condiciones de Costos**

En La Floresta se ubica el Mercado que lleva el nombre del barrio, la materia prima puede adquirirse en este centro de abasto por su proximidad. En cuanto a maquinaria y demás implementos será pertinente indagar mayoristas en los que se pueda encontrar los equipos necesarios a un buen precio de compra.

○ **Rotación de la competencia**

Antes del estudio de campo en La Floresta no había propuestas gastronómicas diferentes y variadas como en la actualidad. Había más oferta en comida rápida por la presencia de estudiantes universitarios y de colegios y por otra parte la presencia de cocina gourmet, para un nicho de mercado con mayor poder adquisitivo. Actualmente la oferta es bastante variada, comprende restaurantes de varias categorías que responden a las necesidades de distintos clientes. Como el mercado no es estático, se espera que haya más cambios y la competencia siga rotando.

2.2.3. Análisis final de la oferta

• Oferta Actual

Mediante un estudio de campo se observó la actividad comercial de cada uno de los competidores, ingresando a las instalaciones y registrando la fluctuación de clientes y los productos vendidos.

Adicional, se preguntó directamente al administrador o encargado de cada establecimiento el número de personas que llegaban entre semana y los fines de semana, al igual que la cantidad de productos que vendían en esos periodos.

Las ventas registradas no solo implicaron envueltos, ya que algunos competidores, como Guanamix, La Ñora y Melatte, ofertan otros productos dentro de su carta como bebidas frías o calientes, postres o comidas más sustanciosas como secos. De la misma forma, se tuvo en cuenta que Humitas y Quimbolitos Luciana y Humitas La Floresta también ofertan bebidas aparte de los envueltos.

De esta manera, en la tabla 5 se especifica por establecimiento; el horario de atención, la actividad de los clientes y la cantidad de productos vendidos por día. De forma específica, para determinar la oferta se utilizó el número de clientes al día.

Tabla 5
Ventas de la competencia directa

Establecimiento	Horario de atención	Ventas al día (unid)			Clientes al día		
		Entre semana	Fin de semana	Promedio	Entre semana	Fin de semana	Promedio
Guanamix	Lunes a sábado	30	20	25	45	20	33
Humitas y Quimbolitos Luciana	Lunes a sábado	25	10	18	30	15	23
Humitas La Floresta	Lunes a domingo	600	700	650	450	1000	725
La Ñora	Lunes a sábado	22	28	25	25	30	28
Melatte	Lunes a sábado	20	10	15	50	15	33

Fuente: estudio de campo

En la tabla 6 se muestra la oferta actual. Detallando los clientes por día y por año. Este último valor se obtuvo de multiplicar 840 por 360. En definitiva, la oferta es de 302 400 clientes que acuden a los distintos establecimientos.

Tabla 6
Oferta actual competencia directa

Establecimiento	Clientes al día
Guanamix	33
Humitas y Quimbolitos Luciana	23
Humitas La Floresta	725
La Ñora	28
Melatte	33
Total clientes al día	840
Total clientes al año	302 400

Fuente: estudio de campo

- **Oferta futura**

Para establecer la proyección de la oferta se puede utilizar la fórmula del monto, aplicándose a la oferta (Urresta, 2013):

$$O_n = O_o(1 + i)^n$$

Dónde:

O_n: oferta futura

O_o: oferta actual (determinada en el estudio de campo)

i: tasa de crecimiento económico

n: año proyectado

Se sabe entonces, que la oferta actual es de 302 400 clientes al año. La tasa de crecimiento será de 2,8% anual, valor correspondiente al crecimiento económico estimado para el 2022, según el Banco Central del Ecuador. La variable n será el año proyectado y como se desea conocer la oferta futura dentro de 5 años, se irá calculando la misma para cada año como se muestra en la tabla 7.

Tabla 7

Proyección de la oferta futura

Año	Fórmula	Oferta futura (clientes)
2023	$O_n = 302\,400(1 + 0,028)^1$	310 867
2024	$O_n = 302\,400(1 + 0,028)^2$	319 571
2025	$O_n = 302\,400(1 + 0,028)^3$	328 519
2026	$O_n = 302\,400(1 + 0,028)^4$	337 718
2027	$O_n = 302\,400(1 + 0,028)^5$	347 174

Fuente: Estudio de campo

2.3. Análisis de mercado

- **Mercado y mercado meta**

El mercado es la ciudad de Quito, el cual será dividido hasta encontrar el mercado meta. Se pretende llegar a un mercado meta que esté caracterizado por personas que consuman envueltos, se identificará el tipo de acompañante, si se trata de algún aderezo en específico y de una bebida.

- **Segmento de mercado u Objetivo de estudio**

La propuesta de pre factibilidad busca ofrecer envueltos convencionales y no convencionales, a través de los primeros buscar atraer a la gente que acostumbra consumir envueltos cotidianos y así dar a conocer los envueltos poco conocidos.

- **Cálculo de la muestra**

Este cálculo es necesario porque a partir del estudio de una fracción de una población, es decir una muestra, se puede construir conclusiones que pueden ser aplicables a toda la población (Salazar y Castillo, 2018).

Se aplica entonces la siguiente fórmula para poblaciones finitas, porque se conoce que la población es de 5 758 habitantes en La Floresta:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n: muestra buscada

Z: valor estadístico, depende del NC (Nivel de Confianza)

N: población o universo

p: probabilidad de que ocurra

q: probabilidad de que no ocurra

e: error aceptado

Se reemplazan las variables de la fórmula, considerando que **N** son los 5758 habitantes de La Floresta, **Z** que es igual a 1,96, **p** y **q** que son igual a 0,5 y **e** que es igual a 0,05:

$$n = \frac{1,96^2 * 5758 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(5758 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 360$$

El número de encuestas a aplicarse es a 360 personas que se encuentren en La Floresta.

- **Instrumento de medición**

Ver **Anexo B** Encuesta

- **Análisis de resultados**

La encuesta que se aplicó en esta investigación de pre factibilidad tuvo en su mayoría preguntas cerradas, es decir que las opciones de respuesta fueron limitadas para el encuestado (Hernández et al., 2014). Exceptuando la pregunta cuatro en la que podían especificar otra ocupación laboral diferente a la de las opciones.

La encuesta realizada constó de 22 preguntas, las cuales cubrían aspectos relacionados con las dimensiones, tales como; aspectos sociodemográficos (10 preguntas), producto (4 preguntas), precio (3 preguntas), distribución (3 preguntas) y promoción (2 preguntas). Las encuestas se aplicaron a los moradores de la Floresta, entre el 27 de junio hasta el 15 de julio de 2022.

Resultados de la encuesta

No se registró mayor inconveniente durante la toma de los cuestionarios, puesto que como fueron en persona, se pudo dar acompañamiento y lograr la resolución de dudas del encuestado, aun así, en el análisis de cada grupo de preguntas se precisará algún detalle de ser necesario.

A través de tablas, la tabulación de los resultados de las encuestas se reúne por conjuntos. El primero distingue los aspectos sociodemográficos (pregunta 1 a la 10), producto (pregunta 11

a la 14), precio (pregunta 15 a la 17), distribución (pregunta 18 a la 20) y promoción (preguntas 21 y 22).

2.3.1. Aspectos sociodemográficos

Tabla 8
Aspectos sociodemográficos

Indicador	Escala	Cantidad (F)	Total	%	Total		
SEXO	Mujer	186		52			
	Hombre	161	360	45	100%		
	No deseo contestar esta pregunta	13		4			
EDAD²	De 20 a 25 años	144		40			
	De 26 a 30 años	49		14			
	De 31 a 35 años	40		11			
	De 36 a 40 años	30	360	8	100%		
	De 41 a 45 años	21		6			
	De 46 a 50 años	24		7			
	De 51 a 55 años	20		6			
	56 años en adelante	32		9			
NIVEL DE ESTUDIOS³	Educación (general básico)	7		2			
	Bachillerato	75		21			
	Educación superior (Nivel técnico)	84	360	23	100%		
	Educación superior (Tercer nivel de grado)	153		43			
	Educación superior (Cuarto nivel de posgrado)	38		11			
	Ninguno	3		1			
OCUPACIÓN LABORAL ACTUAL⁴	Estudiante	129		36			
	Empleado sector público	47		13			
	Empleado sector privado	89	360	25	100%		
	Empresario	39		11			
	No trabaja	32		9			
	Ama/o de casa	11		3			
	Jubilado	13		4			
ESTADO CIVIL⁵	Soltero/a	214		59			
	Casado/a	79	360	22	100%		
	Divorciado/a	30		8			
	Viudo/a	7		2			
	Unión libre	30		8			
MOTIVO DE VISITA EN LA FLORESTA⁶	Vivo por este sector	67		19			
	Trabajo por este sector	49	360	14	100%		
	Estudio por este sector	62		17			
	Estoy de visita por este sector	182		51			
MOTIVO DE VISITA A UNA CAFETERÍA⁷	Para alimentarme	95		26			
	Por antojo o comer algo diferente	139	360	39	100%		
	Pasar tiempo con amigos/familia/pareja/compañeros de trabajo	126		35			
FRECUENCIA DE VISITA (L-V) A UNA CAFETERÍA (N° ACOMPAÑANTES)^a	Pareja	2 personas	230		97		
		3 personas	5	236	2	66%	
		4 personas	1		0		
	Amigos	2 personas	98		38		
		3 personas	65		25		
		4 personas	44		17		
		5 personas	30		12		
		6 personas	6	257	2	71%	
		7 personas	3		1		
		8 personas	3		1		
		9 personas	3		1		
		10 personas	4		2		
		Más de 10 personas	1		0		
		Familia	2 personas	57		24	
			3 personas	78		32	
			4 personas	56		23	
			5 personas	26		11	
	6 personas		8	241	3	67%	
	7 personas		5		2		
	8 personas		3		1		
9 personas	3			1			
10 personas	2			1			
Más de 10 personas	3			1			

Indicador	Escala	Cantidad (F)	Total	%	Total	
	Vecinos	2 personas	67	68	28%	
		3 personas	13	13		
		4 personas	5	5		
		5 personas	9	99		
		6 personas	3	3		
		7 personas	1	1		
		10 personas	1	1		
	Compañeros de trabajo	2 personas	65	42	43%	
		3 personas	33	21		
		4 personas	22	14		
5 personas		16	10			
6 personas		8	5			
7 personas		2	1			
8 personas		2	1			
	9 personas	4	3			
	Más de 10 personas	2	1			
	Solo/a	1 persona	176	176	100	49%
FRECUENCIA DE VISITA (FINES DE SEMANA) A UNA CAFETERÍA (ACOMPAÑANTES)*	Pareja	86	24	360	100%	
	Amigos	99	28			
	Familia	132	37			
	Vecinos	0	0			
	Compañeros de trabajo	13	4			
	Solo/a	30	8			
PERIODICIDAD DE VISITA AL MES A UNA CAFETERÍA⁹	Entre 1 a 3 veces al mes	205	57	360	100%	
	Entre 4 a 6 veces al mes	108	30			
	Entre 7 a 9 veces al mes	42	12			
	Más de 10 veces al mes	5	1			

Nota: ⁽¹⁻⁹⁾ En cada pregunta de esos numerales, los 360 encuestados respondieron dichas preguntas eligiendo una respuesta a la vez. Mientras que en el ^(a) cada encuestado eligió diversas respuestas en cada indicador. Por lo que los porcentajes determinados en cada indicador resultan de dividir el porcentaje total para los 360 encuestados.

Fuente: Encuesta

• Análisis Sexo

Del total de encuestados; habrá que prestar atención al 52% de personas, que corresponde a mujeres, para establecer estrategias de venta y de marketing para captar su atención de forma directa y efectiva. Sin olvidar al 45% de encuestados hombres.

• Análisis Edad

Existe una mayor concentración de encuestados con edades entre 20 a 25 años, esto puede estar influenciado por la toma de encuestas que se dio en la zona de las universidades. Por otro lado, con un 33% en total, se integra un mercado entre 26 a 40 años de edad, que corresponde a los colaboradores de las diferentes empresas públicas y privadas de la zona comercial y empresarial en La Floresta.

• Análisis Nivel de estudios

De los 360 encuestados, un 43% cuenta con educación superior de tercer nivel. En cuanto a consultados con bachillerato y con un nivel técnico de educación superior están a la par con un 22% en promedio.

- **Análisis Ocupación laboral actual**

Como se comentó anteriormente, los segmentos de mercado que más destacan son los estudiantes, con un 36%, y los empleados del sector público y privado, con un 38% conjuntamente, a razón por la existencia de la zona estudiantil, comercial y empresarial en La Floresta.

- **Análisis Estado civil**

De 360 consultados, 214 son solteros. Una cifra que es 1,96 veces más alta que la cantidad de casados y divorciados juntos (109 conjuntamente). Quiere decir que los encuestados de La Floresta están optando por permanecer solteros por encima de casarse, divorciarse o permanecer en unión libre.

- **Análisis Motivo de visita en La Floresta**

51% de las personas se encontraban de visita en La Floresta, mientras que el 49% se distribuye entre quienes viven, trabajan y estudian en el sector. Por lo que se entiende que este último porcentaje es equiparable con el porcentaje de quienes visitan el sector, por ende se debe aprovechar esta fluctuación de personas para captar clientes sabiendo que la mayoría no ingresan a La Floresta por motivos de trabajo, estudio o porque residen en la zona.

- **Análisis Motivo de visita a una cafetería**

Prestar mayor atención al 39% y 35% de personas que visitan una cafetería para comer algo diferente y para pasar tiempo con los integrantes de su círculo social. Por consiguiente, tomar en cuenta la ambientación y decoración del establecimiento para crear un ambiente acogedor que satisfaga las necesidades antes mencionadas.

- **Análisis Frecuencia de visita (L-V) a una cafetería (y n° acompañantes)**

Del 100% de encuestados, las personas frecuentan asistir a una cafetería con su pareja, en un 66%, con sus amigos en un 71%, con su familia en un 67%, con vecinos en un 28%, con compañeros del trabajo en un 43% y solos en un 49%. El número de amigos más común con el que asiste el encuestado, es de 2 a 3 personas. Y el número de familiares es de 2 a 4 personas. Los individuos de La Floresta también acostumbran visitar cafeterías con vecinos, generalmente dos personas, incluido el encuestado, con un 68% de frecuencia. Cabe destacar que el número de personas más general con el que los encuestados asisten a cafeterías es entre 2 a 4 personas.

- **Análisis Frecuencia de visita (sábado y domingo) a una cafetería**

En los fines de semana, los encuestados prefieren salir con sus familiares para visitar cafeterías, en el segundo lugar de frecuencia están los amigos y finalmente la pareja.

- **Análisis Periodicidad de visita al mes a una cafetería**

205 consultados acuden entre 1 a 3 veces al mes a una cafetería, representa el 57%, un porcentaje considerablemente alto. A partir de esto se podría establecer estrategias para incrementar el número de visitas al mes para que quede en un rango de entre 7 a 9 veces al mes.

2.3.2. Producto

Tabla 9

-Criterios de importancia en una cafetería, -Preferencia de consumo, -Guarnición del envuelto, -Bebida acompañante

CRITERIOS DE IMPORTANCIA EN UNA CAFETERÍA ²	Sabor		Precios bajos		Variedad		Ubicación		Seguridad		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Muy importante	290	81	171	48	211	59	165	46	234	65	
Importante	67	19	158	44	132	37	153	43	112	31	
Poco importante	3	1	30	8	16	4	40	11	12	3	
Nada importante			1	0	1	0	2	1	2	1	
CRITERIOS DE IMPORTANCIA EN UNA CAFETERÍA ²	Calidad en menús y servicios		Variadas formas de pago		Limpieza y orden		Instalaciones (decoración/ambiente)		Menú vegetariano/vegano		
Escala	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Muy importante	216	60	179	50	251	70	171	48	81	23	
Importante	129	36	138	38	95	26	144	40	98	27	
Poco importante	14	4	37	10	10	3	38	11	76	21	
Nada importante	1	0	6	2	4	1	7	2	105	29	
PREFERENCIA DE CONSUMO ¹	GUARNICIÓN DEL ENVUELTO ²					BEBIDA ACOMPAÑANTE ³					
Criterio	Cantidad	Porcentaje	Criterio	Cantidad	Porcentaje	Criterio	Cantidad	Porcentaje	Criterio	Cantidad	Porcentaje
Humita	307	85	AjÍ	72	20	Agua	181	50			
Quimbolito	257	71	Salsa de mani	105	29	aromática	294	82			
Tamal	200	56	Salsa de tomate	38	11	Café	153	43			
Chigüil	68	19	Mayonesa	119	33	Chocolate	73	20			
Vicundo	18	5	Chimichurri	64	18	Cerveza	42	12			
Timbulo	20	6	Ensalada	140	39	Michelada	108	30			
Cuchichaqui	17	5	acompañó con nada	1	0	Batido de frutas	137	38			
Tonga	105	29				frutas	125	35			
Bollo	122	34				Jugo de frutas	19	5			
Muchín	150	42				Morocho	40	11			
Corviche	181	50				Rosero					
Emborrajado	142	39				Ponche quiteño					
Ayampaco	23	6									
Maito	69	19									
Hayaca	59	16									
Tortilla de maíz	179	50									
Empanada de viento	259	72									
Empanada de verde	288	80									
Empanada de morocho	245	68									
Bolón	307	85									

Nota: ⁽¹⁾ Los encuestados eligieron el grado de importancia una sola vez en cada criterio, por lo que el resultado en cada uno es del 100%.

⁽¹⁻³⁾ En estas preguntas el consultado eligió varias respuestas por pregunta. Por lo que cada criterio expresa de forma concentrada, la actividad de hábito de consumo o preferencia de los 360 encuestados.

Fuente: Encuesta

- **Análisis Criterios de importancia en una cafetería**

Con un 81% de importancia, las personas encuestadas en La Floresta consideran que el sabor es un factor muy importante en una cafetería, de igual manera opinan muy importante e importante que existan precios bajos, que exista variedad, que tenga una buena ubicación y que haya seguridad en las instalaciones. Indican con una frecuencia del 60% como muy importante que el menú y los servicios sean de calidad. Con un 50% de frecuencia consideran que existan diversas formas de pago en el establecimiento. Parte de la calidad, se señala que también exista limpieza y orden en la cafetería, como lo indica el 70% de encuestados. Las instalaciones, la ambientación y la decoración también representan un factor de mucha importancia para los consultados. Finalmente, el que exista una propuesta vegetariana o vegana no está considerada como importante entre los encuestados, por lo que se ubica como nada importante según el 29%.

- **Análisis Preferencia de consumo**

Como se mencionó al inicio de esta propuesta de pre factibilidad, se ha perpetuado el consumo de ciertos envueltos ecuatorianos al pasar los años, como es el caso de la humita, quimbolito, tamal, entre otros (Aislados, 2020). Se puede evidenciar tal aseveración a través de los resultados de la encuesta. Los envueltos que gozan de mayor popularidad entre los consultados son; humita y bolón 85%, empanada de verde 80%, empanada de viento 72%, quimbolito 71%, empanada de morocho 68% y tamal 56%. Los envueltos menos conocidos o elegidos por los encuestados son; vicundo y cuchichaqui 5%, timbulo y ayampaco 6%, hayaca 16% y chigiül y maito con 19%.

- **Análisis Guarnición del envuelto**

Se confirma que no se ha perdido la cultura de consumir ají con las comidas, así lo señala el 72% de consultados. Por otra parte, hay quienes consumen salsa de maní, mayonesa y ensalada junto con su envuelto. Resultados clave a la hora de diseñar el menú del establecimiento.

- **Análisis Bebida acompañante**

De 360 encuestados, 294 frecuentan pedir café para acompañar su envuelto. Como valor agregado, se planea ofrecer café ecuatoriano. En un 50% frecuentan tomar algún tipo de agua aromática, le sigue quienes consumen chocolate. Y en un porcentaje casi similar están quienes toman batido de frutas, jugo de frutas o morocho. Algunos encuestados sugirieron también incluir gaseosa como bebida acompañante.

2.3.3. Precio

Tabla 10

-Aceptación promedio de precios (envuelto), -Aceptación promedio de precios (bebida), -Formas de pago

ACEPTACIÓN PROMEDIO DE PRECIOS (ENVUELTO) ^a					
Criterio	Escala	Cantidad (F)	Total	%	Total
Menos de \$0,50	Totalmente de acuerdo	132		37	
	De acuerdo	47		13	
	Neutral	122	360	34	100%
	En desacuerdo	35		10	
	Totalmente en desacuerdo	24		7	
\$0,51 - \$1,00	Totalmente de acuerdo	121		34	
	De acuerdo	140		39	
	Neutral	79	360	22	100%
	En desacuerdo	11		3	
	Totalmente en desacuerdo	9		3	
\$1,01 - \$3,00	Totalmente de acuerdo	37		10	
	De acuerdo	99		28	
	Neutral	143	360	40	100%
	En desacuerdo	55		15	
	Totalmente en desacuerdo	26		7	
\$3,01 - \$5,00	Totalmente de acuerdo	14		4	
	De acuerdo	23		6	
	Neutral	113	360	31	100%
	En desacuerdo	141		39	
	Totalmente en desacuerdo	69		19	

	Totalmente de acuerdo	9		3	
	De acuerdo	9		3	
	Neutral	90		25	
Más de \$5,01	En desacuerdo	91	360	25	100%
	Totalmente en desacuerdo	161		45	
ACEPTACIÓN PROMEDIO DE PRECIOS (BEBIDA)^b					
	Totalmente de acuerdo	130		36	
	De acuerdo	46		13	
Menos de \$0,50	Neutral	118	360	33	100%
	En desacuerdo	39		11	
	Totalmente en desacuerdo	27		8	
	Totalmente de acuerdo	104		29	
	De acuerdo	141		39	
\$0,51 - \$1,00	Neutral	90	360	25	100%
	En desacuerdo	16		4	
	Totalmente en desacuerdo	9		3	
	Totalmente de acuerdo	52		14	
	De acuerdo	109		30	
\$1,01 - \$3,00	Neutral	136	360	38	100%
	En desacuerdo	40		11	
	Totalmente en desacuerdo	23		6	
	Totalmente de acuerdo	14		4	
	De acuerdo	56		16	
\$3,01 - \$5,00	Neutral	112	360	31	100%
	En desacuerdo	111		31	
	Totalmente en desacuerdo	67		19	
	Totalmente de acuerdo	9		3	
	De acuerdo	8		2	
Más de \$5,01	Neutral	102	360	28	100%
	En desacuerdo	93		26	
	Totalmente en desacuerdo	148		41	
FORMAS DE PAGO¹					
	Pago en efectivo	316		43	
	Transferencia	133		18	
	Depósito	40	728	5	100%
	Tarjeta de crédito	95		13	
	Tarjeta de débito	144		20	
Nota: ^(a, b) En estas preguntas el encuestado señaló la relevancia de precio-calidad en cada criterio, por lo que el total en cada rango de precios es del 100%.					
⁽¹⁾ En esta pregunta el consultado eligió varias respuestas por pregunta.					

Fuente: Encuesta

- **Análisis Aceptación promedio de precios (envuelto)**

Se registra un crecimiento de aceptación y de desaprobación. El de aceptación se evidencia en que el 37% está totalmente de acuerdo en que un envuelto valga menos de \$0,50. El 73% opina que están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que el precio se ubique entre \$0,51 - \$1,00. En el siguiente rango el 40% se muestra neutral ante la propuesta de precio de \$1,01 - \$3,00. Desde este punto se evidencia la desaprobación; con un 70% conjuntamente, se muestran neutrales y en desacuerdo en que el envuelto valga entre \$3,01 - \$5,00. Finalmente se muestran en desacuerdo y en total desacuerdo que el precio se ubique en más de \$5,01.

- **Análisis Aceptación promedio de precios (bebida)**

En estos resultados se determina que la fijación de precios para bebidas dentro del menú, estará en un rango entre menos de \$0,50 hasta \$3,00. Más de \$3,00 ya no será posible porque los encuestados se muestran neutrales, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo frente a esa propuesta de precios.

- **Análisis Formas de pago**

De 360 encuestados en La Floresta, 316 acostumbran pagar en efectivo sus consumos. Cabe destacar la posibilidad de permitir pagos a través de tarjeta de crédito y de débito. No se descarta la idea de permitir los pagos mediante transferencia, verificando los datos del recibo antes de proceder a preparar el pedido.

2.3.4. Distribución

Tabla 11

-Horario de visita a una cafetería, -Preferencia en el tipo de consumo, -Alternativas en la compra a domicilio

HORARIO DE VISITA A UNA CAFETERÍA¹				
Criterio	Cantidad (F)	Total	%	Total
Mañana (De 09:00 am a 12:00pm)	78		22	
Tarde (De 12:01 pm a 17:00pm)	164	360	46	100%
Noche (De 17:01 pm a 21:00pm)	118		33	
PREFERENCIA EN EL TIPO DE CONSUMO²				
Consumo en el local	205		57	
Comprar para llevar	35	360	10	100%
Consumo dentro del establecimiento y comprar para llevar	112		31	
Comprar por delivery (servicio de entrega al domicilio o al lugar de trabajo)	8		2	
ALTERNATIVAS EN LA COMPRA A DOMICILIO³				
A través de una App (UberEats, Rappi, PedidosYa, etc.)	154		43	
A través de WhatsApp	106	360	29	100%
A través de teléfono convencional	23		6	
No compro a domicilio	77		21	
Nota: ⁽¹⁻³⁾ El total en cada pregunta, corresponde al 360 de encuestados que respondieron. Porque esta sección del cuestionario permitía una respuesta a la vez en cada pregunta.				
Fuente: Encuesta				

- **Análisis Horario de visita a una cafetería**

El horario de atención de la cafetería se planifica sea a partir de las 10 de la mañana hasta las 5 de la tarde, esto para captar una mayor cantidad de clientes.

- **Análisis Preferencia en el tipo de consumo**

El consumo en el establecimiento es de mayor acogida por los consultados, siendo de 57% la preferencia, y de comprar para llevar además de consumir en el local, en un 31%. No se descarta la posibilidad de integrar un sistema de reparto a domicilio.

- **Análisis Alternativas en la compra a domicilio**

Se prefiere la compra a domicilio utilizando una plataforma de servicio a domicilio como UberEats, Rappi, etc., además también acostumbran hacer uso de WhatsApp para hacer sus pedidos. Se puede optar por usar WhatsApp para personalizar la atención, además por el bajo costo que representa esta alternativa.

2.3.5. Promoción

Tabla 12

-Promoción, -Nivel de aceptación oferta de la propuesta

PROMOCIÓN¹					
Criterio		Cantidad (F)	Total	%	Total
A través de redes sociales		212		59	
A través de comentarios de algún conocido		127		35	
A través mensajes de texto a su celular		21		6	
NIVEL DE ACEPTACIÓN OFERTA DE LA PROPUESTA²					
	Criterio	Cantidad (F)	Total	%	Total
Chigüil	Totalmente de acuerdo	100		28	
	De acuerdo	124		34	
	Neutral	114	360	32	100%
	En desacuerdo	14		4	
	Totalmente en desacuerdo	8		2	
Emborrajado	Totalmente de acuerdo	136		38	
	De acuerdo	125		35	
	Neutral	77	360	21	100%
	En desacuerdo	10		3	
	Totalmente en desacuerdo	12		3	
Vicundo	Totalmente de acuerdo	76		21	
	De acuerdo	116		32	
	Neutral	139	360	39	100%
	En desacuerdo	19		5	
	Totalmente en desacuerdo	10		3	
Corviche	Totalmente de acuerdo	155		43	
	De acuerdo	115		32	
	Neutral	65	360	18	100%
	En desacuerdo	20		6	
	Totalmente en desacuerdo	5		1	
Hayaca	Totalmente de acuerdo	120		33	
	De acuerdo	106		29	
	Neutral	99	360	28	100%
	En desacuerdo	26		7	
	Totalmente en desacuerdo	9		3	
Timbulo	Totalmente de acuerdo	64		18	
	De acuerdo	101		28	
	Neutral	160	360	44	100%
	En desacuerdo	21		6	
	Totalmente en desacuerdo	14		4	
Ayampaco	Totalmente de acuerdo	64		18	
	De acuerdo	104		29	
	Neutral	134	360	37	100%
	En desacuerdo	33		9	
	Totalmente en desacuerdo	25		7	
Cuchichaqui	Totalmente de acuerdo	85		24	
	De acuerdo	103		29	
	Neutral	123	360	34	100%
	En desacuerdo	27		8	
	Totalmente en desacuerdo	22		6	
Tonga	Totalmente de acuerdo	131		36	
	De acuerdo	101		28	
	Neutral	90	360	25	100%
	En desacuerdo	20		6	
	Totalmente en desacuerdo	18		5	
Maito	Totalmente de acuerdo	123		34	
	De acuerdo	103		29	
	Neutral	83	360	23	100%
	En desacuerdo	29		8	
	Totalmente en desacuerdo	22		6	
Muchín	Totalmente de acuerdo	190		53	
	De acuerdo	110		31	
	Neutral	49	360	14	100%
	En desacuerdo	5		1	
	Totalmente en desacuerdo	6		2	
Bollo	Totalmente de acuerdo	133		37	
	De acuerdo	103	360	29	100%
	Neutral	78		22	

En desacuerdo	21	6
Totalmente en desacuerdo	25	7

Nota: ^(1, 2) El total en cada pregunta, corresponde al 360 de encuestados que respondieron. Porque esta sección del cuestionario permitía una respuesta a la vez en cada pregunta.

Fuente: Encuesta

• **Análisis Promoción**

En su gran mayoría, las redes sociales son el medio por el que el 59% se entera de lo que oferta un establecimiento, pero no deja de influir para un 35% las experiencias de consumo que las personas de su círculo social han tenido en el proceso de compra en un establecimiento de alimentos y bebidas.

• **Análisis Nivel de aceptación oferta de la propuesta**

De las 12 propuestas de envueltos para medir el grado de aceptación de quienes contestaron las preguntas, el chigiüil, el emborrajado, el corviche, la hayaca, la tonga, el maito, el muchín y el bollo se catalogaron entre los productos que están totalmente de acuerdo en consumir. Se registró también, que los envueltos presentan una preferencia neutral por más de 50 personas en cada producto. Esto quiere decir que se muestran indiferentes ante una propuesta diferente.

2.3.6. Análisis final de la demanda

• **Demanda Actual**

Para encontrar la demanda actual se usó los resultados de la pregunta 22 de la encuesta aplicada que dice “Señale con una X que tan de acuerdo estaría usted en consumir estos envueltos en una cafetería ubicada en La Floresta:” para identificar el porcentaje de aceptación que los consultados presentaron frente a la propuesta. En la tabla 13 se indica cómo se obtuvo el porcentaje.

Tabla 13

Determinación del porcentaje de aceptación para la propuesta

NIVEL DE ACEPTACIÓN OFERTA DE LA PROPUESTA		
	%¹	Etiqueta
Chigiüil	34	De acuerdo
Emborrajado	38	Totalmente de acuerdo
Vicundo	39	Neutral
Corviche	43	Totalmente de acuerdo
Hayaca	33	Totalmente de acuerdo
Timbulo	44	Neutral
Ayampaco	37	Neutral
Cuchichaqui	34	Neutral
Tonga	36	Totalmente de acuerdo
Maito	34	Totalmente de acuerdo
Muchín	53	Totalmente de acuerdo
Bollo	37	Totalmente de acuerdo

Nota:¹ De las 5 opciones de respuesta que presentó esta pregunta de la encuesta por cada envuelto, se seleccionó el porcentaje más alto en cada producto.

OBTENCIÓN DEL % DE ACEPTACIÓN AL SACAR UNA MODA DE LOS RESULTADOS DE LAS ETIQUETAS SELECCIONADAS EN LA PREGUNTA 22 DE LA ENCUESTA

Etiqueta	%²
Totalmente de acuerdo	38
Totalmente de acuerdo	43
Totalmente de acuerdo	33
Totalmente de acuerdo	36
Totalmente de acuerdo	34
Totalmente de acuerdo	53
Totalmente de acuerdo	37
Promedio	39

Nota:² De entre los 12 porcentajes de los productos, a través de una moda se eligieron las respuestas de “Totalmente de acuerdo” por repetirse más veces que las demás etiquetas.

El porcentaje de aceptación hacia la propuesta es del 39% por parte de los encuestados. A partir de este valor, mediante una regla de tres, se determina la demanda actual, comparándolo con los 5 758 habitantes en La Floresta. Dando como resultado una demanda de 2 246 personas. Al año sería una demanda de 808 423 personas.

• **Proyección Demanda Futura**

Para determinar la demanda futura a partir de la actual, se utiliza el mismo principio que se usó para obtener la oferta futura (Urresta, 2013):

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

Dónde:

Dn: demanda futura

Do: demanda actual (determinada en las encuestas)

i: tasa de crecimiento

n: año proyectado

Se sabe entonces, que la demanda actual, **Do**, corresponde a 808 423 personas al año. Por otra parte, la tasa de crecimiento, **i**, será de 2,8% anual, valor correspondiente al crecimiento económico estimado para el 2022, según el Banco Central del Ecuador. La variable **n** será el año proyectado y como se desea conocer la demanda futura dentro de 5 años, se irá calculando la misma para cada año como se muestra en la tabla 14.

Tabla 14

Proyección de la demanda futura

Año		Demanda futura (clientes)
2023	$Dn = 808\,423(1 + 0,028)^1$	831 059
2024	$Dn = 808\,423(1 + 0,028)^2$	854 329
2025	$Dn = 808\,423(1 + 0,028)^3$	878 250
2026	$Dn = 808\,423(1 + 0,028)^4$	902 841
2027	$Dn = 808\,423(1 + 0,028)^5$	928 120

Fuente: Estudio de campo

2.4. Análisis de la oferta vs la demanda

- Balance Demanda Oferta

En este punto, obtenida la demanda y oferta futuras, se procede a determinar la existencia o no de una demanda insatisfecha, por lo que se restan los valores proyectados de la demanda futura menos la oferta futura. Es decir;

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{demanda} - \text{oferta}$$

Tabla 15

Balance Demanda Oferta

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2023	831 059	310 867	520 192
2024	854 329	319 571	534 757
2025	878 250	328 519	549 730
2026	902 841	337 718	565 123
2027	928 120	347 174	580 946

Fuente: Elaboración propia

Por lo que se determina en la tabla 16, que sí existe demanda insatisfecha. Por lo que la propuesta tendría aceptación si ingresa al mercado.

Por otro lado, también se puede determinar la demanda insatisfecha por día a partir del total de sillas que hay por los cinco competidores. En la tabla 16 se demuestra esto.

Tabla 16

Demanda insatisfecha diaria

Establecimiento	N° de puestos
Guanamix	22
Humitas y Quimbolitos Luciana	20
Humitas La Floresta	18
La Ñora	21
Melatte	24
Total	105

Fuente: Elaboración propia

La demanda es de 2 246 personas, restando los 105 puestos menos la demanda, da una demanda insatisfecha al día de 2 141 personas.

2.5. Conclusiones generales del capítulo

- Existen ciertas consideraciones al interpretar los valores obtenidos de la oferta y demanda futuras, ya que como son estimaciones de que el mercado se comportara de esa forma en ese momento de estudio, se acogen a las condiciones y factores que influenciaron el estudio de campo y la toma de los cuestionarios en ese momento.
- Al existir demanda insatisfecha se deberá prever los mecanismos para que la propuesta resulte atractiva al mercado y capte clientela.

- Tener en consideración las variables del micro entorno que pudiesen perjudicar la puesta en marcha del proyecto de pre factibilidad, sea por la complejidad que represente introducirse al mercado con un nuevo concepto o por la influencia directa o indirecta de las variables del entorno.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1. Idea de negocio

La idea de negocio se basa en la generación de un modelo de negocio tipo cafetería donde se produzca, oferte, distribuya alimentos y bebidas donde su especialidad sean los envueltos que ya están establecidos en el mercado gastronómico, tales como; humitas, quimbolitos, tamales, empanadas de verde, de morocho, de viento y tortillas de maíz, y a la vez producir y ofertar envueltos no convencionales como; emborrajados, corviches, muchines, maitos, entre otros que el mercado de La Floresta mostró un interés en los resultados obtenidos en las encuestas, en el barrio La Floresta, en la provincia de Pichincha.

3.2. Propuesta y estructura Administrativa Organizacional

3.2.1. Planeación estratégica

- **Visión**

“Convertirse en una idea de negocio líder en el mercado quiteño y ser reconocida como símbolo de calidad en su cartera de productos, en el servicio y la promoción de la gastronomía ecuatoriana”.

- **Misión**

“Ofrecer envueltos ecuatorianos con ingredientes nacionales que promuevan entre los consumidores, la revalorización de la cosmovisión culinaria del país para crear valor a la compañía y a la sociedad”.

- **Objetivos empresariales**

- **Objetivo general**

Convertir a “Hoja Verde” en una de las marcas líderes en el mercado de envueltos del sector de alimentos y bebidas a nivel nacional.

- **Objetivos específicos**

- Procurar la continua mejora de los estándares de calidad de la cartera de productos de “Hoja Verde”, a través de capacitaciones al personal del área de Producción para la promoción de un correcto manejo de la materia prima y equipos durante los procesos productivos.
- Aplicar estrategias y mecanismos indispensables en el departamento de Talento Humano para la atracción, capacitación y retención del mejor recurso humano para la organización.
- Desempeñar óptimas metodologías en el área de Finanzas para la administración y evaluación del estado económico de la marca y así diagnosticar el estado de la misma.

- Lograr posicionar a la marca mediante distintos mecanismos de promoción efectivos desde el departamento de Marketing.
- **Valores corporativos:**
 - **Transparencia:** infundir confianza en el cliente interno para enlazarlo de forma cercana a la empresa y así entregar al cliente externo calidad y familiaridad.
 - **Respeto:** reconocer y valorar la procedencia de la materia prima para aplicar procesos adecuados durante las etapas de producción en el establecimiento, para además apreciar a los involucrados en dicha cadena.
 - **Excelencia:** promover la filosofía de mejora continua entre y en los colaboradores para generar y entregar valor a los clientes y consumidores.

3.2.2. Dirección Estratégica

○ Políticas internas

a. Política para manejo de personal

• Proceso para el Análisis de Puestos

Se parte identificando lo que la empresa oferta, en este caso la idea de negocio es una cafetería que busca vender envueltos, además de otro tipo de alimentos, y variedad en bebidas, luego se identifican las tareas, competencias y fortalezas necesarias en cada puesto de trabajo para desempeñar las actividades en el establecimiento. Finalmente se procede a requerir el personal que cumpla con los requisitos afines a cada puesto, pasando por otro proceso para su selección e integración a la empresa.

• Proceso para Reclutamiento del Personal

Cuando ya se tiene estructurados los puestos de trabajo, se define un determinado perfil para cubrir cada vacante de la nómina. Se publicará en bolsas de trabajo, redes sociales de la cafetería, universidades, bibliotecas y residencias estudiantiles, afiches que describan las competencias necesarias para cubrir el puesto y la fecha, lugar y hora para receptor la hoja de vida. De los currículums recibidos se descarta aquellos que no cumplan con lo solicitado, y el grupo que sí cumple con los requisitos pasa a la siguiente etapa del proceso.

• Proceso para Selección del Personal

A los individuos que quedaron entre el grupo que sí cumple con los requisitos, se les aplicará entrevistas y cuestionarios para hacer énfasis en su personalidad, habilidades y destrezas. De ese grupo se conservará e integrará a la organización, aquellas personas que cumplan con la mayoría de los requisitos antes propuestos, y de esta manera, a través de un contrato se les dará a conocer su horario de trabajo y demás especificaciones. Adicional, mediante inducciones, se les indicará su lugar de trabajo y las actividades a desempeñarse allí.

- **Proceso para renunciaciones y despidos**

El colaborador presenta su carta de renuncia al gerente o a recursos humanos y de ahí se convoca a una reunión para determinar las causas por las que se da la renuncia. Si el desempeño del colaborador ha sido excelente se considera un incremento en su sueldo o diferentes beneficios, para determinar si acepta la contra-oferta. Si la renuncia se da por algún problema interno con sus compañeros de trabajo o con algún área en específico, también se puede realizar una contra-oferta para ofrecerle soluciones para garantizar la permanencia del colaborador en la organización. Si luego de esto el colaborador está decidido a renunciar se debe acordar el tiempo adicional que se quedará en la empresa desde el día en que presenta la renuncia, generalmente son 15 días, para dejar en orden las actividades, pagos con proveedores e integración al puesto al nuevo empleado. Si la relación laboral se termina por desahucio, el colaborador entregará un escrito físico o electrónico al empleador y el proceso se continuará según lo dicte el Código de Trabajo según el caso (Registro Oficial Suplemento N° 167, 2005). En cuanto a despidos, se procede a comunicar al trabajador las causas por las que se está terminando la relación laboral, a su vez, habrá que considerar el pago de indemnizaciones económicas según sea el caso y según determine el Código de Trabajo (Registro Oficial Suplemento N° 167, 2005).

- b. Políticas de sueldos, salarios, compensaciones e incentivos**

Respecto a sueldos y salarios, se tomará en cuenta como base legítima lo que especifica el Código de Trabajo vigente. El valor será estipulado libremente, pero sin ser inferiores a los mínimos legales, los pagos se realizarán según sea un salario, por jornal o por tareas y no pasará de una semana, o un sueldo, por mes, no pasará de un mes, realizándose directamente al colaborador en días hábiles y en su lugar de trabajo o en un área designada dentro de la organización. Es de conocimiento también que los trabajadores tienen derecho a percibir la decimotercera remuneración (bono navideño) y la decimocuarta remuneración, que equivale a una remuneración básica mínima unificada, la cual se pagará hasta el 15 de agosto del año en curso (Registro Oficial Suplemento N° 167, 2005). En cuanto a compensaciones e incentivos se debe realizar análisis de carácter costo-beneficio, porque este tipo de motivaciones representan un costo para la organización, pero se procura propiciar el buen desempeño en los colaboradores a partir de estos incentivos.

- c. Políticas de capacitación**

- **Capacitación**

Se impartirán capacitaciones para nutrir los conocimientos y la experiencia de los colaboradores, según el puesto, cada uno cumplirá con un mínimo de horas necesario. Las

capacitaciones serán de carácter obligatorio para lograr cumplir con el valor corporativo de excelencia.

- **Evaluación del Desempeño**

Se medirá en función de los aciertos y desaciertos que se obtengan a fin de mes en cada área de la cafetería. Los aciertos se premiarán y en los desaciertos se buscarán soluciones para reducir errores y/o pérdidas.

- **Remuneraciones**

Corresponde a las asignaciones monetarias, como se definió anteriormente en las políticas de sueldos y salarios, según cual remuneración se designe para los colaboradores.

d. Políticas de uso de uniforme

Se creará un reglamento interno que incluya los siguientes puntos a cumplirse;

- El uniforme será administrado por la organización cada 3-4 años, en caso de deterioro de alguna prenda por razones justificadas a comprobarse en relación a las actividades a desempeñarse en cada área del establecimiento, el colaborador podrá adquirir una nueva, de lo contrario el colaborador mismo tendrá que adquirir a parte la prenda del uniforme que necesitare.
- Los colaboradores deberán portar el uniforme dotado por la organización, completo, limpio y adecuadamente según el área de trabajo. Cocina: malla protectora de cabello, gorro, chaqueta, pantalón, calzado cómodo antideslizante, delantal. Servicio: malla protectora de cabello, camisa/camiseta, pantalón, delantal, calzado cómodo antideslizante.
- El uniforme dotado por la organización se portará únicamente dentro del establecimiento.
- Cada colaborador es responsable del cuidado del uniforme que la organización le entregue. En caso de pérdida parcial o total del uniforme por causas atribuibles al colaborador, será su obligación la sustitución del mismo con las mismas especificaciones y características de las prendas que el presente reglamento establece.
- El uniforme dotado por la organización no podrá portarse en otras instituciones o eventos de cualquier índole que no refieran a las actividades que ejecute Hoja Verde, bajo ninguna circunstancia ni motivación.
- El personal de cocina y de servicio únicamente podrá portar aretes que no sean de más de 5 mm de diámetro y que cuelguen a una distancia máxima del lóbulo de la oreja de 5 mm. Adicional, se podrá usar maquillaje que no fuese de colores excesivamente llamativos o con accesorios que pudiesen caerse (pestañas/cejas/bigotes postizos, purpurina, brillantes adhesivos, grillz). No se permite el esmalte en las uñas de ninguna tonalidad.

e. Políticas para vacaciones y permisos

Según el Código de Trabajo, los colaboradores tienen el derecho de gozar de 15 días de vacaciones al año, las cuales son remuneradas anticipadamente. En el Código de Trabajo

se identifican los distintos casos a regirse el empleador y el trabajador. Referente a los permisos, dependiendo de la situación el permiso se determinará en horario y acuerdo monetario de ser el caso. Por ejemplo, cuando se trate del permiso para sufragar, el tiempo de permiso no deberá exceder de cuatro horas, cuando se trate de asistir a la “Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social” para atenciones médicas, cuando se trate de situaciones judiciales, cuando sea el caso en que el trabajador obtenga beca de estudios en el extranjero (Registro Oficial Suplemento N° 167, 2005), o el más común, cuando se trate de permisos en los que el colaborador necesita asistir al lugar de estudios de sus hijos o representados legales por diferentes motivaciones.

f. Políticas de negociación con proveedores

Para realizar este conglomerado de actividades, será necesario contar con un departamento de compras, y de no ser posible, un encargado que maneje toda la gestión con proveedores. A continuación las políticas:

- Manejar una lista de proveedores elegidos, pero también listas de proveedores obligados.
- Mantener actualizadas las listas de proveedores, con precios, formas de pago y horarios para receptar la mercadería, ubicación e información de contacto.
- Acordar a través de un documento escrito en el que firme el gerente de la organización, el proveedor y el encargado de compras de la organización; la forma de pago, los días y horarios de pago y las especificaciones para los pedidos.
- El proveedor tendrá que notificar cualquier eventualidad sobre los pedidos a la organización, con 48 horas de anticipación.
- Solo el gerente podrá pactar acuerdos con los proveedores, una vez se haya consensuado con el encargado de compras de la organización.

g. Políticas de servicio al cliente

- La fuerza de ventas y el personal de servicio pueden usar como recurso de fidelización de clientes o para salvar una venta, la aplicación de descuentos o promociones, consultándose previamente al gerente general el porcentaje a aplicarse y en el caso de que no se encontrase, acudir al jefe de área.
- No se aplica descuento sobre descuento o promoción sobre promoción. Se optará por el descuento más favorable para las dos partes de ser posible; la empresa y el cliente.
- Ante reclamos, manejar un vocabulario respetuoso, procurar mantener la compostura y comunicarse asertivamente para solventar la situación.
- Si el reclamo por parte del cliente se torna irrespetuoso, con agresiones verbales o físicas. Notificarlo al gerente o al jefe de área para manejar la situación, procurando solventarla y permitiendo que el cliente abandone el establecimiento.

- Devoluciones: si el cliente ha consumido el 50% del plato, deberá cancelar la mitad del valor del plato y del servicio. Si por el contrario el pedido del cliente ya está listo y este no lo desea o quiere cambiar de pedido, deberá pagar entre el 10-20% del valor del plato y el servicio (según se considere el tipo de pedido).
- Los pedidos a través de pagos por transferencia bancaria, deberán prepararse una vez el cliente indique en el comprobante “Enviado”, corroborando los datos del cliente al verificar en su cédula de ciudadanía o pasaporte y la fecha de la transacción.

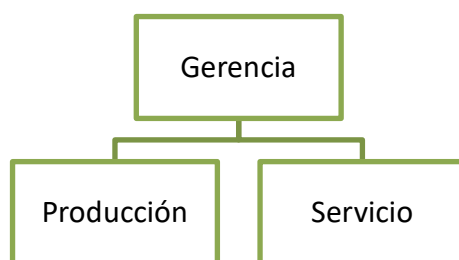
3.2.3. Organización empresarial

- **Estructura Organizacional**

- Organigrama estructural

Figura 3

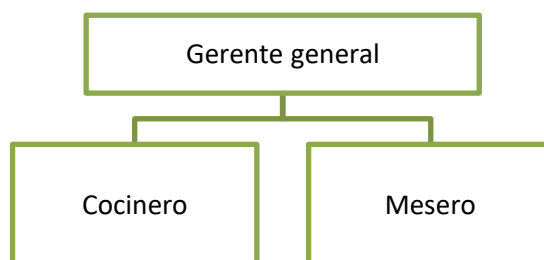
Organigrama de tipo estructural



- Organigrama funcional

Figura 4

Organigrama de tipo funcional



- **Desarrollo de la Nómina del Personal**

Tabla 17

Nómina del personal

Cargo	Cantidad	Departamento
Gerente general	1	Gerencia
Cocinero	1	Producción

Mesero	1	Servicio
--------	---	----------

Fuente: Elaboración propia

- **Funciones del personal**

- Gerente general:

- Planifica, organiza, dirige, controla y evalúa los procesos necesarios para que la cafetería funcione.
- Coordina con Producción y Servicio las actividades de las que se ocuparán los colaboradores, para que deleguen a sus encargados de ser el caso.
- Establece acuerdos con proveedores.
- Realiza recetas estándar con el área de Producción.
- Monitorea ingresos vs egresos y la contabilidad general de la cafetería.
- Establece porcentajes destinados a descuentos y promociones.
- Reunirse con el personal al inicio y al final de la jornada para aclarar puntos.
- Elabora roles de pago y demás remuneraciones.
- Cuadra y cierra caja junto a Servicio.
- Renueva los documentos que permiten a la cafetería seguir con sus actividades.
- Supervisa el desempeño de las funciones en el área de producción y de servicio.
- Desarrolla estrategias de marketing, planifica la publicidad para el establecimiento, eventos o convenios.
- Verifica y cuadra los pagos por transferencia y por tarjetas.

- Cocinero:

- Acata las instrucciones del chef ejecutivo (de ser el caso).
- Apoya en la elaboración de recetas estándar.
- Cocina, emplata y decora los platos del menú.
- Capacita a practicantes.
- Ayuda a realizar inventario y notifica las dadas de baja de la materia prima.
- Realiza mise en place.
- Mantiene ordenada y limpia el área de trabajo.
- Entrega a servicio los pedidos.
- Recibe la mercadería de los proveedores y recibe la aprobación del gerente.
- Delega al personal a su cargo (de ser el caso) las actividades que realizará en el día y preparar lo que sea necesario para el día siguiente.
- Contribuye en la elaboración de recetas estándar, siendo quien lidere la misma.
- Realiza inventario de la materia prima.
- Cocina, emplata y decora los platos del menú.
- Supervisa que los equipos y utensilios funcionen adecuadamente.
- Capacita a cocineros y practicantes (de ser el caso).

- Supervisa que se apliquen buenas prácticas de manufactura.
 - Controla tiempos de cocción, preparación y entrega de las comandas.
 - Mesero:
 - Acata las instrucciones del capitán (de ser el caso).
 - Limpia y ordena el salón al principio de la jornada y después de cada cliente.
 - Realiza mise en place.
 - Cuadra y cierra caja junto al capitán (de ser el caso) y el gerente general.
 - Recibe a los clientes.
 - Toma los pedidos.
 - Realiza cobros y facturación.
 - Recibe los pedidos de cocina y los entrega a los clientes.
 - Verifica y cuadra los pagos por transferencia y por tarjetas.
 - Planifica y supervisa el servicio al principio de cada jornada.
 - Acata las instrucciones del gerente general
 - Coordina con producción los productos disponibles en el menú.
 - Realiza inventario de bebidas, jugos y demás.
 - Contribuye en la limpieza del salón junto con sus ayudantes (de ser el caso)
 - Administra las propinas.
- **Planeación Organizacional del personal (Horarios)**

El presente horario se estableció en función de lo que dicta el Código de Trabajo, con 40 horas de trabajo a la semana y una hora de almuerzo (en el horario de cada día, está restado 1 h por concepto de almuerzo del personal). El horario de atención al público de la cafetería será el siguiente:

Lunes	09:00-13:00
Martes	09:00-14:00
Miércoles	09:00-15:00
Jueves	09:00-15:00
Viernes	09:00-15:00
Sábado	09:00-15:00

Tabla 18
Horario del personal

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Gerente general	08:00-14:00	08:00-15:00	10:00-16:00	7:00-16:00	7:00-16:00	7:00-16:00	
Cocinero	7:00-14:00	7:00-15:00	7:00-16:00	7:00-16:00	9:00-16:00	9:00-15:00	
Mesero	7:00-14:00	7:00-15:00	7:00-16:00	7:00-16:00	9:00-16:00	9:00-15:00	

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, se podrá trabajar 6 días de la semana bajo previo acuerdo con los colaboradores. La tabla 19 muestra que en el año se trabajarán 313 días, teniendo como día libre el domingo.

Tabla 19
Días laborables 2023

	Días laborables 2023
ENERO	27
FEBRERO	24
MARZO	27
ABRIL	25
MAYO	27
JUNIO	26
JULIO	26
AGOSTO	27
SEPTIEMBRE	26
OCTUBRE	26
NOVIEMBRE	26
DICIEMBRE	26
Total año	313

Fuente: Elaboración propia

3.3. Propuesta Técnica

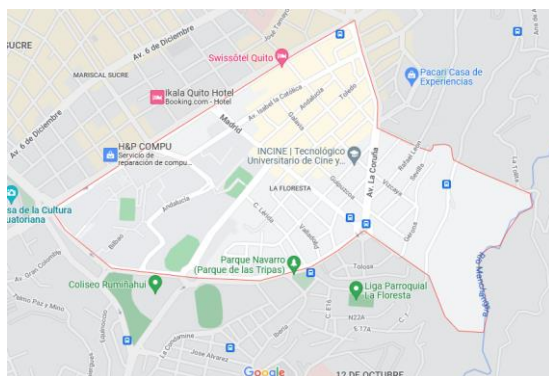
- **Macro Localización**

Este proyecto se localizará en Ecuador, región Sierra, provincia de Pichincha, cantón Quito, barrio La Floresta, como se indica en la figura 5.

- **Micro Localización**

La cafetería se ubicará en el cantón Quito, sector La Floresta. En la Avenida Lérica y calle Pontevedra como se indica en la figura 6.

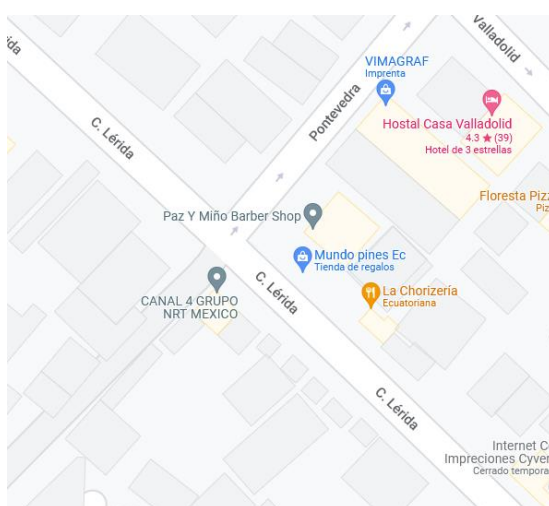
Figura 5
Macro localización - La Floresta



Fuente: (Google maps, 2022a)

Figura 6

Micro localización - Avenida Lérica y calle Pontevedra



Fuente: (Google maps, 2022b)

3.3.1. Recursos Técnicos

- **Infraestructura y estructura**

El establecimiento que se eligió para esta propuesta de pre factibilidad ya cuenta con infraestructura y estructura, en la tabla 20 se indican las alternativas de ubicación que se evaluaron para finalmente elegir la mejor opción.

Tabla 20

Evaluación de las alternativas de ubicación

Factores de localización	Puntaje	Alternativas de ubicación		
		Av. Lérica y Toledo 36m2	Av. Lérica y Pontevedra 20m2	Av. 12 de Octubre y Fran. Salazar 217m2
Local	1	x	x	x
Conexiones eléctricas, de gas y agua	1		x	x
Baño	1		x	x
Acceso personas con discapacidad	1			

Accesibilidad peatonal y vehicular	1	x	x	x
Horario comercial	1	x	x	x
Luz	1	x	x	x
Agua	1	x	x	x
Gas	1	x	x	x
Alcantarillado	1	x	x	x
Disponibilidad mano de obra	1	x	x	x
Cercanía a comercios	1	x	x	x
Carreteras asfaltadas	1	x	x	x
Zona urbana	1	x	x	x
Servicios médicos	1	x	x	
Bomberos	1			
UPC	1			
Parqueadero	1	x	x	x
Afluencia personas	1	x	x	x
Afluencia transporte	1	x	x	x
TOTAL	20	15	17	16

Fuente: Elaboración propia

De esta manera se sabe que la mejor alternativa de ubicación corresponde al local ubicado en la Avenida Lérica y calle Pontevedra, por tener un mayor número de atributos favorables para la propuesta de pre factibilidad.

- **Plano del Establecimiento**

El local real tiene 56 m², 8 m de largo y 7 m de ancho. Se ha representado gráficamente el plano de la cafetería en Floorplanner y cómo se vería amoblado y equipado.

Figura 7

Plano de la cafetería Hoja Verde



Fuente: Elaboración propia

Contará con un baño para hombres y otro para mujeres, un salón con capacidad para 40 comensales y una cocina con todo lo necesario para las actividades a desarrollarse en la cafetería.

- **Capacidad Instalada**

La capacidad instalada hace alusión a la cantidad máxima de comensales que podrán ser atendidos simultáneamente en el espacio del establecimiento según la cantidad de mesas y sillas disponibles (Riquelme, 2019)

Es importante tener en cuenta este cálculo para entender la capacidad del local en el que se planea desarrollar la propuesta, de otra forma, se compraría al azar los muebles para el salón, la maquinaria y el menaje para la cafetería, lo que provocaría fallos durante las operaciones o el despilfarro de bienes y dinero.

Es así, que la capacidad instalada se presenta de la siguiente manera (Hostelería Ecuador, s.f.);

$$\text{Capacidad instalada} = \frac{\text{Largo del salón (m)} * \text{ancho del salón(m)}}{\text{espacio que ocupa un comensal (m}^2\text{)} + 0,20 \text{ m}^2}$$

0,20 m² es una constante, representa el espacio necesario para servicio y mobiliario.

Considerando que el local tiene 20m², se ha destinado el 60% del espacio para el salón y baño y el 40% para la cocina. Es así, que para el primer porcentaje corresponden 12 m² (es decir, 3 m x 4 m) y para el segundo porcentaje, corresponden 8 m².

De esta manera, se reemplazan las variables en la fórmula:

$$\text{Capacidad instalada} = \frac{8 \text{ m} * 7 \text{ m}}{1,20 \text{ m}^2 + 0,20\text{m}^2}$$

$$\text{Capacidad instalada} = 40$$

La capacidad instalada para el local de 56 m² es de 40 comensales que visitan el establecimiento de forma simultánea.

- **ÁREA ADMINISTRATIVA (mobiliario, equipo, suministros)**

Tabla 21

Mobiliario, Equipo de oficina, Suministros de oficina Área Administrativa

<i>Mobiliario</i>	
Descripción	Cantidad
Mesa pequeña	1
Total	1
<i>Equipo de oficina</i>	
Descripción	Cantidad
Computadora	1
Caja registradora	1
Alquiler mensual Datafast Dial	1
Total	3
<i>Suministros de oficina</i>	

Descripción	Cantidad
Caja de esferos	1
Grapadora	1
Perforadora	1
Caja de grapas	1
Carpetas	6
Resma de papel bond	1
Bloc de facturas	2
Tijeras	1
Total	14

Fuente: Elaboración propia

- **ÁREA DE SERVICIO (mobiliario, equipo, menaje)**

Tabla 22

Mobiliario, Equipo, Cubertería, Cristalería, Vajilla Área de Servicio

<i>Mobiliario</i>	
Descripción	Cantidad
Mostrador	1
Barra	1
Mesas	9
Sillas	40
Plantas en maceta	2
Total	53

<i>Equipo</i>	
Descripción	Cantidad
Sistema de seguridad	1
Total	1

<i>Cubertería</i>	
Descripción	Cantidad
Juego de cubiertos (cuchara postre, cuchara sopera, tenedor y cuchillo) set 6 personas	5
Total	5

<i>Cristalería</i>	
Descripción	Cantidad
Jarra de vidrio	5
Vaso cristal	30
Total	35

<i>Vajilla</i>	
Descripción	Cantidad
Tazas (celeste y verde)	30
Plato tendido (celeste y amarillo)	30
Plato cevichero	30
Total	90

Fuente: Elaboración propia

- **ÁREA DE PRODUCCIÓN (mobiliario, equipo, menaje)**

Tabla 23

Mobiliario, Equipo de producción, Menaje de producción, Suministros de cocina Área de Producción

Mobiliario	
Descripción	Cantidad
Mueble organizador	3
Gavetas	8
Total	11
Equipo de producción	
Descripción	Cantidad
Licuadaora	1
Cocina varios servicios (4 quemadores, parrilla, freidora, plancha y horno)	1
Cilindro de gas	1
Campana extractora	1
Batidora con pedestal	1
Refrigerador	1
Congelador	1
Cafetera moka 6 tazas	1
Total	8
Menaje de producción	
Descripción	Cantidad
Cuchillos pequeños	2
Cuchillos grandes	2
Puntilla	2
Rallador	1
Pelador	2
Bowls con tapa varios tamaños	3
Batidor de mano	2
Espátula de calor + brocha	2
Espumadera	2
Colador de metal	2
Rodillo	1
Tablas de picar (set amarilla, verde y blanca)	1
Tablas de picas (set roja, celeste y café)	1
Cucharón	1
Chuspero	1
Chuspa	2
Tamalera	3
Molino manual	1
Balanza	1
Juego de ollas (set x5 varios tamaños)	1
Juego de sartenes (set x3 varios tamaños)	1
Líneas	5
Total	41
Suministros de limpieza (cocina y servicio)	
Descripción	Cantidad

Desinfectante (2L)	1
Cloro (2L)	1
España de platos	8
Fundas de basura (paquete)	3
Basurero con tapa pequeño baño	1
Basurero cocina	2
Escoba	2
Trapeador	2
Pala	2
Jabón líquido para manos	1
Lavavajilla	2
Papel higiénico baño (paquete x12)	2
Papel de cocina café (rollo)	2
Estropajo de metal	5
Guantes de caucho	2
Guantes de cocina	1
Botiquín primeros auxilios con insumos	1
Portarollo baño	1
Destapador baño	1
Cepillo para baño	1
Total	41

Fuente: Elaboración propia

- **Uniformes del Personal**

Tabla 24

Uniformes del personal

Uniformes del personal	
Descripción	Cantidad
Chaqueta para cocina	10
Pantalón para cocina	10
Camiseta estampada para servicio	10
Delantal servicio	10
Delantal cocina	10
Malla para el cabello (caja x100)	1
Total	51

Fuente: Elaboración propia

- **Procesos de producción**

Figura 8

Proceso en cocina

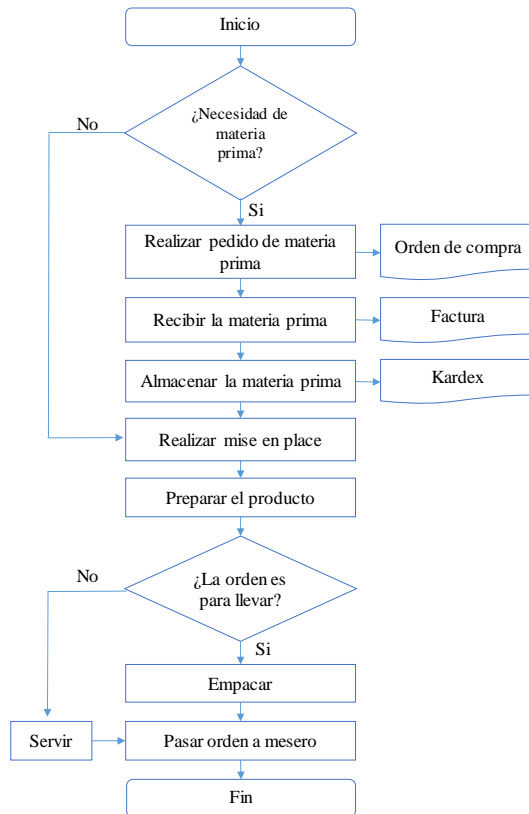
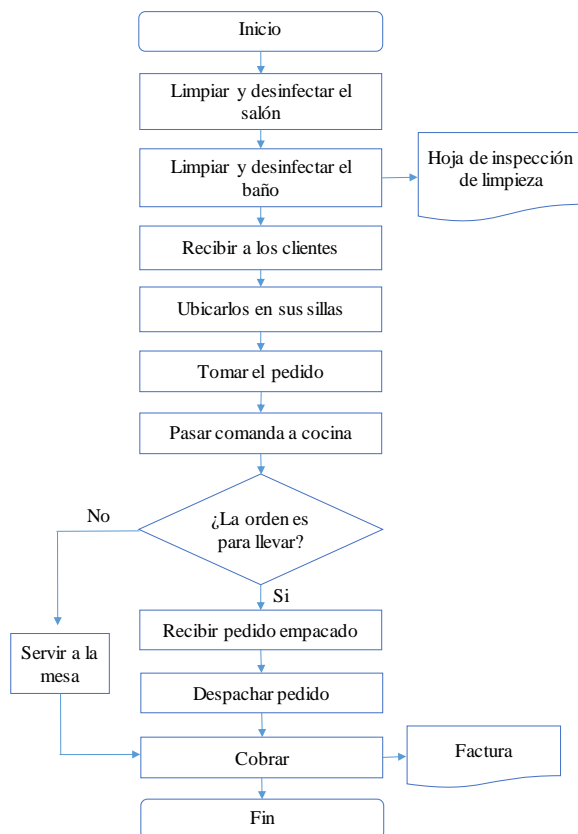


Figura 9
Proceso en servicio



• Control de calidad

Para controlar la calidad en la cafetería se aplicarán los principios del Total Quality Management, también conocido como la administración de calidad total, porque este método permite que todos los colaboradores de la organización participen para mejorar los procesos, productos y servicios.

Si lo que se busca es la mejora constante, la organización podría revisar los requisitos y aplicar para la obtención de la ISO 9001 de Gestión de calidad, de esta manera habrá una validación internacional que sustente el desempeño de la empresa. El organismo por el cual acceder a esta norma internacional es el Servicio de Acreditación Ecuatoriano, o por sus siglas SAE (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, s.f.).

3.4. Estructura Legal

La cafetería se determinará como sociedad anónima. Los socios aportarán con cierta cantidad para la constitución de la empresa, y un porcentaje restante será adquirido a través de un crédito que se solicite a una entidad financiera.

3.4.1. Requisitos de constitución

- ✓ Registro único del contribuyente (RUC)
- ✓ Permiso sanitario (ARCSA)
- ✓ Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE)
- ✓ Patente Municipal
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Registro de marca (IEPI)
- ✓ Categorización por el Ministerio de Turismo (Mintur)
- ✓ Registro turístico en Quito Turismo (según categorización)

3.4.2. Gastos de constitución

Tabla 25

Gastos de constitución

Criterio	Valor
Registro único del contribuyente (RUC) ¹	-
Permiso sanitario (ARCSA) ²	\$ 14,59
Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE) ³	-
Patente Municipal ⁴	\$ 10,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos ⁵	-
Registro de marca (IEPI) ⁶	\$ 208,00
Categorización por el Ministerio de Turismo (Mintur) ⁷	-
Registro turístico en Quito Turismo (según categorización) ⁸	-
Otros	\$ 100,00
Total	\$ 332,59

Nota: ¹ SRI (s.f.) <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>
² ARCSA (S.F.) <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/emision-copia-certificada-notificacion-sanitaria-registros-sanitarios-informes-tecnicos>
³ GADDMQ (s.f.). <https://gobecforms.gobiernoelectronico.gob.ec/index.php/gadmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
⁴ Alcaldía de Quito (2016). <https://www.quito.gob.ec>
⁵ GADDMQ (s.f.). <https://www.gob.ec/gadmq/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-exentos-luae-licencia-unica-actividades-economicas>
⁶ Gobierno del Ecuador. (s.f.) <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
⁷ Ministerio de Turismo del Ecuador (s.f.). <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>
⁸ Alcaldía de Quito (s.f.). <https://www.quito-turismo.gob.ec/registro-turistico/>

3.5. Propuesta comercial

- Imagen Corporativa
 - **Nombre de la Empresa**

Hoja Verde

- **Imagotipo**

Figura 10
Imagotipo de la cafetería



Fuente: Elaboración propia

- **Colores corporativos**

Verde claro, carmín, negro, amarillo, celeste y blanco
- **Eslogan**

Lo mejor en tu día.
- **Sitio Web**

https://www.facebook.com/HOJA-VERDE-289177514541651/?ref=page_internal

3.5.1. Producto y precio

La figura 11 integra la carta del establecimiento, especificando que los precios ya incluyen IVA y que todos los envueltos, sean dulces o de sal, ya incluyen una porción de

ensalada y una de ají. En anexos se encuentran las recetas de toda la carta y los ingredientes con su costo de compra, merma y rendimiento.

Figura 11
Carta de la propuesta de pre factibilidad



CARTA

Lo mejor en tu día
*Precios ya incluyen IVA



ENVUELTOS SALADOS

\$ 1.95	Corviche de pescado Plátano verde crujiente relleno de pescado y especias	\$ 1.20	Humita Masa de choclo rellena de delicioso queso
\$ 1.25	Hayaca Masa de maíz con relleno de pollo y deliciosos vegetales	\$ 1.35	Tamal lojano Masa de mote cocida al vapor, rellena de vegetales y huevo
\$ 1.50	Tonga Seco de pollo con arroz y maduro cocido en hoja de plátano	\$ 1.25	Bolón mixto Masa de plátano verde rellena de chicharrón de cerdo y queso
\$ 4.85	Maito Plato amazónico con pescado, yuca y plátano verde	\$ 0.95	Empanada de verde Masa de plátano verde crujiente rellena de carne de res y vegetales
\$ 1.35	Muchin Masa de yuca crujiente rellena de queso	\$ 1.10	Empanada de morocho Masa de morocho rellena de pollo y vegetales
\$ 2.10	Bollo Masa de plátano verde y mani relleno de pescado y vegetales	\$ 0.90	Tortilla de maíz Masa de maíz rellena de queso derretido

ENVUELTOS DULCES

\$ 1.30	Emborrajado Banano envuelto en masa crujiente, relleno con queso fresco		
\$ 1.25	Quimbolito Masa dulce con queso y vainilla, decorada con pasas		
\$ 0.90	Empanada de viento Tradicional empanada frita con relleno de queso		

COMPLEMENTOS

\$ 0.30	Porción ensalada Ensalada con vegetales y verduras frescas		
\$ 0.25	Porción de Aji Tradicional aji con tomate de árbol		

* TODOS LOS ENVUELTOS YA INCLUYEN PORCIÓN DE ENSALADA Y PORCIÓN DE AJÍ



CARTA

Lo mejor en tu día
*Precios ya incluyen IVA



BEBIDAS

\$ 1.50	Café ecuatoriano Esencia de café ecuatoriano. Caliente	\$ 0.70	Jugo de tomate de árbol Zumo de tomate de árbol
\$ 1.60	Chocolate semiamargo Chocolate caliente en leche aromatizada	\$ 0.70	Jugo de papaya Zumo de frutas tropicales
\$ 1.00	Morocho dulce Morocho dulce caliente especiado, y con pasas	\$ 1.15	Batido de mora Zumo de mora en leche
\$ 0.25	Agua aromática Té, Manzanilla, Toronjil, Menta, Cedrón o Hierbabuena	\$ 1.20	Batido de tomate de árbol Zumo de tomate de árbol en leche
\$ 1.90	Jugo de naranja Zumo de naranja	\$ 1.20	Batido de frutilla Zumo de frutilla en leche
\$ 0.70	Jugo de frutimora Zumo de frutos rojos	\$ 1.00	Batido de banano Zumo de banano en leche

DULCES

\$ 0.25	Rosca de viento Crujientes rosas al horno con glaseado de azúcar		
\$ 0.25	Caca de perro Maíz tostado con panela y especias		
\$ 0.25	Mani confitado Mani tostado con azúcar		





Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Promoción

Se optará por compartir contenido atrayente por redes sociales para captar el interés de clientes potenciales, adicional se publicitará la marca fuera del establecimiento y en sus alrededores. Brindando muestras gratis para animar a las personas a que conozcan el lugar y consuman.

3.5.3. Estrategias de Marketing Mix o comerciales

- **Estrategias de Introducción al Mercado**

- Ajustes de precio (según beneficie a la organización se considerará bajar o incrementar los precios de los productos)
- Realizar campañas de marketing por redes sociales (atrayentes, concisas e impactantes)
- Brindar muestras gratis de envueltos conocidos y los no convencionales a los transeúntes o en puntos estratégicos como edificios comerciales, universidades o institutos.
- Enriquecer el servicio al cliente y hacerlo cálido, pero no intrusivo.
- Promover la idea de que no solo se vende productos, se vende experiencias en un buen ambiente al cual acudir solo o acompañado.
- Incentivar la compra al entregar tarjetas de consumo en su primera compra. Al acumular cierta cantidad de consumos, reclamar un premio.

- **Estrategias para el Producto físico y de servicios**

- Los platos en los que se servirán los productos, serán de colores y diseños vistosos, acorde a los colores de la marca.
- Los envueltos para llevar se empacarán en bolsas amigables con el planeta y en bolsas de papel. Las bolsas llevarán impreso la marca de la organización.
- El menú con precios se exhibirá en la pared principal de la cafetería.
- El servicio será de tipo americano.
- El personal de servicio llevará una gorra roja y el resto de implementos de su uniforme con la marca de la organización que será dotado por la misma al colaborador

- **Estrategias para el Precio**

- Fijación De Precios (receta estándar, competencia, demanda)
- **Descuentos**
 - Se aplicarán descuentos si llevan 4 o más de 4 productos del mismo (2-3%, el descuento se aplica en los productos, no en el valor total de la cuenta)
 - En el Día del Café si por cuenta llevan 2 cafés, uno sale gratis.
- **Bonificaciones**
 - Si el comensal trae dos acompañantes que también consuman (un envuelto + una bebida), el comensal paga la mitad de su consumo (esto aplica solo para las 3 primeras semanas de abierta la cafetería)

- **Planes de pago**

Se acepta tarjetas de crédito, débito, efectivo y transacciones.
- **Estrategias para la Plaza o Punto de Distribución**
 - **Punto de distribución**

Los productos se ofertarán directamente en el establecimiento. El cuál se decorará de forma llamativa en días festivos o para anunciar promociones. Además, habrá servicio a domicilio.
 - **Franquicias o Sucursales**

La marca no contará con franquicias ni sucursales, dado que recién intenta introducirse en el mercado.
- **Estrategias para el ambiente físico**
 - **Diseño e Infraestructura externa e interna**

Para el área interna se busca un diseño nórdico y natural, en el que resalte la presencia de plantas y cuadros que recuerden a la naturaleza. En cuanto al diseño e infraestructura externa se procura tenga un diseño nórdico en esencia, para que resalten los colores del letrero.
 - **Estilo**

Se procura que el área interna de la cafetería tenga un estilo tranquilo y acogedor, en el que no existan las prisas para detenerse a degustar una bebida con un envuelto o un dulce.
 - **Confort**

Los asientos de las mesas serán cómodos, la iluminación juega un papel importante entre usar luz natural y artificial de los focos del establecimiento.
 - **Paisajes**

Como se ubicará en un área urbana en la que destacan las casas antiguas de La Floresta y edificios contemporáneos, habrá diversidad en el ambiente.
 - **Servicios locales**

La cafetería contará con luz, agua y conexión wifi. En cuanto a los servicios que ofrece el barrio, está el acceso peatonal, calles asfaltadas, atención médica, parques y plazas.
- **Estrategias para las Personas o empleados**
 - **Cultura organizacional**
- **Objetivo General**
 - ✓ Transmitir un sentido de identidad entre los colaboradores de la organización, para reforzar la relación entre ellos y hacia la marca.

- **Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar diagnósticos al final del día para la consideración de aspectos negativos o positivos que se presentaron durante las actividades tanto en el salón como en producción. Esto permitirá tomar en cuenta la opinión de los involucrados.
- ✓ Aplicar integraciones y juegos de roles para afianzar más al cliente interno hacia la organización.
- ✓ Cumplir con los derechos y deberes que se tiene como empleador hacia los colaboradores, para no perjudicarles e incentivarles a través de sueldos y bonificaciones.
- ✓ Cumplir con los derechos y deberes que se tiene como colaborador en la cafetería Hoja Verde.

- **Políticas**

- ✓ Promover un ambiente de integración y equidad con respeto.
- ✓ Generar un sistema de premiación al cabo de cada mes, para otorgar bonificaciones o consumos especiales al personal destacado.

- **Valores**

- ✓ **Transparencia:** infundir confianza en el cliente interno para enlazarlo de forma cercana a la empresa y así entregar al cliente externo calidad y familiaridad.
- ✓ **Respeto:** reconocer y valorar la procedencia de la materia prima para aplicar procesos adecuados durante las etapas de producción en el establecimiento, para además apreciar a los involucrados en dicha cadena.
- ✓ **Excelencia:** promover la filosofía de mejora continua entre y en los colaboradores para generar y entregar valor a los clientes y consumidores.

○ **Marketing interno**

Es el marketing que se practica dentro de la organización y que está dirigido a los colaboradores. Para aplicar este tipo de marketing se colocará información que manifieste los elementos de la cultura organizacional, procesos para la preparación de alimentos y la promoción de buenas prácticas de manufactura para que todo el personal se familiarice con la oferta de la marca.

○ **Servicios postventa (Promocionales, Psicológicos, De Seguridad)**

Desde el primer contacto que se tenga con el cliente externo, se procurará atender con calidad y calidez. Se registrarán los datos del cliente en la computadora y se le entregará una tarjeta que premia sus consumos. Para envíos a domicilio se mantendrá una comunicación afectuosa y atenta hasta que el pedido llegue al cliente. Luego se pedirá una reseña de la experiencia que tuvo el cliente con el producto (sea por redes sociales o a través de teléfono convencional).

- **Stakeholders:**

Refiere a los posibles accionistas o personas interesadas en la actividad comercial de la cafetería y cómo a través de su inversión en la misma les puede beneficiar y beneficiar a la marca. Por lo que se optará por llevar adecuadamente los registros contables de la cafetería para agilizar las decisiones que se tome para conveniencia de la organización y para los implicados.

- **Estrategias para los Procesos**

- Servicio

- **Meseros:** recibir a los clientes con calidez y respeto. Vestir el uniforme de forma impecable. Mantener el salón limpio y en orden. Mantener la calma durante malentendidos o reclamos por parte de clientes. Tener en cuenta la opinión de los clientes y las recomendaciones que pudiesen dar. Se recibirá a los clientes con un aperitivo dulce en su primera visita.

- **Estrategias para la Promoción**

- **Publicidad/ventas personales/promoción de ventas/relaciones publicas
Brochure/Co-Marketing:**

Crear una cuenta en Tripadvisor con todo lo necesario para que los comensales ubiquen la cafetería y puedan dar sus comentarios. Ante reclamos u opiniones negativas, mantener la compostura y dar un trato respetuoso al dar la respuesta. Apostar por el Marketing de Contenidos, enriqueciendo las cuentas del establecimiento en las distintas redes sociales. Verificar si se puede formar parte de alguna comunidad de emprendedores relacionados a alimentos y bebidas y así promocionar a través del Marketing de afiliados.

3.6. Evaluación de impactos

- **Impactos económicos**

Evaluar el impacto económico es un factor fundamental cuando se intenta poner en marcha un proyecto, porque directa o indirectamente influye en los demás impactos de tipo social, cultural y ambiental dentro de un mercado. Con esta idea de negocio se provocará un impacto de tipo económico positivo, porque buscará introducirse al mercado ecuatoriano y contribuirá a la economía del país, es decir cooperará para mejorar la matriz productiva ecuatoriana por la producción de bienes y servicios, adicional la propuesta ayudará al turismo, porque busca ofertar productos nacionales con ingredientes ecuatorianos.

- **Impactos sociales**

Se considera que la propuesta tendrá un impacto positivo a nivel social, porque generará plazas de empleo, tanto para posicionar al cliente interno en la organización como para proveedores a los que se acuda para abastecer al establecimiento de materia prima o equipos.

- **Impactos culturales**

El impacto cultural será significativo, ya que la propuesta engloba productos de la gastronomía ecuatoriana que se ofrecerán en la capital del país, siendo algunos de los platos propios de otras regiones del Ecuador. Por lo que esta diversidad podría atraer a capitalinos y foráneos.

- **Impactos ambientales**

- **Valorización de impactos**

A través de una Matriz de Leopold, se verificará el impacto ambiental que este modelo de negocio tendrá si se lo llevara a la práctica.

Originalmente esta matriz fue diseñada para evaluar los impactos de un proyecto de construcción, pero con el pasar del tiempo se ha sometido a diversas modificaciones en función del proyecto. Por lo que se la puede utilizar durante diferentes fases del mismo; desde su planificación, su construcción y/o su operación (Leopold et al., 1971).

En la matriz que se ha elaborado para este proyecto, la tabla 26, se enlista en las filas los factores ambientales y en las columnas se colocan las acciones del modelo de negocios, dichas acciones corresponden a la fase de operación de la idea de negocio, no se ha contemplado el análisis de la planificación y construcción del proyecto dado que el establecimiento ya se encuentra construido y listo para ser arrendado.

La intersección de filas con columnas establece una relación cualitativa, correspondiente al efecto que puede ocasionar cada acción. La ponderación cualitativa contiene 6 indicadores con las siguientes etiquetas, las cuales evalúan la relevancia ambiental de las acciones frente a los factores.







	No aplica
	Significativo positivo
	Significativo negativo
	Moderado
	No significativo
	Inapreciable

Tabla 26
Matriz de Leopold

ACCIONES DEL PROYECTO →		FASE DE OPERACIÓN			
↓ FACTORES AMBIENTALES		Presencia visitantes	Uso instalaciones	Mantenimiento	Operaciones
Transformación del terreno y construcción	Líneas de transmisión, gasoductos y corredores				
	Barreras, incluyendo cercas				
	Cables y ascensores				
	Presas y embalses				
	Estructuras de recreación				
	Perforación y voladura				
	Corte y relleno				
Explotación de recursos	Túneles y estructuras subterráneas				
	Perforación y voladura				
	Excavación de superficie				
	Excavación del subsuelo				
	Perforación de pozos				
Procesamiento	Tala de bosques				
	Agricultura				
	Ganadería y pastoreo				
	Plantas de engorde de ganado				
	Procesamiento de minerales				
	Industria metalúrgica				
	Industria química				
	Industria textil				
	Refinación de petróleo				
	Alimentos				
	Madera				
Modificación del terreno	Pulpa y papel				
	Almacenamiento de productos				
	Control de erosión y terrazas				
Renovación de recursos	Sellado de minas y control de desechos				
	Paisajismo				
	Reforestación				
	Gestión de vida silvestre				
	Recarga de agua subterránea				
Cambios en el tráfico	Aplicación de fertilizantes				
	Reciclaje de residuos				
	Red ferroviaria				
	Automóviles				
	Camiones				
	Transporte de carga				
	Aviones				
Impacto Socio económico cultural	Senderos				
	Tuberías y conductos forzados				
	Salud				
	Seguridad				
	Nivel de vida				
	Recreación				
	Tradiciones locales				
Emplazamiento y tratamiento de residuos	Empleo				
	Valores comunitarios				
	Vertido en los océanos				
	Rellenos sanitarios				
	Colocación de residuos mineros				
	Eliminación de basura				
Accidentes	Tanques sépticos, comerciales y domésticos				
	Emisiones de chimeneas al aire libre				
	Explosiones				
Accidentes	Vertidos y filtraciones				
	Falla operacional				

Adaptado de: Metodologías matriciales de evaluación ambiental para países en desarrollo: Matriz de Leopold y Método Mel-Enel por A. Ramos (<http://biblioteca.usac.edu.gt>) y La matriz de Leopold para la evaluación del impacto ambiental por V. M. Ponce (http://ponce.sdsu.edu/la_matriz_de_leopold.html).

○ Estrategias de mitigación

No existen impactos directos que representen un peligro, riesgo o consecuencia negativa dentro de las actividades que desempeñará el modelo de negocio. En lo que se busca poner atención y cuidado es en el manejo de desechos de la producción y consumo de los productos. Se procurará contactar y contratar a actores especializados en el manejo de desechos orgánicos (usualmente estos suelen ser destinados para el engorde de cerdos) y en cuanto a desechos no reciclables ni reusables, se pretende limitar su uso.

3.7. Estudio financiero

• Sueldos y salarios

A continuación, en las siguientes tablas se encuentra el detalle de los sueldos y beneficios a pagarse a cada colaborador que necesita la cafetería. La información se divide por Mano de obra directa, Mano de obra indirecta y una tabla con todo el personal en cada año respectivamente. A partir del año 2 el salario básico se va incrementando 3 dólares.

Tabla 27
Nómina Año 1

MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones			Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 425,00	13°				
Cocinero 1	\$ 425,00		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
Mesero 1	\$ 425,00		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
SUBTOTAL	\$ 850,00		\$ 850,00	\$ 103,28	\$ 70,83	\$ 70,83	\$ 70,83			
TOTAL								\$ 1.165,78	\$ 3.497,33	\$ 13.989,30

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones			Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 425,00	13°				
Gerente general	\$ 425,00		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
SUBTOTAL	\$ 425,00		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
TOTAL								\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65

TODO EL PERSONAL

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones			Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 425,00	13°				
Gerente general	\$ 425,00		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
Cocinero 1	\$ 425,00		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
Mesero 1	425		\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 1.748,66	\$ 6.994,65
SUBTOTAL	\$ 1.275,00		\$ 1.275,00	\$ 154,91	\$ 106,25	\$ 106,25	\$ 106,25			
TOTAL								\$ 1.748,66	\$ 5.245,99	\$ 20.983,95

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28
Nómina Año 2

MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 428,00	13°	Vacaciones				
Cocinero 1	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
Mesero 1	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
SUBTOTAL	\$ 856,00		\$ 856,00	\$ 104,00	\$ 71,33	\$ 71,33	\$ 35,67	\$ 71,33			
TOTAL									\$ 1.209,67	\$ 3.629,01	\$ 14.516,05

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 428,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
SUBTOTAL	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
TOTAL									\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02

TODO EL PERSONAL

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 428,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
Cocinero 1	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
Mesero 1	\$ 428,00		\$ 428,00	\$ 52,00	\$ 35,67	\$ 35,67	\$ 17,83	\$ 35,67	\$ 604,84	\$ 1.814,51	\$ 7.258,02
SUBTOTAL	\$ 1.284,00		\$ 1.284,00	\$ 156,01	\$ 107,00	\$ 107,00	\$ 53,50	\$ 107,00			
TOTAL									\$ 1.814,51	\$ 5.443,52	\$ 21.774,07

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29
Nómina Año 3

MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 431,00	13°	Vacaciones				
Cocinero 1	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
Mesero 1	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
SUBTOTAL	\$ 862,00		\$ 862,00	\$ 104,73	\$ 71,83	\$ 71,83	\$ 35,92	\$ 71,83			
TOTAL									\$ 1.218,15	\$ 3.654,45	\$ 14.617,80

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 431,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
SUBTOTAL	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
TOTAL									\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90

TODO EL PERSONAL

Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 431,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
Cocinero 1	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
Mesero 1	\$ 431,00		\$ 431,00	\$ 52,37	\$ 35,92	\$ 35,92	\$ 17,96	\$ 35,92	\$ 609,07	\$ 1.827,22	\$ 7.308,90
SUBTOTAL	\$ 1.293,00		\$ 1.293,00	\$ 157,10	\$ 107,75	\$ 107,75	\$ 53,88	\$ 107,75			
TOTAL									\$ 1.827,22	\$ 5.481,67	\$ 21.926,69

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30
Nómina Año 4

MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)											
Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 434,00	13°	Vacaciones				
Cocinero 1	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17	\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77
Mesero 1	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17	\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77
SUBTOTAL	\$ 868,00		\$ 868,00	\$ 105,46	\$ 72,33	\$ 72,33	\$ 36,17	\$ 72,33			
TOTAL									\$ 1.226,63	\$ 3.679,89	\$ 14.719,54

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)											
Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 434,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17	\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77
SUBTOTAL	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17			
TOTAL									\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77

TODO EL PERSONAL											
Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 434,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17	\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77
Cocinero 1	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17	\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77
Mesero 1	\$ 434,00		\$ 434,00	\$ 52,73	\$ 36,17	\$ 36,17	\$ 18,08	\$ 36,17	\$ 613,31	\$ 1.839,94	\$ 7.359,77
SUBTOTAL	\$ 1.302,00		\$ 1.302,00	\$ 158,19	\$ 108,50	\$ 108,50	\$ 54,25	\$ 108,50			
TOTAL									\$ 1.839,94	\$ 5.519,83	\$ 22.079,32

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31
Nómina Año 5

MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)											
Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 437,00	13°	Vacaciones				
Cocinero 1	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42	\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65
Mesero 1	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42	\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65
SUBTOTAL	\$ 874,00	\$ -	\$ 874,00	\$ 106,19	\$ 72,83	\$ 72,83	\$ 36,42	\$ 72,83			
TOTAL									\$ 1.235,11	\$ 3.705,32	\$ 14.821,29

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)											
Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 437,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42	\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65
SUBTOTAL	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42			
TOTAL									\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65

TODO EL PERSONAL											
Cargo	Salario	Horas extras	Total	Provisiones				Fondos de reserva	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
				IESS patronal 12,15%	14° \$ 437,00	13°	Vacaciones				
Gerente general	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42	\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65
Cocinero 1	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42	\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65
Mesero 1	\$ 437,00		\$ 437,00	\$ 53,10	\$ 36,42	\$ 36,42	\$ 18,21	\$ 36,42	\$ 617,55	\$ 1.852,66	\$ 7.410,65
SUBTOTAL	\$ 1.311,00		\$ 1.311,00	\$ 159,29	\$ 109,25	\$ 109,25	\$ 54,63	\$ 109,25			
TOTAL									\$ 1.852,66	\$ 5.557,98	\$ 22.231,94

Fuente: Elaboración propia

- **Arriendo**

El local de 56 m² tiene un valor de \$200, la garantía a pagarse el primer mes es de \$200 también. El valor no incluye el pago de servicios básicos.

Tabla 32
Arriendo

	1 er mes	2 do mes	Trimestral	Anual	Diario
Garantía	\$ 200				
Valor arriendo	\$ 200	\$ 200	\$ 800	\$ 2.600	\$ 7,22
TOTAL	\$ 400	\$ 200	\$ 800	\$ 2.600	\$ 7,22

Fuente: Elaboración propia

- **Servicios básicos**

Se determinó el cálculo de la luz en función del consumo energético de cada equipo de forma individual y de forma agrupada, considerando el número de horas en que se utilizan o permanecen prendidos en la cafetería. Para saber el costo diario de cada equipo se multiplica el consumo en K Wh por la tarifa de energía eléctrica vigente en Ecuador, para el 2022 es de \$0,092, y para obtener el costo mensual se multiplica el resultado del costo diario por 30.

Para calcular el consumo de agua se determinó que normalmente una persona consume 2 m³ de agua al mes, por lo que aplicándose una regla de tres se obtuvo el consumo de las 43 personas (40 personas que corresponde a la capacidad máxima de clientes y 3 colaboradores).

Para el cálculo del internet se usará internet de fibra óptica, no se requerirá línea telefónica puesto que pedidos por redes sociales y llamadas se atenderán por el celular del Gerente general.

En la tabla 36 se reúnen los valores mensuales, trimestrales, anuales y diarios.

Tabla 33
Cálculo luz eléctrica

Equipo	Cantidad	Consumo normal del equipo por hora (en w)	Consumo promedio del equipo durante actividades (en h)	Estimación de consumo total (en w)	Consumo total por N° de equipos	Consumo en KWh	Tarifa energía eléctrica en Ecuador (kWh)	Costo diario	Costo mensual
Focos LED	22	100	10	1000	22000	22,0	\$ 0,092	\$ 2,02	\$ 60,72
Refrigerador	1	300	24	7200	7200	7,2	\$ 0,092	\$ 0,66	\$ 19,87
Congelador	1	625	24	15000	15000	15,0	\$ 0,092	\$ 1,38	\$ 41,40
Licudadora	1	305	5	1525	1525	1,5	\$ 0,092	\$ 0,14	\$ 4,21
Batidora	1	200	5	1000	1000	1,0	\$ 0,092	\$ 0,09	\$ 2,76
Campana extractora	1	250	5	1250	1250	1,3	\$ 0,092	\$ 0,12	\$ 3,45
Microondas	1	500	5	2500	2500	2,5	\$ 0,092	\$ 0,23	\$ 6,90
TOTAL mensual									\$ 139,31
TOTAL trimestral									\$ 417,93

Tabla 34
Cálculo consumo de agua

Personas	Consumo de agua en m3 al mes
1	2
43	86
Tarifa USD/m3 de agua en Quito	\$ 0,72
COSTO TOTAL mensual	\$ 61,92

Tabla 35
Cálculo internet

	Valor mensual
Fibra óptica	\$ 22,70
TOTAL mensual	\$ 22,70

Tabla 36
Servicios básicos

	Mensual	Trimestral	Anual	Diario
Agua	\$ 62	\$ 186	\$ 743	\$ 2
Luz	\$ 139	\$ 418	\$ 1.672	\$ 5
Internet	\$ 23	\$ 68	\$ 272	\$ 1
Gas	\$ 35	\$ 106	\$ 423	\$ 1
TOTAL	\$ 259	\$ 778	\$ 3.110	\$ 9

Fuente: Elaboración propia

- **Consumo promedio**

El consumo promedio se determinó de la suma de los subtotales del precio de venta al público, considerando que una persona consume un envuelto dulce o salado, con una bebida, un dulce y un complemento. El consumo promedio por persona se fija en \$3,15

Tabla 37
Cálculo consumo promedio

Cartera de productos	Costo Producción por unidad de producto	PVP
Emborrajado	\$ 0,44	\$ 1,30
Corviche de pescado	\$ 0,66	\$ 1,95
Hayaca	\$ 0,36	\$ 1,25
Tonga	\$ 0,50	\$ 1,50
Maito	\$ 1,65	\$ 4,85
Muchín	\$ 0,45	\$ 1,35
Envueltos dulces y salados		
Bollo	\$ 0,69	\$ 2,10
Humita	\$ 0,40	\$ 1,20
Quimbolito	\$ 0,43	\$ 1,25
Tamal lojano	\$ 0,45	\$ 1,35
Bolón mixto	\$ 0,40	\$ 1,25
Empanada de verde	\$ 0,31	\$ 0,95
Empanada de morocho	\$ 0,36	\$ 1,10
Empanada de viento	\$ 0,27	\$ 0,90
Tortilla de maíz	\$ 0,29	\$ 0,90
SUBTOTAL	\$ 0,51	\$ 1,55
Bebidas		
Agua aromática	\$ 0,06	\$ 0,25
Café de pasar	\$ 0,44	\$ 1,50
Chocolate semiamargo	\$ 0,46	\$ 1,60
Batido de mora	\$ 0,33	\$ 1,15
Batido de tomate de árbol	\$ 0,35	\$ 1,20
Batido de frutilla	\$ 0,30	\$ 1,20
Batido de guineo	\$ 0,27	\$ 1,00
Jugo de naranja	\$ 0,55	\$ 1,90
Jugo de frutimora	\$ 0,20	\$ 0,70
Jugo de tomate de árbol	\$ 0,18	\$ 0,70
Jugo de papaya	\$ 0,21	\$ 0,70
Morocho	\$ 0,29	\$ 1,00
SUBTOTAL	\$ 0,30	\$ 1,08
Dulces		
Caca de perro	\$ 0,09	\$ 0,25
Maní confitado	\$ 0,08	\$ 0,25
Roscas de viento	\$ 0,06	\$ 0,25
SUBTOTAL	\$ 0,08	\$ 0,25
Complementos		
Ají	\$ 0,08	\$ 0,25
Ensalada coleslaw	\$ 0,10	\$ 0,30
SUBTOTAL	\$ 0,09	\$ 0,28
TOTAL	\$ 0,98	\$ 3,15
Consumo promedio	\$	3,15

Fuente: Elaboración propia

- **% costo promedio carta**

Se ha obtenido un porcentaje promedio de todos los alimentos de la carta, de todas las bebidas de la cafetería y un porcentaje total que sería el de la carta. El primer porcentaje es del 33%, el siguiente es del 28% y el último es del 30%. Este 30% también se le considera como el porcentaje promedio del establecimiento.

Tabla 38

Cálculo % consumo promedio

ALIMENTOS				
ENVUELTOS DULCES				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
Emborrajado	\$ 0,44	\$ 1,30	34%	
Quimbolito	\$ 0,43	\$ 1,25	34%	
Empanada de viento	\$ 0,27	\$ 0,90	30%	
PROMEDIO	\$ 0,38	\$ 1,15	33%	
ENVUELTOS SALADOS				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
Corviche de pescado	\$ 0,66	\$ 1,95	34%	
Hayaca	\$ 0,36	\$ 1,25	29%	
Tonga	\$ 0,50	\$ 1,50	33%	
Maito	\$ 1,65	\$ 4,85	34%	
Muchín	\$ 0,45	\$ 1,35	33%	
Bollo	\$ 0,69	\$ 2,10	33%	
Humita	\$ 0,40	\$ 1,20	33%	
Tamal lojano	\$ 0,45	\$ 1,35	33%	
Bolón mixto	\$ 0,40	\$ 1,25	32%	
Empanada de verde	\$ 0,31	\$ 0,95	33%	
Empanada de morocho	\$ 0,36	\$ 1,10	33%	
Tortilla de maíz	\$ 0,29	\$ 0,90	32%	
PROMEDIO	\$ 0,54	\$ 1,65	33%	
DULCES				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
Caca de perro	\$ 0,09	\$ 0,25	35%	
Maní confitado	\$ 0,08	\$ 0,25	33%	
Roscas de viento	\$ 0,06	\$ 0,25	25%	
PROMEDIO	\$ 0,08	\$ 0,25	31%	
COMPLEMENTOS SALADOS				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
AjÍ	\$ 0,08	\$ 0,25	30%	
Ensalada coleslaw	\$ 0,10	\$ 0,30	32%	
PROMEDIO	\$ 0,09	\$ 0,28	31%	
COSTO PROMEDIO DE ALIMENTOS	\$ 1,09	\$ 3,32	33%	

BEBIDAS

BATIDOS				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
Batido de mora	\$ 0,33	\$ 1,15	29%	
Batido de tomate de árbol	\$ 0,35	\$ 1,20	29%	
Batido de frutilla	\$ 0,30	\$ 1,20	25%	
Batido de guineo	\$ 0,27	\$ 1,00	27%	
PROMEDIO	\$ 0,31	\$ 1,14	27%	

JUGOS				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
Jugo de naranja	\$ 0,55	\$ 1,90	29%	
Jugo de frutimora	\$ 0,20	\$ 0,70	29%	
Jugo de tomate de árbol	\$ 0,18	\$ 0,70	26%	
Jugo de papaya	\$ 0,21	\$ 0,70	30%	
PROMEDIO	\$ 0,29	\$ 1,00	29%	

VARIOS				
NOMBRE DEL PLATO	COSTO POTENCIAL	PVP	% COSTO DE VENTA	
Agua aromática	\$ 0,06	\$ 0,25	22%	
Café de pasar	\$ 0,44	\$ 1,50	29%	
Chocolate caliente o frío	\$ 0,46	\$ 1,60	29%	
Morocho	\$ 0,29	\$ 1,00	29%	
PROMEDIO	\$ 0,31	\$ 1,09	29%	

COSTO PROMEDIO DE BEBIDAS	\$ 0,91	\$ 3,23	28%	
----------------------------------	---------	---------	-----	--

COSTO PROMEDIO TOTAL	\$ 1,99	\$ 6,55	30%	
-----------------------------	---------	---------	-----	--

Fuente: Elaboración propia

- **Materia prima**

El valor de la materia prima se obtuvo de lo que cuesta preparar cada alimento (envueltos, dulces y complementos) y bebida de la carta. Es decir, se multiplicó \$0,98 que es lo que cuesta a diario preparar, en promedio, todos los platos de la carta por 40 puestos que tiene la cafetería. Obteniendo el valor de la materia prima al día, que es de \$39. Para saber el valor anual, los \$39 se multiplica por 360 días que tiene el año contable.

Tabla 39
Costo materia prima de la carta

Cartera de productos		Costo Producción por unidad de producto	PVP	Margen C.
Envueltos dulces y salados	Emborrajado	\$ 0,44	\$ 1,30	\$ 0,86
	Corviche de pescado	\$ 0,66	\$ 1,95	\$ 1,29
	Hayaca	\$ 0,36	\$ 1,25	\$ 0,89
	Tonga	\$ 0,50	\$ 1,50	\$ 1,00
	Maito	\$ 1,65	\$ 4,85	\$ 3,20
	Muchín	\$ 0,45	\$ 1,35	\$ 0,90
	Bollo	\$ 0,69	\$ 2,10	\$ 1,41
	Humita	\$ 0,40	\$ 1,20	\$ 0,80
	Quimbolito	\$ 0,43	\$ 1,25	\$ 0,82
	Tamal lojano	\$ 0,45	\$ 1,35	\$ 0,90
	Bolón mixto	\$ 0,40	\$ 1,25	\$ 0,85
	Empanada de verde	\$ 0,31	\$ 0,95	\$ 0,64
	Empanada de morocho	\$ 0,36	\$ 1,10	\$ 0,74
	Empanada de viento	\$ 0,27	\$ 0,90	\$ 0,63
	Tortilla de maíz	\$ 0,29	\$ 0,90	\$ 0,61
	SUBTOTAL		\$ 0,51	\$ 1,55
Bebidas	Agua aromática	\$ 0,06	\$ 0,25	\$ 0,20
	Café de pasar	\$ 0,44	\$ 1,50	\$ 1,06
	Chocolate caliente o frío	\$ 0,46	\$ 1,60	\$ 1,14
	Batido de mora	\$ 0,33	\$ 1,15	\$ 0,82
	Batido de tomate de árbol	\$ 0,35	\$ 1,20	\$ 0,85
	Batido de frutilla	\$ 0,30	\$ 1,20	\$ 0,90
	Batido de guineo	\$ 0,27	\$ 1,00	\$ 0,73
	Jugo de naranja	\$ 0,55	\$ 1,90	\$ 1,35
	Jugo de frutimora	\$ 0,20	\$ 0,70	\$ 0,50
	Jugo de tomate de árbol	\$ 0,18	\$ 0,70	\$ 0,52
	Jugo de papaya	\$ 0,21	\$ 0,70	\$ 0,49
	Morocho	\$ 0,29	\$ 1,00	\$ 0,71
SUBTOTAL		\$ 0,30	\$ 1,08	\$ 0,77
Dulces	Caca de perro	\$ 0,09	\$ 0,25	\$ 0,16
	Maní confitado	\$ 0,08	\$ 0,25	\$ 0,17
	Roscas de viento	\$ 0,06	\$ 0,25	\$ 0,19
SUBTOTAL		\$ 0,08	\$ 0,25	\$ 0,17
Complementos	Ají	\$ 0,08	\$ 0,25	\$ 0,17
	Ensalada coleslaw	\$ 0,10	\$ 0,30	\$ 0,20
SUBTOTAL		\$ 0,09	\$ 0,28	\$ 0,19
TOTAL		\$ 0,98	\$ 3,15	\$ 2,17
Número Puestos Cafetería			40	
Materia Prima Diaria			\$ 39	
Materia Prima Mensual			\$ 1.172	
Materia Prima Trimestral			\$ 3.516	
Materia Prima Anual			\$ 14.064	

Fuente: Elaboración propia

- **Suministros de limpieza y oficina**

En la tabla 40 se detalla los insumos de limpieza y los de oficina. En los de limpieza lo que es basureros, escoba, trapeador, pala, botiquín de primeros auxilios con insumos, porta rollo baño, destapador baño y cepillo para baño sus valores están considerados de forma anual, mientras que

los demás insumos se han considerado mensualmente porque por su uso recurrente hay que reponerlos cada mes. En los suministros de oficina se hizo lo mismo, la grapadora, perforadora, tijera, facturera y resma de papel bond se consideraron de forma anual, mientras que los demás insumos se comprarían mensualmente. De esta manera, en el año 1 para insumos de limpieza hay que destinar \$832,70 y para insumos de oficina el valor será de \$148,10.

Tabla 40
Suministros de limpieza y de oficina

	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Desinfectante (2L)	1	\$ 2,30	\$ 2,30	Tía
Cloro (2L)	1	\$ 1,75	\$ 1,75	Tía
Esponja de platos	8	\$ 0,75	\$ 6,00	Tía
Fundas de basura (paquete)	3	\$ 1,00	\$ 3,00	Tía
Basurero con tapa pequeño baño	1	\$ 5,00	\$ 5,00	Tía
Basurero cocina	2	\$ 3,00	\$ 6,00	Tía
Escoba	2	\$ 2,00	\$ 4,00	Tía
Trapeador	2	\$ 2,80	\$ 5,60	Tía
Pala	2	\$ 1,50	\$ 3,00	Tía
Jabón líquido para manos	1	\$ 2,60	\$ 2,60	Santa María
Lavavajilla	2	\$ 4,85	\$ 9,70	Tía
Papel higiénico baño (paquetex12)	2	\$ 6,00	\$ 12,00	Santa María
Papel de cocina café (rollo)	2	\$ 8,10	\$ 16,20	Mercado Libre
Estropajo de metal	5	\$ 0,80	\$ 4,00	Tía
Guantes de caucho	2	\$ 2,00	\$ 4,00	Tía
Guantes de cocina	1	\$ 3,00	\$ 3,00	Tía
Botiquín primeros auxilios con insumos	1	\$ 25,00	\$ 25,00	Farmacias Económicas
Portarollo baño	1	\$ 5,00	\$ 5,00	Mercado Libre
Destapador baño	1	\$ 3,00	\$ 3,00	Tía
Cepillo para baño	1	\$ 1,50	\$ 1,50	Tía
Total	41		\$ 122,65	
Valor mensual			\$ 64,55	
Valor trimestral			\$ 208,18	
Valor anual			\$ 832,70	

	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Caja de esferos	1	\$ 5,00	\$ 5,00	Dilipa
Grapadora	1	\$ 2,30	\$ 2,30	Dilipa
Perforadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50	Dilipa
Caja de grapas	1	\$ 0,40	\$ 0,40	Dilipa
Carpetas	6	\$ 0,70	\$ 4,20	Dilipa
Resma de papel bond	1	\$ 4,60	\$ 4,60	Dilipa
Bloc de facturas	4	\$ 6,00	\$ 24,00	Dilipa
Tijera	1	\$ 0,50	\$ 0,50	Dilipa
Total	16		\$ 42,50	
Valor mensual			\$ 9,60	
Valor trimestral			\$ 37,03	
Valor anual			\$ 148,10	

Fuente: Elaboración propia

- **Suministros de producción y ventas**

Como la cafetería busca reducir el uso de plásticos de un solo uso como es el plástico film, para cuando se necesita guardar alimentos, se prefirió usar recipientes de vidrio y de plástico con tapa para guardar alimentos cocidos o crudos. Lo importante será evitar la contaminación cruzada y la contaminación ambiental por los plásticos.

En cuanto a los suministros de ventas, se usará recipientes de material reciclado y que también son biodegradables, además de optar por fundas de papel y cajas de cartón en lugar de fundas plásticas. Se planifica imprimir logos para pegarlos en los recipientes y fundas, para fidelizar al cliente y que reconozca de mejor manera la marca. En el año 1 para suministros de producción se destinan \$183, para insumos de ventas se destina \$288,60.

Tabla 41

Suministros de producción y de ventas

	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Recipientes de vidrio (x4)	1	\$ 3,25	\$ 3,25	Market Place
Recipientes plásticos con tapa	8	\$ 1,50	\$ 12,00	Market Place
Total	9		\$ 15,25	
Valor mensual			\$ 15,25	
Valor trimestral			\$ 45,75	
Valor anual			\$ 183,00	

	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Paquete bolsas de papel con agarradera (x100)	1	\$ 8,00	\$ 8,00	Market Place
Bolsa de papel (x100)	16	\$ 0,30	\$ 4,80	Market Place
Caja de cartón	2	\$ 0,60	\$ 1,20	Market Place
Paquete servilletas (x70)	3	\$ 0,60	\$ 1,80	Plásticos Sta. Clara
Salseros de papel (paquete x12)	3	\$ 1,25	\$ 3,75	Market Place
Vaso de papel (paquete x12)	3	\$ 1,50	\$ 4,50	Market Place
Total	28		\$ 24,05	
Valor mensual			\$ 24,05	
Valor trimestral			\$ 72,15	
Valor anual			\$ 288,60	

Fuente: Elaboración propia

- **Publicidad inicial**

Para el año 1 se planifica comprar el rótulo, la carta para pegarla en la pared, tarjetas de presentación, tarjetas de consumo (como técnica de marketing para atraer clientela), diseño y bordado de los sellos para los uniformes de los colaboradores y el diseño e impresión del logo para los empaques que son para servicio a domicilio o para llevar.

Para el año 2, se comprará más tarjetas de consumo y de presentación, pero sólo la mitad. Se acudirá a promoción pagada por redes sociales, destinando \$3 para cada mes. El primer año la publicidad tendrá un costo de \$142, para el año 2 será de \$52.

Tabla 42
Publicidad inicial Año 1 y Publicidad Año 2

PUBLICIDAD INICIAL AÑO 1

Critério	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Rótulo	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Carta pared	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Tarjetas de consumo	1000		\$ 15,00
Tarjetas de presentación	1000		\$ 15,00
Diseño y bordado sello en uniformes	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Diseño e impresión logo para empaques	1000		\$ 30,00
Total anual			\$ 142,00
Total mensual			\$ 11,83
Total trimestral			\$ 35,50

PUBLICIDAD AÑO 2

	Cantidad	Precio mensual	Precio total
Tarjetas de consumo	500		\$ 8,00
Tarjetas de presentación	500		\$ 8,00
Promoción publicaciones en redes sociales	12 veces al año	\$ 3,00	\$ 36,00
Total anual			\$ 52,00

Fuente: Elaboración propia

• **Pronóstico de ingresos**

Primero se calculó la rotación de la competencia, dato que se obtuvo de estudiar a cada uno de los competidores directos, para saber el número de puestos, los días de atención y la afluencia de clientes entre semana y fines de semana. Por medio de un promedio se obtuvo una rotación de 3.3, pero se la consideró demasiado positiva, por lo que se optó por no considerar al competidor con mayor rotación y el resultado final de la rotación dio 0.9, la tabla 43 contiene estos datos.

Tabla 43
Rotación competencia directa

COMPETIDOR	N° PUESTOS	Días de atención a la semana	Días de atención fin de semana	ENTRE SEMANA		FIN DE SEMANA		Rotación TOTAL (con competidor fuerte)	Rotación TOTAL (sin competidor fuerte)
				N° PERSONAS AL DÍA	N° PERSONAS AL DÍA	ROTACIÓN	ROTACIÓN		
1 GUANAMIX	12	6	1	45	20	0,6	0,3	0,9	1,18
2 HUMITAS Y QUIMBOLITOS LUCI/	14	6	1	30	15	0,4	0,2	0,5	0,71
3 HUMITAS LA FLORESTA	15	7	2	450	1000	4,3	9,5	13,8	
4 LA NORA	20	6	1	25	30	0,2	0,3	0,5	0,71
5 MELATTE	13	6	1	50	15	0,6	0,2	0,8	1,03
Total	74							3,3	0,9

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, para la cafetería se utilizó una rotación de 1.8, porque se considera que habrá una rotación de 0.9 en el golpe de ventas de la mañana y 0.9 en el golpe de ventas de la tarde.

Número de puestos Cafetería	40
Rotación	1,8
Consumo promedio	\$ 3,15

Se calculó por mes, los días que trabajarían los colaboradores en la cafetería, siendo 313 días al año que se atenderá. La tabla 44 contiene dichos datos. Con este dato se obtendrá los ingresos.

Tabla 44
Días en que labora la cafetería

Días laborables 2023	
ENERO	27
FEBRERO	24
MARZO	27
ABRIL	25
MAYO	27
JUNIO	26
JULIO	26
AGOSTO	27
SEPTIEMBRE	26
OCTUBRE	26
NOVIEMBRE	26
DICIEMBRE	26
Total año	313

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta los días que atiende la cafetería por mes, se multiplica el valor de cada mes por los 40 puestos del establecimiento, para obtener la capacidad máxima de clientes. La rotación de enero y febrero son de 0,9 porque como recién se está dando a conocer la propuesta, se pronostica que las ventas no sean tan elevadas. Pero a partir de marzo las ventas incrementan. El cálculo de la rotación en marzo se saca al multiplicar la rotación de la competencia 1.8, por la rotación mensual que se obtuvo en función del crecimiento económico estimado para el 2023 a nivel nacional, 1,0024. Para abril y el resto de meses se usa la rotación del mes anterior para multiplicarlo por 1,0024. El número de clientes se obtiene de multiplicar la capacidad máxima por la rotación. Y finalmente para saber las ventas, se multiplica el número de clientes de cada mes por el consumo promedio de \$3,15 que ya se obtuvo con anterioridad. La tabla 45 contiene estos resultados.

Tabla 45
Pronóstico de Ingresos por mes

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep.	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Días de atención Cafetería	27	24	27	25	27	26	26	27	26	26	26	26	
Capacidad Máxima	1080	960	1080	1000	1080	1040	1040	1080	1040	1040	1040	1040	
Rotación	0,9	0,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	
Numero de clientes	980	873	1964	1823	1974	1905	1910	1988	1919	1924	1928	1933	21.120
Venta	\$ 3.083	\$ 2.747	\$ 6.181	\$ 5.737	\$ 6.211	\$ 5.995	\$ 6.009	\$ 6.255	\$ 6.038	\$ 6.053	\$ 6.067	\$ 6.082	\$ 66.458

2,9% Crecim económico a nivel nacional estimado para 2023		
Se obtiene una rotación mensual a partir del 2.9%, que será de 0,24%		
0,24%	0,0024	1,0024

Fuente: Elaboración propia

Para el pronóstico de cada año como indica la tabla 46; la rotación del año 1 se obtuvo de dividir el total del número de clientes, para la multiplicación de los 40 puestos de la cafetería por los 313 días laborables. Para el año 2 el cálculo es diferente, ya que se multiplica la rotación del año 1 por 1,028, que corresponde a la demanda del mercado para el año 2. Para el año 3 al año 10 se realiza el mismo cálculo que del año 2. Para el cálculo del número de clientes desde el año 2 al año 10 se multiplica la rotación de cada año, por la multiplicación de los puestos de la cafetería por los días laborables. La venta en cada año se obtiene multiplicando el número de clientes por el consumo promedio.

Tabla 46
Pronóstico de Ingresos por año

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Rotación	1,69	1,73	1,78	1,83	1,89	1,94	1,99	2,05	2,11	2,17
Numero de clientes	21.120	21.715	22.327	22.957	23.604	24.269	24.953	25.656	26.379	27.122
Venta	\$66.458	\$68.331	\$70.257	\$72.237	\$74.272	\$76.366	\$78.518	\$80.731	\$83.006	\$85.345

DEMANDA FUTURA				
$D_n = D_o(1 + i)^n$		Obtención rotación Año 2 a partir de la demanda futura de la competencia		
Dn	831.867	Año 1	855.992	100%
Dn	855.992	Año 2	24.124	0,028
Dn	880.815	Año 3		1,028
Dn	906.359	Año 4		
Dn	932.643	Año 5		

Fuente: Elaboración propia

- **Pronósticos de egresos**

En la tabla 47, se detallan todos los costos y gastos pronosticados y proyectados para 5 años. Dado que los valores del año 1 ya se obtuvieron, se los utiliza como base para presupuestar los costos y gastos de los siguientes años. Para el año 2 en adelante se toma los valores del año 1 y se multiplica por un 1% que se planifica que el mercado consumidor de lo que oferta la cafetería, crezca. Y se multiplica por 3,6%, que corresponde a la inflación acumulada del 2022 (Datosmacro, 2022). Se usó esta inflación por ser un valor alto que podría aumentar los costos y gastos, ya que hacer el cálculo de egresos con una inflación muy baja no tendría en cuenta la incertidumbre que suele presentar el mercado cuando se realiza un proyecto.

Tabla 47
Pronóstico de Egresos por año

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. COSTOS DE VENTAS	\$ 28.053	\$ 29.232	\$ 30.016	\$ 30.832	\$ 31.680
Costo Materia Prima	\$ 14.064	\$ 14.716	\$ 15.398	\$ 16.112	\$ 16.859
Salarios personal operativo (MOD)	\$ 13.989	\$ 14.516	\$ 14.618	\$ 14.720	\$ 14.821
B. GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.308	\$ 8.619	\$ 8.719	\$ 8.820	\$ 8.924
Salarios de Gerencia (MOI)	\$ 6.995	\$ 7.258	\$ 7.309	\$ 7.360	\$ 7.411
Gastos de constitución	\$ 333	\$ 345	\$ 357	\$ 370	\$ 383
Suministros de limpieza	\$ 833	\$ 863	\$ 894	\$ 926	\$ 959
Suministros de oficina	\$ 148	\$ 153	\$ 159	\$ 165	\$ 171
C. GASTOS DE VENTAS	\$ 431	\$ 354	\$ 370	\$ 386	\$ 404
Gastos de publicidad	\$ 142	\$ 52	\$ 54	\$ 56	\$ 58
Suministros de ventas	\$ 289	\$ 302	\$ 316	\$ 331	\$ 346
D. GASTOS OPERATIVOS	\$ 14.496	\$ 15.053	\$ 15.641	\$ 16.251	\$ 16.886
Arriendo	\$ 2.600	\$ 2.694	\$ 2.791	\$ 2.891	\$ 2.995
Servicios básicos	\$ 3.110	\$ 3.254	\$ 3.405	\$ 3.563	\$ 3.728
Mantenimiento instalaciones (3%)	\$ 2.678	\$ 2.774	\$ 2.874	\$ 2.978	\$ 3.085
Mobiliario administración	\$ 35	\$ 36	\$ 38	\$ 39	\$ 40
Equipo de oficina	\$ 759	\$ 786	\$ 823	\$ 861	\$ 901
Mobiliario servicio	\$ 1.320	\$ 1.368	\$ 1.417	\$ 1.468	\$ 1.521
Equipo de servicio	\$ 40	\$ 41	\$ 43	\$ 44	\$ 46
Cubertería	\$ 50	\$ 52	\$ 55	\$ 57	\$ 60
Cristalería	\$ 30	\$ 31	\$ 33	\$ 34	\$ 36
Vajilla	\$ 243	\$ 254	\$ 266	\$ 278	\$ 291
Mobiliario de producción	\$ 190	\$ 197	\$ 204	\$ 211	\$ 219
Equipo de producción	\$ 2.657	\$ 2.753	\$ 2.852	\$ 2.954	\$ 3.061
Menaje de producción	\$ 367	\$ 380	\$ 393	\$ 408	\$ 422
Uniformes del personal	\$ 402	\$ 416	\$ 431	\$ 447	\$ 463
Suministros de producción	\$ 15	\$ 16	\$ 17	\$ 17	\$ 18
E. DEPRECIACIÓN	\$ 916	\$ 575	\$ 425	\$ 425	\$ 425
Depreciaciones	\$ 916	\$ 575	\$ 425	\$ 425	\$ 425
F. GASTOS FINANCIEROS	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ -
Crédito Cooperativa	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 60.925	\$ 62.554	\$ 63.891	\$ 65.436	\$ 58.319

Crecim. de la demanda	1,0%	1,010
Inflación acumulada 2022 Ecuador	3,6%	1,036

Fuente: Elaboración propia

3.7.1. Inversión total

- **Activos fijos (Propiedad, planta y equipo)**

Dentro de los activos fijos se integra todo lo necesario en cuanto a mobiliario, equipo y menaje que se requiere para el área administrativa, de servicio y de producción. En el área administrativa se encuentra el mobiliario y equipo con su costo unitario, costo total y el proveedor al que se acude.

Tabla 48
Mobiliario y equipo área administrativa

Mobiliario				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Mesa pequeña	1	\$ 35	\$ 35	Mercado libre
Total	1		\$ 35	

Equipo de oficina				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Computadora	1	\$ 440,00	\$ 440,00	Computrón
Caja registradora	1	\$ 50,00	\$ 50,00	Mercado libre
Alquiler mensual Datafast Dial	1	\$ 22,40	\$ 268,80	Data fast
Total	3		\$ 758,80	

Fuente: Elaboración propia

Para el área de servicio es necesario mobiliario, equipo de seguridad, cubertería, cristalería y vajilla. Cabe mencionar que la vajilla será de colores vistosos, acorde a los colores de la marca, para hacerse notar de entre los competidores directos que usan vajilla blanca.

Tabla 49
Mobiliario, equipo y menaje área de servicio

Mobiliario				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Mostrador	1	\$ 130,00	\$ 130,00	Mercado libre
Barra	1	\$ 75,00	\$ 75,00	Mercado libre
Mesas	9	\$ 25,00	\$ 225,00	Mercado libre
Sillas	40	\$ 22,00	\$ 880,00	Mercado libre
Plantas en maceta	2	\$ 5,00	\$ 10,00	Mercado libre
Total	53		\$ 1.320,00	

Equipo de servicio				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Sistema de seguridad	1	\$ 40,00	\$ 40,00	Mercado libre
Total	1		\$ 40,00	

Cubertería				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Juego cubiertos (cucharita, cuchara, tenedor y cuchillo) set 6 personas	5	\$ 10,00	\$ 50,00	Market Place
Total	5		\$ 50,00	

Cristalería				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Jarra de vidrio	5	\$ 1,00	\$ 5,00	Market Place
Vasos	30	\$ 0,83	\$ 24,90	Market Place
Total	35		\$ 29,90	

Vajilla				
	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Tazas (celeste y verde)	30	\$ 1,10	\$ 33,00	Market Place
Platos grandes (celeste y amarillo)	30	\$ 5,00	\$ 150,00	Market Place
Plato cevichero	30	\$ 2,00	\$ 60,00	Market Place
Total	90		\$ 243,00	

Fuente: Elaboración propia

De la misma forma, para el área de producción también se necesita mobiliario, equipo y menaje acorde a las actividades a desempeñarse en este departamento de la cafetería.

Tabla 50
Mobiliario, equipo y menaje área de producción

Mobiliario	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Mueble organizador	3	\$ 50,00	\$ 150,00	Market Place
Gavetas	8	\$ 5,00	\$ 40,00	Market Place
Total	11		\$ 190,00	

Equipo de producción	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Licuada	1	\$ 42,00	\$ 42,00	Market Place
Cocina varios servicios (4 quemadores, parrilla, freidora, plancha y horno)	1	\$ 700,00	\$ 700,00	Megafrin
Cilindro de gas industrial	1	\$ 39,00	\$ 39,00	Market Place
Campana extractora	1	\$ 100,00	\$ 100,00	Market Place
Batidora con pedestal	1	\$ 85,00	\$ 85,00	Market Place
Refrigerador	1	\$ 780,00	\$ 780,00	Mercado libre
Congelador	1	\$ 900,00	\$ 900,00	Mercado libre
Cafetera moka 6 tazas	1	\$ 11,00	\$ 11,00	Market Place
Total	8		\$ 2.657,00	

Menaje de producción	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Cuchillos pequeños	2	\$ 6,00	\$ 12,00	Market Place
Cuchillos grandes	2	\$ 8,00	\$ 16,00	Market Place
Puntilla	2	\$ 2,78	\$ 5,56	Market Place
Rallador	1	\$ 5,00	\$ 5,00	Market Place
Pelador	2	\$ 3,36	\$ 6,72	Market Place
Bowls con tapa varios tamaños	3	\$ 4,00	\$ 12,00	Market Place
Batidor de mano	2	\$ 4,19	\$ 8,38	Market Place
Espátula de calor + brocha	2	\$ 3,00	\$ 6,00	Market Place
Espumadera	2	\$ 6,47	\$ 12,94	Market Place
Colador de metal	2	\$ 11,00	\$ 22,00	Market Place
Rodillo	1	\$ 10,00	\$ 10,00	Market Place
Tablas de picar (amarilla, verde y blanca)	1	\$ 3,00	\$ 3,00	Market Place
Tablas de picar roja, celeste, café)	3	\$ 10,00	\$ 30,00	Market Place
Cucharón	1	\$ 3,00	\$ 3,00	Market Place
Chuspero	1	\$ 5,00	\$ 5,00	Market Place
Chuspa	2	\$ 1,00	\$ 2,00	Market Place
Tamalera	3	\$ 27,00	\$ 81,00	Market Place
Molino manual	1	\$ 26,00	\$ 26,00	Market Place
Balanza	1	\$ 30,00	\$ 30,00	Market Place
Juego de ollas (set x5 diferentes tamaños)	1	\$ 23,00	\$ 23,00	Market Place
Juego de sartenes (set x3 diferentes tamaños)	1	\$ 17,00	\$ 17,00	Market Place
Líneas	5	\$ 6,00	\$ 30,00	Market Place
Total	41		\$ 366,60	

Fuente: Elaboración propia

La gerencia proveerá de uniformes al personal de servicio y al de producción. En las políticas de la organización refiriéndose al uso y manejo del uniforme de la cafetería hay ciertas directrices a

seguir para que el personal cuide y porte de la mejor manera el uniforme, ya que es la presentación de la marca hacia el público.

Tabla 51
Uniformes del personal

	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Proveedor
Chaqueta para cocina	10	\$ 8,00	\$ 80,00	Confecciones CH
Pantalón para cocina	10	\$ 9,00	\$ 90,00	Confecciones CH
Camiseta estampada para servicio	10	\$ 6,00	\$ 60,00	Confecciones CH
Delantal servicio	10	\$ 5,00	\$ 50,00	Confecciones CH
Delantal cocina	10	\$ 10,00	\$ 100,00	Confecciones CH
Malla para el cabello (caja x100)	1	\$ 22,00	\$ 22,00	Almacenes Jiménez
Total	51		\$ 402,00	

Fuente: Elaboración propia

- **Activos diferidos**

Se detalla en la tabla 52 los permisos y requisitos que la cafetería necesita para poder arrancar con sus funciones de manera legal, ordenada y acogíendose a lo que la normativa en Ecuador indica para poder abrir un establecimiento de alimentos y bebidas. Dentro de otros se integran posibles gastos con abogados, que se involucren durante el proceso de obtener algún requisito.

Tabla 52
Gastos de constitución

Criterio	Valor
Registro único del contribuyente (RUC)	-
Permiso sanitario (ARCSA)	\$14,59
Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE)	-
Patente Municipal	\$10,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	-
Registro de marca (IEPI)	\$208,00
Categorización por el Ministerio de Turismo (Mintur)	-
Registro turístico en Quito Turismo (según categorización)	-
Otros	\$100,00
Total	\$332,59

Fuente: Elaboración propia

La publicidad inicial es considerada un activo diferido, porque se compra por adelantado para hacer uso de estos elementos después, ya que es necesario contar con todo lo descrito en la tabla 53 para que el público reconozca de qué trata el establecimiento y qué es lo que oferta.

Tabla 53
Publicidad inicial Año 1

Criterio	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Rótulo	1	12	12
Carta pared	1	10	10
Tarjetas de consumo	1000	0	15
Tarjetas de presentación	1000	0	15
Diseño y bordado sello en uniformes	20	3	60
Diseño e impresión logo para empaques	1000	0	30
Total anual			\$ 142,00
Total mensual			\$ 11,83
Total trimestral			\$ 35,50

Fuente: Elaboración propia

- **Capital de trabajo**

El capital de trabajo generalmente se destina para un periodo de 3 a 6 meses, para este proyecto se le calculó para 3 meses. Es necesario tener en cuenta este monto para el pago de materia prima, personal, suministros, arriendo y servicios básicos porque es lo necesario para poder iniciar operaciones y no tener inconvenientes después por no haber previsto una cantidad monetaria para los elementos antes mencionados.

Tabla 54
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	AÑO
Sueldos MOD	\$ 13.989
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos MOI	\$ 6.995
Suministros de limpieza	\$ 833
Arriendo	\$ 2.600
Servicios básicos	\$ 3.110
Materia prima	\$ 14.064
TOTAL CAPITAL TRABAJO	\$ 41.591

CAPITAL DE TRABAJO POR AÑO	\$ 41.591
CAPITAL DE TRABAJO POR MES	\$ 3.466
CAPITAL DE TRABAJO POR 3 MESES	\$ 10.398

Fuente: Elaboración propia

3.7.2. Financiamiento

En la tabla 55 se distribuyen los activos de la cafetería y cómo se obtendrán, si será a partir del capital de los socios o mediante capital financiado.

Tabla 55
Fuentes y usos del dinero

DESCRIPCIÓN	VALOR INVERSIÓN	Capital propio		Capital financiado	
		%	Valor	%	Valor
Materia prima	\$ 14.064	100%	\$ 14.064		
Sueldos personal	\$ 20.984			100%	\$ 20.984
Arriendo	\$ 2.600	100%	\$ 2.600		
Servicios básicos	\$ 3.110	100%	\$ 3.110		
Publicidad	\$ 142	100%	\$ 142		
Suministros de oficina	\$ 148			100%	\$ 148
Suministros de limpieza	\$ 833			100%	\$ 833
Suministros de producción	\$ 15			100%	\$ 15
Suministros de ventas	\$ 289			100%	\$ 289
Mobiliario de administración	\$ 50			100%	\$ 50
Equipo de administración	\$ 759			100%	\$ 759
Mobiliario de servicio	\$ 1.095			100%	\$ 1.095
Equipo de servicio	\$ 40	100%	\$ 40		
Cubertería	\$ 50	100%	\$ 50		
Cristalería	\$ 30	100%	\$ 30		
Vajilla	\$ 243	100%	\$ 243		
Mobiliario de producción	\$ 190			100%	\$ 190
Equipo de producción	\$ 2.657			100%	\$ 2.657
Menaje de producción	\$ 367			100%	\$ 367
Uniformes del personal	\$ 402			100%	\$ 402
Gastos de constitución	\$ 333			100%	\$ 333
Mantenimiento instalaciones (3%)	\$ 2.678	100%	\$ 2.678		
Inversión Total	\$ 51.078		\$ 22.957		\$ 28.121

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 56 se resume que el capital de los socios será de \$22 957 para la obtención de lo especificado en la tabla 55 y lo restante por comprar, es decir los \$28 121 se obtendrá a través de un crédito.

Tabla 56
Distribución del capital

Crédito financiero	Monto	%
Capital propio	\$ 22.957	45%
Crédito	\$ 28.121	55%
Total	\$ 51.078	100%

Fuente: Elaboración propia

El préstamo será realizado por la Cooperativa 29 de octubre. Los pagos son mensuales a una tasa de interés anual del 11% y el tiempo total de la deuda son 4 años. El método por el que se maneja el pago de la deuda es el método francés. En la tabla 57 se explica su desarrollo y cómo se obtuvo la cuota. Mediante una fórmula de Excel se divide la tasa de interés para 12 meses porque en este caso es anual y el año tiene 12 meses. Luego se transforma el tiempo a meses, ya que la tasa de interés se está trabajando en meses, es decir se toma los 4 años y se multiplica por 12 meses. Finalmente se toma el valor de la deuda, o también dicho el monto que se solicitó a la cooperativa. La cuota mensual que pagará la cafetería será de \$727. En el **Anexo F** se detalla la amortización del crédito.

Tabla 57
Financiamiento

Financiamiento:	\$ 28.121	Deuda	28.121
Tasa de interés (anual):	11,00%	Tasa	11,00%
pagada mensualmente:	0,92%	Tiempo	4
Frecuencia de pago:	mensual	Cuota	\$727
Plazo (meses):	48	Ci =+PAGO((C20)/12;C21*12;-C19)	
Plazo (años):	4		
Número de cuotas al año:	12		

Fuente: Elaboración propia

3.7.3. Depreciaciones

La depreciación de un bien significa la disminución de su valor a través del tiempo, sea por su constante uso, el transcurso del tiempo o en sí que deje de estimarse el bien como útil o funcional por el apareamiento de nuevas tecnologías con mayor funcionalidad. La tabla 58 contiene todos los activos que la cafetería necesita para sus operaciones. Aquellos bienes que se deprecian al 10%, significa que duran 10 años y cada año se deprecian en un 10%. Los que se deprecian al 33% duran 3 años, ya que cada año se deprecian en un 33.3%. Los bienes que se deprecian al 50% duran 2 años. Y los que se deprecian al 20% tienen una durabilidad de 5 años. La manera en que se calcula el tiempo de durabilidad de un bien es dividiendo 100 para el porcentaje de depreciación.

Tabla 58
Depreciaciones

ACTIVO FIJO					
AREA	DESCRIPCION	Valor original	% depreciación	Deprec. Anual	Deprec. Mensual
ADMINISTRATIVO	Mobiliario				
	Mesa pequeña	\$ 50,00	10%	\$ 5,00	\$ 0,42
	Computadora	\$ 440,00	33%	\$ 145,20	\$ 12,10
	Caja registradora	\$ 50,00	10%	\$ 5,00	\$ 0,42
	Alquiler mensual Datafast Dial	\$ 268,80			
	SUBTOTAL	\$ 758,80		\$ 150,20	\$ 12,52
	Mobiliario				
	Mostrador	\$ 130,00	10%	\$ 13,00	\$ 1,08
	Barra	\$ 75,00	10%	\$ 7,50	\$ 0,63
	Sillas	\$ 880,00	10%	\$ 88,00	\$ 7,33
Plantas en maceta	\$ 10,00	10%	\$ 1,00	\$ 0,08	
SUBTOTAL	\$ 1.095,00		\$ 109,50	\$ 9,13	
Equipo de servicio					
Sistema de seguridad	\$ 40,00	33%	\$ 13,20	\$ 1,10	
SUBTOTAL	\$ 40,00		\$ 13,20	\$ 1,10	
SERVICIO	Cubertería				
	Juego cubiertos (cucharita, cuchara, tenedor y cuchillo) set 6 personas	\$ 50,00	10%	\$ 5,00	\$ 0,42
	SUBTOTAL	\$ 50,00		\$ 5,00	\$ 0,42
	Cristalería				
	Jarra de vidrio	\$ 5,00	20%	\$ 1,00	\$ 0,08
	Vasos	\$ 24,90	50%	\$ 12,45	\$ 1,04
	SUBTOTAL	\$ 29,90		\$ 13,45	\$ 1,12
	Vajilla				
	Tazas (celeste y verde)	\$ 33,00	20%	\$ 6,60	\$ 0,55
	Platos grandes (celeste y amarillo)	\$ 150,00	20%	\$ 30,00	\$ 2,50
Plato cevichero	\$ 60,00	20%	\$ 12,00	\$ 1,00	
SUBTOTAL	\$ 243,00		\$ 48,60	\$ 4,05	
PRODUCCIÓN	Mobiliario				
	Mueble organizador	\$ 150,00	10%	\$ 15,00	\$ 1,25
	Gavetas	\$ 40,00	20%	\$ 8,00	\$ 0,67
	SUBTOTAL	\$ 190,00		\$ 23,00	\$ 1,92
	Equipo				
	Licuadora	\$ 42,00	10%	\$ 4,20	\$ 0,35
	Cocina varios servicios (4 quemadores)	\$ 700,00	10%	\$ 70,00	\$ 5,83
	Cilindro de gas industrial	\$ 39,00	10%	\$ 3,90	\$ 0,33
	Campana extractora	\$ 100,00	10%	\$ 10,00	\$ 0,83
	Batidora con pedestal	\$ 85,00	10%	\$ 8,50	\$ 0,71
Refrigerador	\$ 780,00	10%	\$ 78,00	\$ 6,50	
Congelador	\$ 900,00	10%	\$ 90,00	\$ 7,50	
Cafetera moka 6 tazas	\$ 11,00	10%	\$ 1,10	\$ 0,09	
SUBTOTAL	\$ 2.657,00		\$ 265,70	\$ 22,14	
Menaje de producción					
Cuchillos pequeños	\$ 12,00	20%	\$ 2,40	\$ 0,20	
Cuchillos grandes	\$ 16,00	20%	\$ 3,20	\$ 0,27	
Puntilla	\$ 5,56	20%	\$ 1,11	\$ 0,09	
Rallador	\$ 5,00	20%	\$ 1,00	\$ 0,08	
Pelador	\$ 6,72	20%	\$ 1,34	\$ 0,11	
Bowls con tapa varios tamaños	\$ 12,00	20%	\$ 2,40	\$ 0,20	
Batidor de mano	\$ 8,38	20%	\$ 1,68	\$ 0,14	
Espátula de calor + brocha	\$ 6,00	20%	\$ 1,20	\$ 0,10	
Espumadera	\$ 12,94	20%	\$ 2,59	\$ 0,22	
Colador de metal	\$ 22,00	20%	\$ 4,40	\$ 0,37	
Rodillo	\$ 10,00	20%	\$ 2,00	\$ 0,17	
Tablas de picar (amarilla, verde y blanca)	\$ 3,00	20%	\$ 0,60	\$ 0,05	
Tablas de picar roja, celeste, café)	\$ 30,00	20%	\$ 6,00	\$ 0,50	
Cucharón	\$ 3,00	20%	\$ 0,60	\$ 0,05	
Chuspero	\$ 5,00	20%	\$ 1,00	\$ 0,08	
Chuspa	\$ 2,00	20%	\$ 0,40	\$ 0,03	
Tamalera	\$ 81,00	20%	\$ 16,20	\$ 1,35	
Molino manual	\$ 26,00	20%	\$ 5,20	\$ 0,43	
Balanza	\$ 30,00	20%	\$ 6,00	\$ 0,50	
Juego de ollas (set x5 diferentes tamaños)	\$ 23,00	20%	\$ 4,60	\$ 0,38	
Juego de sartenes (set x3 diferentes tamaños)	\$ 17,00	20%	\$ 3,40	\$ 0,28	
Lineas	\$ 30,00	20%	\$ 6,00	\$ 0,50	
SUBTOTAL	\$ 366,60		\$ 73,32	\$ 6,11	
Uniformes del personal					
Chaqueta para cocina	\$ 80,00	50%	\$ 40,00	\$ 3,33	
Pantalón para cocina	\$ 90,00	50%	\$ 45,00	\$ 3,75	
Camiseta estampada para servicio	\$ 60,00	50%	\$ 30,00	\$ 2,50	
Delantal servicio	\$ 50,00	50%	\$ 25,00	\$ 2,08	
Delantal cocina	\$ 100,00	50%	\$ 50,00	\$ 4,17	
Malla para el cabello (caja x100)	\$ 22,00	50%	\$ 11,00	\$ 0,92	
SUBTOTAL	\$ 402,00		\$ 201,00	\$ 16,75	
ACTIVO DIFERIDO					
Publicidad pre apertura					
Rótulo	\$ 12,00	20%	\$ 2,40	\$ 0,20	
Carta pared	\$ 10,00	20%	\$ 2,00	\$ 0,17	
Tarjetas de consumo	\$ 15,00				
Tarjetas de presentación	\$ 15,00				
Diseño y bordado sello en uniformes	\$ 60,00	10%	\$ 6,00	\$ 0,50	
Diseño e impresión logo para empaques	\$ 30,00	10%	\$ 3,00	\$ 0,25	
SUBTOTAL	\$ 142,00		\$ 13,40	\$ 1,12	

Fuente: Elaboración propia

3.7.4. Estados financieros proyectados

- **Estado de resultados**

En la tabla 59 se presentan los costos, gastos, ingresos y cómo se van obteniendo las respectivas utilidades. La depreciación del año 1 y 2 son diferentes en comparación al resto de años. Lo que sucede es que para el año 2 los vasos de cristal y los uniformes del personal se vuelven a comprar ya que por su uso diario estas cosas se desgastan más rápido o se llegan a romper en el caso de los vasos. Para el año 3 se vuelven a comprar la computadora y el sistema de seguridad, pero si es que estos estuvieran en perfecto estado, mejor se invertiría en actualizaciones o mejoras para los dos dispositivos electrónicos. Para el año 5 se volverá a comprar o a mejorar, reparar o actualizar (si es el caso) las jarras de vidrio, toda la vajilla, las gavetas, el menaje de producción, el rótulo y la carta de la pared de adentro de la cafetería.

La utilidad neta para el año 1 es del 8% en función de los ingresos del año 1, hasta el año 3 sigue siendo del 8%, para el año 4 ya es del 9% y para el año 5 es del 17% porque para ese año ya no hay deuda que pagar por concepto del crédito financiero.

Tabla 59
Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	TIEMPO (AÑOS)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 67.122	\$ 69.014	\$ 70.959	\$ 72.959	\$ 75.015
COSTOS DE VENTAS	\$ 28.053	\$ 29.232	\$ 30.016	\$ 30.832	\$ 31.680
Materia Prima	\$ 14.064	\$ 14.716	\$ 15.398	\$ 16.112	\$ 16.859
Salarios personal operativo (MOD)	\$ 13.989	\$ 14.516	\$ 14.618	\$ 14.720	\$ 14.821
UTILIDAD BRUTA	\$ 39.069	\$ 39.782	\$ 40.943	\$ 42.127	\$ 43.335
Gastos Administrativos	\$ 8.308	\$ 8.619	\$ 8.719	\$ 8.820	\$ 8.924
Salarios de Gerencia (MOI)	\$ 6.995	\$ 7.258	\$ 7.309	\$ 7.360	\$ 7.411
Gastos de constitución	\$ 333	\$ 345	\$ 357	\$ 370	\$ 383
Suministros de limpieza	\$ 833	\$ 863	\$ 894	\$ 926	\$ 959
Suministros de oficina	\$ 148	\$ 153	\$ 159	\$ 165	\$ 171
Gastos de Ventas	\$ 431	\$ 354	\$ 370	\$ 386	\$ 404
Publicidad	\$ 142	\$ 52	\$ 54	\$ 56	\$ 58
Suministros de ventas	\$ 289	\$ 302	\$ 316	\$ 331	\$ 346
Gastos Operativos	\$ 14.496	\$ 15.053	\$ 15.641	\$ 16.251	\$ 16.886
Arriendo	\$ 2.600	\$ 2.694	\$ 2.791	\$ 2.891	\$ 2.995
Servicios básicos	\$ 3.110	\$ 3.254	\$ 3.405	\$ 3.563	\$ 3.728
Mantenimiento instalaciones (3%)	\$ 2.678	\$ 2.774	\$ 2.874	\$ 2.978	\$ 3.085
Mobiliario administración	\$ 35	\$ 36	\$ 38	\$ 39	\$ 40
Equipo de oficina	\$ 759	\$ 786	\$ 823	\$ 861	\$ 901
Mobiliario servicio	\$ 1.320	\$ 1.368	\$ 1.417	\$ 1.468	\$ 1.521
Equipo de servicio	\$ 40	\$ 41	\$ 43	\$ 44	\$ 46
Cuartería	\$ 50	\$ 52	\$ 55	\$ 57	\$ 60
Cristalería	\$ 30	\$ 31	\$ 33	\$ 34	\$ 36
Vajilla	\$ 243	\$ 254	\$ 266	\$ 278	\$ 291
Mobiliario de producción	\$ 190	\$ 197	\$ 204	\$ 211	\$ 219
Equipo de producción	\$ 2.657	\$ 2.753	\$ 2.852	\$ 2.954	\$ 3.061
Menaje de producción	\$ 367	\$ 380	\$ 393	\$ 408	\$ 422
Uniformes del personal	\$ 402	\$ 416	\$ 431	\$ 447	\$ 463
Suministros de producción	\$ 15	\$ 16	\$ 17	\$ 17	\$ 18
Depreciaciones	\$ 916	\$ 703	\$ 545	\$ 545	\$ 409
Total Gastos	\$ 24.151	\$ 24.729	\$ 25.274	\$ 26.003	\$ 26.623
Utilidad Operacional (UAI)	\$ 14.918	\$ 15.053	\$ 15.669	\$ 16.125	\$ 16.712
Amortización del crédito bancario	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721
Utilidad Antes de PT e impuestos	\$ 6.197	\$ 6.332	\$ 6.948	\$ 7.403	\$ 16.712
Participación de Trabajadores (15%)	\$ 930	\$ 950	\$ 1.042	\$ 1.110	\$ 2.507
Impuesto a la Renta (10%)					\$ 1.671
UTILIDAD NETA	\$ 5.267	\$ 5.382	\$ 5.906	\$ 6.293	\$ 12.534
INDICADOR DE UTILIDAD NETA	8%	8%	8%	9%	17%

Fuente: Elaboración propia

- **Balance general**

El balance general muestra la situación económica de una organización, en un periodo determinado a la vez, es decir no demuestra la variación que puede existir entre periodo y periodo en un mismo balance. Pero sí se puede comparar el balance de un periodo con otro. Este estado financiero indica los activos, pasivos y patrimonio (Sevilla, 2014).

En la tabla 60, la cafetería cuenta con activos por un valor \$ 51 078, son todos los bienes que tiene la organización, en pasivo se tiene una deuda de \$ 28 121 por concepto del crédito a la cooperativa. Y el patrimonio comprende \$ 22 957 que corresponde al aporte de los socios hacia la organización, lo que permite financiar ciertos activos.

Tabla 60
Balance general

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 41.591	PASIVO CORRIENTE	
Capital de Trabajo	\$ 41.591		
ACTIVO FIJO	\$ 9.012	PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 28.121
Suministros de oficina y varios	\$ 452		
Mobiliario (de las 3 áreas)	\$ 1.335	PRÉSTAMO	\$ 28.121
Equipo (de las 3 áreas)	\$ 3.456		
Menaje producción	\$ 367	PATRIMONIO	\$ 22.957
Cubertería	\$ 50		
Cristalería	\$ 30		
Vajilla	\$ 243		
Uniformes personal	\$ 402	CAPITAL SOCIAL	\$ 22.957
Mantenimiento instalaciones 3%	\$ 2.678		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 475		
Gastos de constitución	\$ 333		
Publicidad	\$ 142		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 51.078	TOTAL DE PASIVO	\$ 51.078

Fuente: Elaboración propia

3.7.5. Evaluación financiera

- **Flujo de caja neto**

A través del flujo de caja se puede entender a breves rasgos el estado de una empresa. Mide la solvencia de una organización basándose si el flujo de caja neto es positivo o negativo, si sucede el primer caso significa que los egresos son menores a los ingresos, si por otra parte sucede el segundo caso, ha habido más gastos que ventas (Kiziryan, 2015).

Un flujo de caja es necesario para utilizar los resultados en calcular el VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno) (Kiziryan, 2015).

El flujo de caja de la cafetería, en la tabla 61, presenta valores positivos, por lo que se determina que la propuesta de pre factibilidad tendría solvencia.

Tabla 61
Flujo de caja neto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES						
ACTIVOS FIJOS	\$ 9.012					
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 475					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 41.591					
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 51.078					
FLUJO DE CAJA INICIAL (SALDO INICIAL)		-\$ 51.078	\$ 5.267	\$ 5.382	\$ 5.906	\$ 6.293
INGRESOS						
	Ventas	\$ 67.122	\$ 69.014	\$ 70.959	\$ 72.959	\$ 75.015
	Otras ventas					
TOTAL INGRESOS		\$ 67.122	\$ 69.014	\$ 70.959	\$ 72.959	\$ 75.015
EGRESOS						
Materia prima	\$	14.064	\$ 14.716	\$ 15.398	\$ 16.112	\$ 16.859
Servicios básicos	\$	3.110	\$ 3.254	\$ 3.405	\$ 3.563	\$ 3.728
Arriendo	\$	2.600	\$ 2.694	\$ 2.791	\$ 2.891	\$ 2.995
Suministros de producción	\$	15	\$ 16	\$ 17	\$ 17	\$ 18
Suministros de limpieza	\$	833	\$ 863	\$ 894	\$ 926	\$ 959
Suministros de oficina	\$	148	\$ 153	\$ 159	\$ 165	\$ 171
Sueldos personal	\$	20.984	\$ 21.774	\$ 21.927	\$ 22.079	\$ 22.232
Publicidad	\$	142	\$ 52	\$ 54	\$ 56	\$ 58
Suministros de ventas	\$	289	\$ 302	\$ 316	\$ 331	\$ 346
Gastos de constitución	\$	333	\$ 345	\$ 357	\$ 370	\$ 383
Gasto financiero	\$	8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	
Mantenimiento instalaciones (3%)	\$	2.678	\$ 2.774	\$ 2.874	\$ 2.978	\$ 3.085
Depreciación	\$	916	\$ 703	\$ 545	\$ 545	\$ 409
TOTAL EGRESOS		\$ 54.833	\$ 56.367	\$ 57.457	\$ 58.754	\$ 51.244
(=) Utilidad Operacional antes de impuestos		\$ 14.918	\$ 15.053	\$ 15.669	\$ 16.125	\$ 16.712
(-) 15% REPARTO TRABAJADORES		\$ 930	\$ 950	\$ 1.042	\$ 1.110	\$ 2.507
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 6.197	\$ 6.332	\$ 6.948	\$ 7.403	\$ 16.712
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.671
UTILIDAD NETA		\$ 5.267	\$ 5.382	\$ 5.906	\$ 6.293	\$ 12.534
FLUJO DE CAJA FINAL (SALDO EN CAJA)		-\$ 51.078	\$ 5.267	\$ 5.382	\$ 5.906	\$ 6.293
FLUJO DE CAJA NETO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDA NETA		\$ 5.267	\$ 5.382	\$ 5.906	\$ 6.293	\$ 12.534
(+) GASTOS DE DEPRECIACIÓN	\$	916	\$ 703	\$ 545	\$ 545	\$ 409
(+) GASTOS DE AMORTIZACIÓN	\$	8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ 8.721	\$ -
FLUJO NETO		\$ 14.905	\$ 14.806	\$ 15.172	\$ 15.559	\$ 12.943

Fuente: Elaboración propia

- **VAN (Valor Actual Neto)**

Es una herramienta que permite evaluar la viabilidad de un proyecto. Consiste en presentar la inversión inicial y los valores del flujo neto proyectados de forma futura (Brun, s.f.). El resultado de este mecanismo se presenta en dólares (según el territorio se presentará en la moneda local), si es un valor positivo, quiere decir que el proyecto es viable, si es igual a cero se le considera indistinto, si tiene un resultado negativo no es rentable y preferible no invertir en dicho proyecto.

Para el cálculo del VAN, en la tabla 62, se necesita los flujos netos obtenidos del flujo de caja. En el año 0 se coloca el valor de la inversión inicial con símbolo negativo porque denota que es un monto que sale para poder invertir en todos los bienes necesarios para que funcione la cafetería. Del año 1 al 5 se coloca los flujos netos según corresponda en cada año.

Tabla 62
VAN (Valor Actual Neto)

AÑO	FLUJO
0	-\$51.078
1	\$14.905
2	\$14.806
3	\$15.172
4	\$15.559
5	\$12.943

Fuente: Elaboración propia

La siguiente fórmula se propone por Morales (2014), de la cual se explican cada uno de sus componentes a continuación:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Dónde:

I₀: inversión inicial

F₁, F₂, F₃, F_n: flujos de dinero

n: número de periodos del proyecto

k: tipo de interés exigido al proyecto, tipo de descuento o tasa de rentabilidad exigida (Morales, 2014).

Para la variable 'k', se usó la tasa de interés que propuso la Cooperativa en lo que se solicitó el crédito, esta tasa es del 11%.

De allí, se reemplazan los valores en la fórmula y se va desarrollando de la siguiente manera:

$$VAN = -\$51\,078 + \frac{\$14\,905}{1+0,11} + \frac{\$14\,806}{(1+0,11)^2} + \frac{\$15\,172}{(1+0,11)^3} + \frac{\$15\,559}{(1+0,11)^4} + \frac{\$12\,943}{(1+0,11)^5}$$

$$VAN = -\$51\,078 + \$13\,428 + \$12\,017 + \$11\,093 + \$10\,249 + \$7\,681$$

$$VAN = \$3\,391$$

- **TIR (Tasa Interna de Retorno)**

Es la tasa máxima a la que es factible endeudarse para financiar un proyecto (González, 2019). El resultado de la TIR se debe comparar con la variable 'k' que se mencionó en la fórmula del VAN. Si la tasa de la TIR es mayor a 'k' el proyecto es rentable, si la tasa de la TIR es menor que 'k', el proyecto no es viable y si las dos tasas son iguales un inversionista sí podría aceptar el proyecto.

Para el cálculo de la TIR, en la tabla 63, nuevamente se toma en cuenta los flujos netos obtenidos en el flujo de caja de la cafetería.

Tabla 63*TIR (Tasa Interna de Retorno)*

AÑO	FLUJO
0	-\$51.078
1	\$14.905
2	\$14.806
3	\$15.172
4	\$15.559
5	\$12.943

Fuente: Elaboración propia

Y mediante una fórmula de Excel, se selecciona los flujos desde el año 0 hasta el año 5 y se da *enter*.

TIR (tasa)	14%
TIR (tasa)	<code>=+TIR(D85:D90)</code>

- **Punto de equilibrio**

Se calcula para determinar en qué momento las ventas de la organización cubren los costos fijos y los costos variables, es decir, cuándo se vende lo mismo que se gasta, no hay una ganancia ni una pérdida (Contreras, 2021).

Para la cafetería, según la tabla 64, el punto de equilibrio se alcanza cuando se venden \$ 49 996, los valores por encima de dicho monto representan ganancias. Esto se determina a través de la fórmula que se describe a continuación:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}\right)}$$

Dónde:

Costos fijos: valor de costos y gastos en \$**Costos variables:** valor de materia prima en \$**Ventas:** valor en \$

Para la propuesta los costos fijos son; servicios básicos, arriendo, suministros varios (producción, limpieza, oficina y ventas), sueldos personal, publicidad, gastos financieros y mantenimiento instalaciones 3%.

Se reemplaza los datos en la fórmula y se obtiene el punto de equilibrio.

Tabla 64*Punto de equilibrio*

Costos Fijos	\$	39.520
Costos Variables	\$	14.064
Ventas	\$	67.122
P. Equilibrio en \$	\$	49.996

Fuente: Elaboración propia

- **Periodo de Recuperación del Capital (PRC)**

Mide en cuánto tiempo se va a recuperar la inversión de un proyecto, se puede conocer el tiempo en años, meses y días. El inconveniente con este indicador es que no considera el valor del dinero en el tiempo, es decir no toma en cuenta la posible inflación o deflación que podría suceder en cualquier periodo.

Para el cálculo de este indicador para la cafetería, como señala la tabla 65, se utilizó la inversión del proyecto y los flujos del flujo de caja. A partir de esto se determinó el flujo acumulado de cada año. En el año 1 el flujo acumulado es el mismo al flujo inicial. Para el año 2 se suma el flujo inicial de ese año más el flujo acumulado del año anterior, el cálculo para el resto de años se realiza de la misma manera.

Tabla 65

Periodo de recuperación del capital (Cálculo de flujos acumulados)

AÑO	FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ -51.078	
1	\$ 14.905	\$ 14.905
2	\$ 14.806	\$ 29.712
3	\$ 15.172	\$ 44.883
4	\$ 15.559	\$ 60.442
5	\$ 12.943	\$ 73.385

Fuente: Elaboración propia

Para calcular el periodo de retorno de la inversión, como se indica en la tabla 66, a simple vista se puede evidenciar que en los flujos acumulados del año 3 y 4 ya se puede recuperar la inversión de \$ 51 078, de todas maneras, se utiliza una fórmula para determinar con mayor exactitud el indicador. Se toma el año inferior en que da paso a que se recupere la inversión, se suma con la inversión del proyecto que es \$51 078 y se multiplica por menos 1 para que se vuelva un valor positivo, esto se resta para el flujo acumulado del año 3 y luego todo eso se divide para el flujo inicial del siguiente año en que ya se recupera la inversión.

Tabla 66

Periodo de recuperación del capital

AÑO	FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ -51.078	
1	\$ 14.905	\$ 14.905
2	\$ 14.806	\$ 29.712
3	\$ 15.172	\$ 44.883
4	\$ 15.559	\$ 60.442
5	\$ 12.943	\$ 73.385

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

$$PRC = \frac{=+J14+(((K11*-1)-L14)/K15)}$$

Fuente: Elaboración propia

La inversión inicial se recuperará en 3 años, 4 meses y 23 días. Para determinar los meses se debe restar el entero de los 3,40, es decir queda 0,40, y esto se multiplica por 12. Para conocer los días se quita el entero a la respuesta de los meses y se multiplica por 30 días.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

PRC = 3,40

3 años 4 meses y 23 días

- **Relación costo beneficio (R C/B)**

Este indicador mide la relación que hay entre los costos de un proyecto y los beneficios que se puede obtener de este, en sí, mide el índice de rentabilidad (Rodrigues, 2021).

Para conocer este índice para la cafetería, nuevamente se toma la inversión inicial del proyecto y los flujos netos del flujo de caja. Para determinar el flujo neto de caja consolidado de cada año, se debe utilizar una fórmula de Excel que en la tabla 67 se explica.

Se toma el flujo neto del año que se está calculando, se divide para la suma de la variable 1 más la tasa de interés que se usó para calcular el VAN y la TIR, que es del 11%, esto se eleva para el año que se está calculando y así se determina el flujo neto de caja consolidado para cada año.

Tabla 67

Relación costo beneficio (Cálculo de flujo consolidado)

COSTO BENEFICIO		
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO DE CAJA CONSOLIDADO
0	-\$51.078	
1	\$14.905	\$13.428
2	\$14.806	\$12.017
3	\$15.172	\$11.093
4	\$15.559	\$10.249
5	\$12.943	\$7.681
TOTAL		\$54.469

0	-\$51.078	
1	\$14	=C13/((1+0,11)^B13)
2	\$14.806	\$12.017

Obtenido eso, se suma todos los flujos obtenidos, dando un resultado de \$ 54 469 y se procede a obtener el índice de costo/beneficio usando otra fórmula como se determina en la tabla 68. Se divide la suma de los flujos obtenidos para la inversión inicial del proyecto, esto se multiplica por menos 1 para que el resultado salga positivo. Entonces según el resultado, si es un valor mayor a 1 el proyecto es rentable, si es igual a 1, resulta indiferente y si es menor a 1 no es

rentable. Según los resultados obtenidos, por cada dólar que se invierte devuelve 7 centavos de utilidad.

Tabla 68
Relación costo beneficio

COSTO BENEFICIO		
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO DE CAJA CONSOLIDADO
0	-\$51.078	
1	\$14.905	\$13.428
2	\$14.806	\$12.017
3	\$15.172	\$11.093
4	\$15.559	\$10.249
5	\$12.943	\$7.681
TOTAL		\$54.469

Razón C/B	$=+(D18/C12)*-1$
-----------	------------------

Razón C/B	1,07
------------------	-------------

CONCLUSIONES

Se concluye que la propuesta de pre factibilidad de crear una cafetería que oferte envueltos ecuatorianos en el barrio La Floresta es rentable y que se puede obtener utilidad. Esto porque distintos indicadores en el estudio financiero lo demuestran. El indicador de relacionar el costo versus el beneficio señala que por cada dólar que se invierte en la cafetería, existirá 7 centavos de utilidad. También se evidencia en el estado de resultados, que en cada año se puede obtener una utilidad que va desde el 8% en el año 1 hasta el 17% en el año 5. El VAN también demostró que el proyecto es viable, porque se obtuvo un valor monetario positivo y en cuanto a la TIR de 14%, indicó que es factible el proyecto y que como indicador máximo, los accionistas pueden endeudarse hasta ese porcentaje.

El problema en este proyecto de pre factibilidad consistía en que los pobladores en el Ecuador daban más acogida y aceptación a ciertos envueltos muy conocidos y distribuidos en varios puntos del territorio nacional, como la humita, el quimbolito y el tamal, y que por distintas motivaciones con el pasar del tiempo, se había dejado de consumir otro tipo de envueltos a los mencionados. Se pretendía saber si en La Floresta habría acogida y sería rentable establecer una cafetería de envueltos conocidos y no conocidos. Se puede concluir que existe la posibilidad de dar solución al planteamiento del problema de este estudio, ya que luego de haber aplicado las encuestas se determinó en un 39% el porcentaje de aceptación de colocar una cafetería en La Floresta que

aparte de ofertar envueltos convencionales, también incluya los no convencionales (chigüil, maito, bollo, hayaca, emborrajado, corviche y tonga).

Se determina también que la población de La Floresta no acepta al 100% que al mercado de alimentos y bebidas de la zona ingresen nuevas propuestas gastronómicas, o propuestas que traigan al presente antiguas costumbres gastronómicas del Ecuador. Esto en función de los resultados obtenidos durante las encuestas, ya que de 12 envueltos no convencionales, solamente 8 resultaron interesantes de consumir por los encuestados. Y aunque tienen una acogida del 67%, el 33% de envueltos restante no son estimados por los pobladores de La Floresta.

Se puede considerar ampliar la oferta gastronómica de la carta de Hoja Verde en cuanto a entradas y bebidas refiere, ya que con el pasar del tiempo los gustos de los consumidores cambian, teniendo en cuenta que las encuestas fueron tomadas en un momento único, específicamente entre el 27 de junio al 15 de julio de 2022.

RECOMENDACIONES

A futuros investigadores, se recomienda estimar los activos fijos que sean estrictamente necesarios para el proceso de producción y/o para la prestación de servicios según la índole del proyecto, en el caso de que este resulte rentable y ya se haya puesto en marcha en la vida real, según los ingresos, poco a poco se pueden ir adquiriendo esos activos que facilitan procesos o que le dan valor de alguna manera a la idea de negocio y se los consideraría como suplementarios.

Como investigador, es importante crear una marca para una idea de negocio para que tanto el cliente interno como el externo, puedan identificar de lo que se trata el establecimiento y lo que oferta, cabe agregar que crear una estructura organizacional sólida hará que se fidelice a los colaboradores y así puedan entregar una mejor atención al público.

A los accionistas que estén interesados en invertir en un proyecto, si este ya es rentable, podría maximizarse la utilidad aplicando distintas metodologías y así obtener mayor beneficio de la inversión.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, M. (1971). Los bosques del Ecuador y sus productos. Editorial Ecuador.
- Acosta, M. (1992). Vademecum de plantas medicinales del Ecuador. Editorial Abya-Yala.
- Aguirre, S. (2014). La Floresta, un barrio que guarda su aire residencial. *El Telégrafo*.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/la-floresta-un-barrio-que-guarda-su-aire-residencial>
- Agustín, C. (2016). El café latinoamericano conquista el mundo. *El Universal*.
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/menu/2016/10/9/el-cafe-latinoamericano-conquista-el-mundo>
- Aislados. (2020). *Vicundos un envuelto tradicional de Carchi*. [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=zXS4k9v5wBc>
- Almeida, N. (1999). La cultura popular en el Ecuador, Loja. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/335>
- Arias, D. (2015). *Diseño arquitectónico de vivienda en alta densidad para la Floresta en Quito*. [Tesis de pregrado, Universidad Internacional SEK].
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/SEK_f6d302e0ca8acad80383797b1b7d4b33
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial 449. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional. (2002). Ley de Turismo. Registro Oficial Suplemento 733.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Asamblea Nacional. (2005). Código del Trabajo. Registro Oficial Suplemento 167.
<https://www.trabajo.gob.ec/>
- Asamblea Nacional. (2006). Ley orgánica de Salud. Registro Oficial Suplemento 423.
<https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>
- Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI. Registro Oficial Suplemento 351.
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020->

04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCI
O%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf

- Asamblea Nacional. (2015). Proyecto De Ley Orgánica De Incentivos Para Asociaciones Público-Privadas Y La Inversión Extranjera. Registro Oficial Suplemento 652.
<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu154940.pdf>
- Asociación Española del Café. (2012). El origen del café. *Aroma de café*.
<https://www.aromadecafe.es/noticias/el-origen-del-cafe>
- Astudillo, C., Naranjo, P., Uzcátegui, E., & Moreno, M. (1985). Boletín de Informaciones Científicas Nacionales. Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión".
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/handle/10469/11863?locale=en>
- Aventuras Culturales. (2017). *Ayampaco*. [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=ggOM6nEn3Lk>
- Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
<https://econforesyproyec.files.wordpress.com/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Balarezo, G. (2015). Estas son las 10 mejores hamburguesas y pizzas de Quito. *El Comercio*.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/mejores-hamburguesas-pizzas-quito-ranking/>
- Baleato, A. (1963). Ciudad de Guayaquil, pueblos de su distrito y estaciones del año. Museo Histórico.
- Bastidas, G. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de comida tradicional bajo el sistema de servicio de reparto a domicilio en la ciudad de Quito*. [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Indoamerica].
<http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/513/1/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20%20Guadalupe%20Bastidas%20FINAL.pdf>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Pearson Educación.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Braun, C. (s.f.). El poder de negociación de los clientes y sus factores más influyentes. *Wedbox*.
<https://www.webdoxclm.com/blog/poder-de-negociacion-de-los-clientes>
- Brun, X. (s.f.). Riesgo del VAN. *elEconomista.es*. <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/riesgo-del-van>

- Cabanilla, E., Lastra, X., Molina, E., Pazmiño, J., & Yáñez, A. (2020). Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito [Encuesta por equipo de investigación de Turismo, Universidad Central del Ecuador]. https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas//LOTAIP%202021/WEB%202021/Perfil_residentes_EC_a_Quito-2019.pdf
- Cámara en Acción. (2013). *El corvique o corviche más grande del mundo asombroso*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EHJLc4ebopw>
- Cámara en Acción. (s.f.). *Preparación de tonga manaba*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=d9IIyD27d8>
- Campillo, J. (2004). *El mono obeso*. Editorial Crítica.
- Campo y Leña. (2021). *Muchines de yuca*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=steFQRlbUaU>
- Canal Uno. (2018). *Mágico Ecuador el ayampaco*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wBN2Y8HJ0Mo>
- Centro de información Café y Salud. (s.f.). Origen documentado. <https://www.cicas.es/cafe/leyendas-3/origen-documentado>
- Cevallos, V. (2022). *Centro cultural de eventos y exposiciones La Floresta–Quito*. [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25423>
- Cevallos-Aráuz, A. (2018). Efectos no esperados del proceso de gentrificación. Barrio La Floresta (Quito). *Bitácora Urbano Territorial*, 28(2), 25-33. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v28n2.70129>
- Clements, R. (1996). *Guía completa de las normas ISO 14000*. Prentice Hall. <https://archive.org/details/completeguidetoi00clem/page/n13/mode/2up>
- Cobo, B. (1890). *Historia del Nuevo Mundo*. Biblioteca de autores españoles. https://www.larramendi.es/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1032008
- Cocina con Damelys. (2020). *Aprende como hacer emborrachados ecuatorianos*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3RSty2oUCNY>
- Contreras, J. (2021). Punto de equilibrio, qué es y cómo calcularlo. *Salesforce*. <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/11/punto-de-equilibrio-que-es-y-como-calcularlo.html>
- Cuevas, FJ. (2004). *Control de Costos y Gastos en Los Restaurantes*. Editorial Limusa
- Cuvi, P. (2001). *Recorrido por los sabores del Ecuador*. NESTLE Ecuador S. A.

- Datosmacro. (2022). Baja el IPC en octubre en Ecuador. *Expansión*.
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>
- De Atienza, L. (1931). La religión del Imperio de los Incas, Vol. I. Escuela Tipográfica Salesiana.
- De La Floresta. (s.f.). Circuito comercial y cultural. *De La Floresta*. <https://delafloresta.com/>
- De Villasante, S. (1965). Relación general de las poblaciones españolas del Perú. Ediciones Atlas.
- Delgado, E. (2011). Tradiciones: la tonga y el bollo. *El Diario*. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/208220-tradiciones-la-tonga-y-el-bollo/>
- Díaz, P., & Salazar, D. (2019). Control de Costos de Alimentos y Bebidas. Quito: Editorial Universitaria UTE.
- Docampo, D. (s.f.). Descripción y relación del estado eclesiástico del obispado de San Francisco de Quito. Ediciones Atlas.
- Dufour, P. (1685). *Traité Nouveaux et Curieux du Cafe', du thé et du Chocolate*.
<https://archive.org/details/traiteznouveauxc00dufo/page/n5/mode/2up>
- Ecuador TV. (2019). *Empanada de viento*. [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=ELgERgbvghU>
- Einzmann, H., & Almeida N. (2001). Recorrido por los sabores del Ecuador, Nestlé
- Estrella, E. (1986). El Pan de América. Etnohistoria de los alimentos aborígenes en el Ecuador, Quito. Editores del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=137226>
- Fernández, G. (1526). Sumario de la Natural Historia de las Indias. Edición Manuel Ballesteros Gaibrois.
- Fernández-Sánchez, L., Cotilla, Z., Rodríguez, J., & Manfugás, J. (2016). Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2), 118-136.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761082>
- Forbes. (2020). Ecuador cierra fronteras y prohíbe llegada de vuelos internacionales. *Forbes Colombia*. <https://forbes.co/2020/03/14/actualidad/ecuador-cierra-fronteras-y-prohibe-llegada-de-vuelos-internacionales/>
- Foromarketing.com. (2022). Productos sustitutivos. En Foromarketing.com. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://www.foromarketing.com/diccionario/productos-sustitutivos/>

- Galeana, O. (s.f.). El cinturón del café, el origen de la calidad del café de especialidad. *El mundo del café*. <https://elmundodelcafe.mx/?p=2895>
- Gobierno del Ecuador. (2020). Evaluación socioeconómica. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/12/Eval-Soc-Econ-10-Dic-ok.pdf>
- González, I. (2019). ¿Qué es y como calcular la TIR (Tasa Interna de Retorno)? *UNIR*. <https://www.unir.net/empresa/revista/como-calcular-tir-tasa-interna-retorno/>
- Google maps. (2022a). [La Floresta]. Recuperado julio, 8 2022 de <https://www.google.com/maps/place/La+Floresta,+Quito/@-0.2132265,-78.4805675,18z/data=!4m5!3m4!1s0x91d59a0fb862eb8f:0x2dc6585d4f20cf41!8m2!3d-0.2096097!4d-78.4851396>
- Google maps. (2022b). [La Floresta, Av. Lérica y calle Pontevedra]. Recuperado julio, 8 2022 de <https://www.google.com.ec/maps/place/La+Floresta,+Quito/@-0.2106807,-78.4856469,20.29z/data=!4m5!3m4!1s0x91d59a0fb862eb8f:0x2dc6585d4f20cf41!8m2!3d-0.2096097!4d-78.4851396?hl=es>
- GoRaymi. (s.f.). Humitas de sal y dulce. GoRaymi. <https://www.goraymi.com/es-ec/carchi/bolivar/recetas/humitas-sal-dulce-adqaxhaot>
- Gran feria artística en La Floresta. (2017). *La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/noticias/gran-feria-artistica-en-la-floresta/>
- Guerrero, A. (2016). Rendimientos de café grano seco en el Ecuador 2016. [Dirección de Análisis y Procesamiento de la Información, Coordinación General del Sistema de Información Nacional, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca]. <https://docplayer.es/29340888-Rendimientos-de-cafe-grano-seco-en-el-ecuador-2016.html>
- Guerrero, L. (2017). Cafetería. En *Enciclopedia*. Recuperado noviembre 05, 2021, de <https://definicion.mx/cafeteria/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hostelería Ecuador. (s.f.). Cómo determinar la capacidad del Restaurante. Hostelería Ecuador. <https://hosteleriaecuador.com/como-determinar-la-capacidad-del-restaurante/>

- Huachichullca, C. (2020). El cuchichaqui, un bocado único. *El Mercurio*.
<https://elmercurio.com.ec/2020/11/15/el-cuchichaqui-un-bocado-unico/>
- Humitas, una delicia en el paladar de los manabitas (2014). *El Diario*.
<https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/326751-humitas-una-delicia-en-el-paladar-de-los-manabitas/>
- Illescas, N. (2021). *Como hacer timbulitos de Cuenca Ecuador*. [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=DTSQNWXQnMg>
- INEC. (2010). Censo de población y vivienda. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- ISO. (s.f.). Los estándares ISO son internacionalmente aceptados por los expertos. Estándares ISO. <https://www.iso.org/standards.html>
- Kiziryan, M. (2015). Flujo de caja. En *Economipedia*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Kotler, P., & Keller K. (2012). Dirección de Marketing. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. Pearson Educación.
- Larousse Cocina, (s.f.). Envuelto. En *Larousse Cocina México*. Recuperado 22 de octubre de 2021, de <https://laroussecocina.mx/palabra/envueltos/>
- Larrea, P. (1970). Ñucanchipa Micuna (Nuestras comidas). Editorial El Conejo.
- Larrea, R. (2015). Secos y envueltos del Ecuador. Editorial El Conejo.
- Las medidas que toma Ecuador, en emergencia sanitaria por coronavirus: cuarentena de pasajeros internacionales, suspensión de clases y eventos masivos. (2020). *El Universo*.
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/12/nota/7778376/coronavirus-ecuador-viaje-restriccion-vuelos-pasajeros-aeropuertos/>
- Leclant, J. (1951). 'Le café et les cafés à Paris. Librairie Armand Colin.
[https://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1951_num_6_1_1900.](https://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1951_num_6_1_1900)'
- Leopold, L., Clarke F., Hanshaw, B., & Balsley J. (1971). A procedure for evaluating environmental impact. Geological Survey circular 645.
<https://pubs.usgs.gov/circ/1971/0645/report.pdf>
- López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta C. (s.f.). Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. <https://docplayer.es/11035151->

Estudio-administrativo-un-apoyo-en-la-estructura-organizacional-del-proyecto-de-inversion.html

- MAGAP, (2013). Proyecto de reactivación del café y cacao nacional fino de aroma. Proyecto Viceministerio de Agricultura. <https://www.agricultura.gob.ec/proyecto-de-reactivacion-de-cafe-y-cacao-nacional-fino-de-aroma-realizo-mesa-de-concertacion-de-cafes-especiales-del-ecuador/>
- Martínez, H. (2019). Historias con aroma de café. Editorial Pedro Jorge Vera de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Martínez, J. (1993). La cultural popular en el Ecuador, Azuay. Editorial CIDAP. <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/1373>
- McBurney, M. (2010). *Las cadenas de valor del café orgánico / comercio justo de Intag y su impacto en el desarrollo local*. [Tesis maestría, FLACSO]. <http://hdl.handle.net/10469/3928>
- Melendez, J. (2011). *Preparación del maito, receta tradicional. Sarayacu, Lago Agrio. Ecuador*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UO8N2iEGjSc>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). Ecuador culinario, saberes y sabores. <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Ecuador-Culinario.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Registro Oficial 575. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). Protocolo general de medidas de bioseguridad para establecimientos de alimentos y bebidas: restaurantes y cafeterías, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19. <https://amevirtual.gob.ec/protocolo-general-de-medidas-de-bioseguridad-para-establecimientos-de-alimentos-y-bebidas-restaurantes-y-cafeterias-al-momento-de-su-reapertura-en-el-contexto-de-la-emergencia-sanitaria-por-covid-1/>
- Miranda García Delicias Ecuatorianas. (2021a). *Empanadas de Morocho*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=OD_IqOMpeSU
- Miranda García Delicias Ecuatorianas. (2021b). *Empanadas de Verde les compartiré todos los tips para que no les vuelvan a fallar*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EjyqsVKn8h4>
- Miranda García Delicias Ecuatorianas. (2021c). *Bolón de plátano con maní*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=n5erZaWTh7Y>

- Miranda, U., & Acosta, Z. (2008). Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa. DGPP.
<https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>
- Montalvo, J. (1987). Las Catilnarias. Ediciones Sesquicentenario il Convención Nacional.
- Morales, V. (2014). Valor actual neto (VAN). En *Economipedia.com* Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Moreno, R. (2014). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. Edición Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (IIMV)
- Moreno, S. (2008). La cultura popular en el Ecuador, Bolívar. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/160>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2007). Ordenanza Metropolitana 0213.
<http://www.amt.gob.ec/files/AMT-Ordenanza-213.pdf>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2012). Ordenanza Metropolitana 0236.
[http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Concejo%20Abierto/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES/MUNICIPAL%20\(236\)/MUNICIPAL_0236_704.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Concejo%20Abierto/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES/MUNICIPAL%20(236)/MUNICIPAL_0236_704.pdf)
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2015). Política O1. Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
<https://www.quito.gob.ec/documents/PMDOT.pdf>
- Naciones Unidas. (2019a). 8 Trabajo decente y crecimiento económico. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Naciones Unidas. (2019b). 12 Producción y consumo responsables. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Naranjo, M. (2002). La cultura popular en el Ecuador, Imbabura. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/336>
- Naranjo, M. (2004a). La cultura popular en el Ecuador, Chimborazo. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/894>
- Naranjo, M. (2004b). La cultura popular en el Ecuador, Los Ríos. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/158>

- Naranjo, M. (2005). La cultura popular en el Ecuador, Carchi. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/159/1/Tomo%20XII%20Carchi.pdf>
- Naranjo, M. (2007). La cultura popular en el Ecuador, Pichincha. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/161/3/Pichincha%20XV%20completa.pdf>
- Naranjo, M. (2010). La cultura popular en el Ecuador, Manabí. CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/334>
- O. Fried, M. (1986). Comidas del Ecuador. Recetas tradicionales para gente de hoy.
- Obiol, A. (2005). Aromas colores y sabores de un nuevo Ecuador.
- Olivas, R. (2006). La cocina de los Incas Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- OMS. (2019). Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19)
<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>
- ONU. (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y el Desarrollo.
<https://undocs.org/es/A/42/427>
- Osterwalder A., & Pigneur Y. (2010). Business Model Generation. Editorial Centro Libros.
- Pazos Barrera, J. (2008). El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña. Edición Alfonso Ortiz Crespo. <https://docplayer.es/18760166-El-sabor-de-la-memoria-historia-de-la-cocina-quitena.html>
- Peñaloza, M. (2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. Actualidad Contable Faces, 8(10),71-81. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701007>
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). *El Conocimiento del Mercado: análisis de Clientes, Intermediarios y Competidores*. [Tesis de maestría, EOI Escuela de Negocios].
[file:///C:/Users/nancy/Downloads/componente45087%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/nancy/Downloads/componente45087%20(1).pdf)
- Quiroa, M. (2019). Poder de negociación de los proveedores. En *Economipedia.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/poder-de-negociacion-de-los-proveedores.html>
- Quiroa, M. (2020a). Planificación estratégica. En *Economipedia.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/planificacion-estrategica.html>

- Quiroa, M. (2020b). Competencia directa. En *Economipedia.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/competencia-directa.html>
- Quiroa, M. (2020c). Competencia indirecta. En *Economipedia.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/competencia-indirecta.html>
- Radio Pichincha. (2022). Universidades en Quito toman con calma el regreso a clases presenciales. *Radio Pichincha*. <https://www.radiopichincha.com/universidades-en-quito-toman-con-calma-el-regreso-a-clases-presenciales/#:~:text=Este%20criterio%20tambi%C3%A9n%20lo%20comparte,excepciones%20para%20aquellas%20asignaturas%20pr%C3%A1cticas>
- Real Academia Española. (Actualización 2020a). Tradición. En *Diccionario de la lengua española* [versión 23.4 en línea]. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/tradición>
- Real Academia Española. (Actualización 2020b). Cafetería. En *Diccionario de la lengua española* [versión 23.4 en línea]. Recuperado el 6 de agosto de 2021, de <https://dle.rae.es/cafeter%C3%ADa?m=form>
- Real Academia Española. (Actualización 2021a). Condominio. En *Diccionario de la lengua española* [versión 23.5 en línea]. Recuperado 1 de abril de 2022, de <https://www.rae.es/tdhle/condumio>
- Real Academia Española. (Actualización 2021b). Café. En *Diccionario de la lengua española* [versión 23.5 en línea]. Recuperado 6 de abril de 2022, de <https://dle.rae.es/caf%C3%A9>
- Real Academia Española. (Actualización 2021c). Auspiciar. En *Diccionario de la lengua española* [versión 23.5 en línea]. Recuperado el 25 de marzo de 2022, de <https://dle.rae.es/auspiciar>
- Rebato, E. (2009). Las nuevas culturas alimentarias: globalización vs. etnicidad. *Osasunaz*, 10, 135-147. <https://n9.cl/rwus3f>
- Recalde, D. (2015). *Denominaciones de origen en productos primarios: caso café*. [Tesis maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://hdl.handle.net/10644/4637>
- Recetas el universo.com. (s.f.). Quimbolitos. <https://recetas.eluniverso.com/recetas/quimbolitos/>
- Reinburg, P., De Morgan, J., & Chéron, G. (1923). *Gastronomie équatorienne*. Editorial Société française d'ethnographie.

- Riquelme, R. (2019). ¿Cómo calcular la capacidad del restaurante? *Gastronomía rentable*.
<https://www.gastronomiarentable.com/post/c%C3%B3mo-calculad-la-capacidad-del-restaurante>
- Rodrigues, N. (2021). Cómo realizar un análisis de costo-beneficio paso a paso. *Hubspot*.
<https://blog.hubspot.es/sales/analisis-costo-beneficio>
- Romero, X. (2003). Quito en los ojos de los viajeros. Ediciones Abya-Yala.
- Salazar, C., & Castillo S. (2018). Fundamentos básicos de estadística. Edición Raúl Santiago Del Castillo Galarza.
- Salazar, G., García, F., & Méndez, L. (2019). Análisis del Patrón de Comportamiento del Consumidor de Quito, Ecuador.
- Salazar, J. (2013). *Análisis comparativo de los envueltos de la sierra centro ecuatoriana, características, similitudes y diferencias*. [Tesis de pregrado, Universidad Iberoamericana del Ecuador]. <http://repositorio.unibe.edu.ec/handle/123456789/145>
- Samaniego, G. (s.f.). Preferencias Gastronómicas: El precio de un plato determina la elección y el gusto del consumidor. *Revista Líderes*.
https://especiales.elcomercio.com/2011/11/especial_gastronomia_consumidor/01_preferencias_gastronomicas.html
- Sánchez, J. (2015). Barreras de entrada. En *Economipedia.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html>
- Sapag-Chain, N. (2011). Proyectos de inversión. Pearson Educación de Chile S.A.
- Sapag-Chain, N., Sapag-Chain, R., & Sapag-Puelma JM. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2021). Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025. <https://www.planificacion.gob.ec/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025/>
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (s.f.). SAE y la gestión de la calidad. En *Servicio de Acreditación Ecuatoriano*. <https://www.acreditacion.gob.ec/sae-y-la-gestion-de-la-calidad/>
- Sevilla, A. (2014). Balance general. En *Economipedia.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/balance-de-situacion.html>

- Siete espacios de La Floresta, en Quito, se llenan de arte por sus 100 años. (2017). *El Comercio*.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/lafloresta-murales-arte-aniversario-quito.html>
- Solano, V. (1970). *Obras Escogidas. Clásicos Ariel*.
- Teleamazonas Ecuador. (2021). *El barrio La Floresta fue declarado Patrimonio Cultural Nacional*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=tabf_o_kfm8
- Tulet, J.C. (1993). *Caféiculteurs Latino-Américains: Les Vignerons du Tropique*. Presses Universitaires du Midi. <https://www.jstor.org/stable/40853407>
- Unigarro, C. (2010). *Patrimonio cultural alimentario*. Fondo Editorial Ministerio de Cultura.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=52870>
- Urresta, M. P. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de comida rápida en la Parroquia La Floresta, ciudad de Quito, provincia de Pichincha*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte].
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2894>
- Velasco, J. De. (1946). *Historia del Reino de Quito en la América Meridional*. Editora Casa de la Cultura Ecuatoriana. <http://repositorio.casadelacultura.gob.ec/handle/34000/1333>

ANEXOS

Anexo A

Establecimientos que son considerados competencia indirecta en La Floresta

Establecimiento	Tipo	Productos
El Ajicero	Restaurante	Almuerzos
La Cleta (pizza-bici-café)	Café	Sándwiches, pizzas, cafés
Trattoria (cocina italiana)	Restaurante	Pasta, pizza, café
Enlatados	Bazar-Restaurante	Sándwiches, café
Mia Piadina (Mercato Café)	Café	Café, pasta, pizzas
El rey del Shawarma	Restaurante	Shawarma
HOPS	Restaurante	Almuerzos
Casa Aliso	Restaurante	Almuerzos, parrilladas
KOBE	Restaurante	Sushi, cocina asiática
Chacal Sport	Restaurante	Parrilladas, bebidas
Santo Crepe	Café	Crepes, café
Comida asiática Chef Rui	Restaurante	Cocina asiática
Ceviches de La Rumiñahui	Restaurante	Ceviches, comida de la Costa
Fritadas del Pichincha	Restaurante	Fritada
La cevichería Guayaca	Restaurante	Ceviches, comida de la Costa
La papa clásica	Restaurante	Salchipapas
El Palacio del Jugo	Café	Jugos, helados, sándwiches
Panificadora Bermor	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pasteles, pastas
Panadería La Espiga	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pasteles, pastas
Sushi café	Café	Sushi, bebidas
Todo con papas	Restaurante	Salchipapas
Pinches Tacos	Restaurante	Tacos, enchiladas
Mr. Encebollado	Restaurante	Comida de la Costa
The Power Fast Food	Restaurante	Salchipapas, hamburguesas
Chomp's	Restaurante	Salchipapas, hamburguesas
La Pizza D'Ivonne	Restaurante	Pizzas
Monster Fast Food	Restaurante	Salchipapas, hamburguesas
Tacos y Micheladas del D.F.	Restaurante	Tacos, enchiladas, micheladas
Micheladas	Restaurante	Bebidas, platos fuertes
El Sultán	Restaurante	Cocina árabe
Pipi Waffles	Café	Waffles, café, bebidas
La Terraza	Restaurante	Almuerzos, parrilladas
Nuka Llakta	Café	Tortillas en tiesto, aguas, café
Impia Coffee Grill	Café	Parrilladas, almuerzos, café
Floresta Food	Restaurante	Salchipapas, hamburguesas
Restaurant Esperancita	Restaurante	Almuerzos
La Casa del Buho.	Restaurante	Almuerzos
La Signora del Toledo	Restaurante	Almuerzos
Los cevichochos de la Roca	Restaurante	Cevichochos
Cevichería Madrid	Restaurante	Comida de la Costa
Crepes & Wafless	Café	Crepes, café, helados
D'Pernil	Café	Sándwiches, bebidas
La Causa Restaurante	Restaurante	Almuerzos
Roll-It (Sushi)	Restaurante	Sushi, café
Tharaa	Restaurante	Cocina árabe
Bigotes Pizzería	Restaurante	Pizza, pasta, café
El negro chonero emeecsista	Restaurante	Almuerzos
Koko Riko	Restaurante	Pollo asado
Flamasred Restaurant.	Restaurante	Almuerzos, jugos, parrilladas
Mr. John	Café	Almuerzos, jugos

Los Primos Cevichería	Restaurante	Comida de la Costa
Poliburguer	Restaurante	Salchipapas, hamburguesas
Buho Parrilladas	Restaurante	Almuerzos, jugos, parrilladas
Sweet & Coffee	Café	Café, postres, bebidas
Roko's Fast Food	Restaurante	Salchipapas, hamburguesas
Panadería Arenas	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pasteles, pastas
Quina	Restaurante	Almuerzos, jugos
Chifa FU KE LA	Restaurante	Almuerzos, chaulafán, arroces
Almuerzos Mariscos	Restaurante	Comida de la Costa
Salón de comida Moncerrate	Restaurante	Almuerzos, jugos
Almuerzos	Restaurante	Almuerzos
Brasa y Pollo	Restaurante	Pollo asado
Los auténticos motes de la Floresta	Restaurante	Motes
GUS	Restaurante	Pollo asado
Heladería Razu	Café	Helados, café, sándwiches
Restaurante Res-Dei	Restaurante	Almuerzos
Panificadora Ambato	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pasteles, pastas
Marisquería Agua Azul	Restaurante	Comida de la Costa
Restaurante Sabor Latino	Restaurante	Pollo asado
Panificadora Pan Especial	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pastas
Cafetería D'Hojaldre	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pastas, pasteles
Panadería y Pastelería La Espiga	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pastas, pasteles
Pastelería Hermanos Flores	Pastelería	Pasteles
La Aurora	Restaurante	Almuerzos, pinchos
Florestap (pizzas)	Restaurante	Pizzas, café
La Madrid Cafetería	Café	Café, sándwiches, pizzas
PHD Sandwiches	Restaurante	Sándwiches
Jaguar You (Resto-Bar-Stock)	Restaurante-Bar-Stock	Almuerzos, comida vegetariana
Café Cabra Negra	Café	Café, picaditas
Gelato Mix	Café	Helados, café, sándwiches
San Honoré Cafetería	Café	Café, pasteles, pan
Quito Deli	Café	Café, pan, pasteles, pastas
Sports Planet	Restaurante	Sándwiches, hamburguesas, bebidas, alitas
Happy Panda	Restaurante	Comida asiática
Go Green	Restaurante	Comida vegetariana
Taconazo	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
Casa Nuestra (cocina gourmet ecuatoriana)	Restaurante	Cocina ecuatoriana
Pavarotti (cocina mediterránea)	Restaurante	Ensaladas, platos fuertes, pizza
Güero Guey (Taquería)	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
Tributo	Restaurante	Cocina española
Shaman (Cervecería artesanal)	Cervecería artesanal	Cerveza, picaditas
El rey de las menestras	Restaurante	Menestras, parrilladas
RozettA	Restaurante	Cocina española
JAUZ (urban bistro)	Bistro	Bebidas, café, cocina española
La Briciola	Restaurante	Cocina italiana
Osaka	Restaurante	Cocina asiática
Amon Ra (Bar restaurant)	Bar-Restaurante	Cocina egipcia
Chipote Chillón	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
El Hornero	Restaurante	Pizzas, pollo asado
Cadillac	Restaurante	Alitas, hamburguesas, papas
Monique's Bakery	Café	Café, pastas, panes
Yakitori (bar restaurante, sabores asiáticos)	Bar-Restaurante	Cocina asiática
Olmedo (bistro guayaco)	Bistro	Cocina ecuatoriana
Los Bifes de la Vaca	Restaurante	Parrilladas

Café Lab	Café	Café, postres, desayunos
NOE	Restaurante	Sushi
Gourmet Khuyay (Chocofactory and Grill)	Restaurante	Asados, bebidas, dulces
Los tacos del Gordo	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
TOP-TEN	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
Alitas benditas	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
Queso te sirva de experiencia	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
STOP (wings and beer)	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
La Burgatta	Restaurante	Cocina italiana
Segundo Muelle	Restaurante	Cocina peruana
Hunter's	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
La Vieja Europa	Restaurante	Cocina italiana
Georgina Chicago Style Pizza	Restaurante	Pizza, pasta
MM Wings	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
Il Risotto Lounge	Restaurante	Cocina italiana
Lucia's House	Restaurante	Desayunos, hamburguesas, pasta, pizzas
Brot Corp. (cafetería, pastelería)	Cafetería- Pastelería	Pastas, panes, café
Maki Sushi Bar	Restaurante	Sushi
Cafetería Sultana	Cafetería	Café, pan, sándwiches
República del Cacao	Cafetería	Café, pastas, chocolate
Pacari	Cafetería	Café, pastas, chocolate
GQB	Restaurante	Almuerzos
Cafetería Vélez	Cafetería	Café, pan, sándwiches
La Parrilla de Riqui	Restaurante	Parrilladas, micheladas
Las delicias Doña Anita	Restaurante	Almuerzos, asados
La Ñora	Restaurante	Comida de la Costa
Mar y Luna.	Restaurante	Cocina peruana
Floresta brava	Restaurante	Cocina española
Los antojitos de la Floresta	Restaurante	Almuerzos
Nona's Pasta	Restaurante	Pasta, pizza
Panadería Alpina	Cafetería- Panadería	Pan, pastas, pastelería
Literato Cafetería	Cafetería	Café, pasta, pan
Panificadora Bermor	Panadería-Pastelería-Café	Pan, pastas, pastelería
Hamburguesas	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
Salsa Bolón	Restaurante	Comida de la Costa
Over Time	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
Arti Plaza Resto Bar	Restaurante-Bar	Almuerzos
Perro Vago	Restaurante	Hamburguesas, alitas, papas fritas
El Señor Encebollado	Restaurante	Comida de la Costa
Fortunato's	Restaurante	Pasta, Pizza, bebidas
Gastón (panadería)	Panadería-Café	Pan, café, pastelería
La Fábrica	Panadería-Café	Pan, café
Pizza Kraft	Restaurante	Pizza, pastas
La Concha de la Lora	Restaurante	Comida de la Costa
HOPS Craft Beer Pub	Restaurante	Cerveza, picaditas
Cafetería El Quijote	Café	Café, pan, pastelería
La San Marco (cafetería italiana)	Café	Pizza, café
Cafetería Minimarket Super Nacho	Café	Sándwiches, jugos, café
Cafetería Kallari	Café	Café, bebidas, pan
Café Quito Buffet	Café	Desayunos, bebidas, postres
Sweet and Coffee	Café	Postres, bebidas
Restaurante Pollos de la Luz	Restaurante	Pollo asado
Restaurante La Costa	Restaurante	Comida de la Costa
Columbia Steak House	Restaurante	Parrilladas, hamburguesas
Banderas de la Foch	Restaurante	Comida de la Costa

Los Alpes Gelateria	Café	Helados, café, pastas
Sandry	Restaurante	Pollo asado
Yogurt Amazonas	Café	Pan de yuca, yogurt
Papatas	Restaurante	Papas fritas, hamburguesa
Q' tal	Restaurante	Papas fritas, hamburguesa
Todo con papas	Restaurante	Papas fritas, hamburguesa
Tacos y tequila \$1	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
El Taller Cafetería	Café	Café, sándwiches, desayunos
Dona Donis	Café	Donas
Brianita Restaurant	Restaurante	Almuerzos
Sanducheria	Café	Sándwiches, bebidas
Con Maná	Restaurante	Papas fritas, hamburguesas
Te Quiero Verde	Café	Comida de la Costa
Mr. Choclo	Restaurante	Mote
Las Focas Burguer	Restaurante	Papas fritas, hamburguesas
La Sanduchería	Restaurante	Sándwiches, bebidas
Chilly Wings	Restaurante	Papas fritas, hamburguesas, alitas
Las salchis del Kike Jav	Restaurante	Papas fritas, hamburguesas
Casa Warmi	Restaurante	Cocina mestiza (nacional y española)
Make Make	Restaurante	Cocina asiática
El pescador	Restaurante	Comida de la Costa
Botánica, Laboratorio de Café	Café	Café, almuerzos
FPAMAR. Cocina de autor	Restaurante	Cocina española
Hamburguesas de Manuela	Restaurante	Papas fritas, hamburguesas, alitas
Carbón Quiteño	Restaurante	Parrilladas
PUB Sports	Restaurante	Parrilladas, hamburguesas, cerveza
Gatorium Cat Café	Café	Café, pastelería
Bhumi Restaurante vegetariano	Restaurante	Cocina vegetariana
El Pulpo	Restaurante	Comida de la Costa
Salinerito	Café	Quesos, café, chocolate, sándwiches
Donde Gopal. Restaurante vegetariano	Restaurante	Cocina vegetariana
Juachi. Comida típica	Restaurante	Comida ecuatoriana
El Rey del Viche	Restaurante	Comida de la Costa
La Sevillana Food and Drink	Restaurante	Cocina española
Pinchos de la Floresta	Restaurante	Pinchos, hamburguesas, bebidas
Restaurante tres pintas	Restaurante	Almuerzos
La Costeñita	Restaurante	Comida de la Costa
Settimo Mare Restaurante	Restaurante	Cocina italiana
Un pite dulce. Artesanal bakery	Café	Pan, pasteles, café
LAMMHAUS Grill	Restaurante	Parrilladas
Mercado La Floresta	Mercado	Almuerzos, platos típicos
Café Jaru Boutique	Café	Café, pan, pasteles
El sótano Pizza	Restaurante	Pizza, pasta, café
La Plazuela pizzería	Restaurante	Pizza, pasta
Pollos el Politécnico	Restaurante	Pollo asado
Restaurante Andalucía	Restaurante	Cocina española
NOTUN Restaurante Bar	Restaurante-Bar	Cerveza, platos a la carta
Western Pizzería	Restaurante	Pizza, alitas
Formosa Rest. Vegetariano	Restaurante	Cocina vegetariana
7 campanarios	Restaurante	Almuerzos
La casa de Viul	Restaurante	Almuerzos
Sinners micro cervecería	Cervecería	Cerveza, picaditas
Sushi70	Restaurante	Sushi, bebidas
José el Capitán Cangrejo	Restaurante	Cocina de la Costa
Funlab postres con nitrógeno	Café	Bebidas, postres
A la burger	Restaurante	Papas fritas, hamburguesas, alitas
De grano en grano Coffee	Café	Café, pan, picaditas

La vecindad de los cuates	Restaurante	Burritos, tacos, enchiladas
La trattoria italiana	Restaurante	Pasta, pizza, café
Piko y Plaka encebollados	Restaurante	Cocina de la Costa
Abolengo. Tapas y vinos	Restaurante	Picaditas, vino

Fuente: Estudio de campo

Anexo B

Encuesta



SEDE MATRIZ
Calle Rumipamba S/N
entre Bourgeois y Atahualpa

CAMPUS OCCIDENTAL
Avenida Mariscal Sucre S/N
y Mariana de Jesús

ENCUESTA

Gracias por su colaboración, esta encuesta se aplica con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de los consumidores sobre los productos o servicios que puede ofrecer una cafetería especializada en envueltos ecuatorianos ubicada en el sector de La Floresta.
Los datos que proporcione serán tratados de forma confidencial dentro de la globalidad del estudio.

Tiempo estimados 3 minutos

PERFIL DEL CLIENTE

1. ¿Cuál es su sexo?

- Hombre
 Mujer
 No deseo contestar esta pregunta

2.- Identifique su rango edad:

- De 20 a 25 años
 De 26 a 30 años
 De 31 a 35 años
 De 36 a 40 años
 De 41 a 45 años
 De 46 a 50 años
 De 51 a 55 años
 Más de 56 años

3.- ¿Cuál es su último nivel de estudios?

- Educación (general básico)
 Bachillerato
 Educación superior (Nivel Técnico)
 Educación superior (Tercer nivel de grado)
 Educación Superior (Cuarto nivel posgrado)
 Ninguno

4.- ¿Cuál es su ocupación laboral actual?

- Estudiante
 Empleado sector público
 Empleado sector privado
 Empresario
 No trabaja

5.- ¿Cuál es su estado civil?

- Soltero/a
 Casado/a
 Divorciado/a
 Viudo/a
 Unión libre



Calidad en menús y servicios				
Variadas formas de pago				
Limpieza y orden				
Instalaciones (decoración/ambiente)				
Menú vegetariano/vegano				

12.- De la siguiente lista de envueltos, cuál o cuáles son los que más le gusta comer (puede elegir varios)

- Humita
- Quimbolito
- Tamal
- Chigüil
- Vicundo
- Timbulo
- Cuchichaqui
- Tonga
- Bollo
- Muchín
- Corviche
- Emborrinado (o gato encerrado)
- Ayampaco
- Maito
- Hayaca
- Tortilla de maíz
- Empanada de viento
- Empanada de verde
- Empanada de morocho
- Bolón

13.- ¿Con qué tipo de complemento acostumbra acompañar su envuelto?

- Aji
- Salsa de maní
- Salsa de tomate
- Mayonesa
- Chimichurri
- Ensalada
- No acompaño con nada el envuelto

14.- ¿Con qué tipo de bebida acostumbra acompañar su envuelto?

- Agua aromática
- Café
- Chocolate
- Cerveza
- Batido de frutas
- Jugo de frutas
- Morocho



SEDE MATRIZ
Calle Rumipamba S/N
entre Bourgeois y Atahualpa

CAMPUS OCCIDENTAL
Avenida Mariscal Sucre S/N
y Mariana de Jesús

6.- ¿Cuál es el motivo por el que se encuentra en La Floresta?

- Vivo por este sector
 Trabajo por este sector
 Estudio por este sector
 Estoy de visita por este sector

7.- Señale el motivo por el que acudiría a una cafetería:

- Para alimentarse
 Por antojo o comer algo diferente
 Pasar tiempo con amigos/familia/pareja/compañeros de trabajo

8.- De LUNES a VIERNES ¿Con quién frecuente visitar una cafetería para realizar algún tipo de consumo?

- Pareja
 Amigos
 Familia
 Vecinos
 Compañeros de trabajo

9.- Los FINES DE SEMANA ¿Con quién frecuente visitar una cafetería para realizar algún tipo de consumo?

- Pareja
 Amigos
 Familia
 Vecinos
 Compañeros de trabajo

10.- AL MES ¿Cuántas veces visita una cafetería para realizar algún tipo de consumo?

- Entre 1 a 3 veces al mes
 Entre 4 a 6 veces al mes
 Entre 7 a 9 veces al mes
 Más de 10 veces al mes

PRODUCTO






11.- Señale con una X cuán importante es para usted cada criterio en relación a todo lo que puede ofrecerle una cafetería

CRITERIO	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Sabor				
Precios bajos				
Variedad				
Ubicación				
Seguridad				








PRECIO

15.- Señale con una X el nivel de aceptación que usted siente al pagar por una humita de 120 gramos (tamaño mediano) respecto a los diferentes precios que se propone:

Una humita de 120 gramos (tamaño mediano) con un precio de:	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
1. Menos de \$0,50					
2. \$0,51 - \$1,00					
3. \$1,01 - \$3,00					
4. \$3,01 - \$5,00					
5. Más de \$5,01					

16.- Señale con una X el nivel de aceptación que usted siente al pagar por una bebida en taza de 250 ml respecto a los diferentes precios que se propone:

Una bebida de 250 ml (taza) con un precio de:	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
1. Menos de \$0,50					
2. \$0,51 - \$1,00					
3. \$1,01 - \$3,00					
4. \$3,01 - \$5,00					
5. Más de \$5,01					

17.- ¿Usualmente que forma de pago utiliza cuando consume en una cafetería?

- () Pago en efectivo
() Transferencia
() Depósito
() Tarjeta de crédito
() Tarjeta de débito

DISTRIBUCIÓN

18.- ¿Generalmente en que horario usted visita una cafetería?

- () Mañana (De 09:00 am a 12:00 pm)
() Tarde (De 12:01 pm a 17:00 pm)
() Noche (De 17:01 pm a 21:00 pm)



SEDE MATRIZ
Calle Rumpamba S/N
entre Bourgeois y Atahualpa

CAMPUS OCCIDENTAL
Avenida Mariscal Sucre S/N
y Mariana de Jesús

19.- ¿Qué tipo de consumo prefiere en un establecimiento de alimentos y bebidas?

- Consumo en el local
- Comprar para llevar
- Consumo dentro del establecimiento y comprar para llevar
- Comprar por delivery (servicio de entrega al domicilio o al lugar de trabajo)

20.- De comprar a domicilio, ¿cuál es la alternativa que más utilizaría?








- A través de una App (UberEats, Rappi, PedidosYa, etc.)
- A través de WhatsApp
- A través de teléfono convencional
- No compro a domicilio

PROMOCIÓN



21.- ¿Cómo se entera de productos y servicios que ofrece algún establecimiento de alimentos y bebidas?

- A través de redes sociales
- A través de comentarios de algún conocido
- A través de mensajes de texto a su celular



22.- Señale con una X que tan de acuerdo estaría usted en consumir estos envueltos en una cafetería ubicada en La Floresta:

ENVUELTOS	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
Chiguil 					
Emborrajado 					



	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
<p>Vicundo</p> 					
<p>Corviche</p> 					
<p>Hayaca</p> 					







	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
<p>Timbulo</p> 					
<p>Ayampaco</p> 					
<p>Cuchichaqui</p> 					



SEDE MATRIZ
Calle Rumpamba S/N
entre Bourgeois y Atahualpa







CAMPUS OCCIDENTAL
Avenida Mariscal Sucre S/N
y Mariana de Jesús

	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
Tonga 					
Maito 					
Muchín 					



SEDE MATRIZ
Calle Rumipamba S/N
entre Bourgeois y Atahualpa

CAMPUS OCCIDENTAL
Avenida Mariscal Sucre S/N
y Mariana de Jesús

	Totalmente de acuerdo 	De acuerdo 	Neutral 	En desacuerdo 	Totalmente en desacuerdo 
Bollo 					

-Gracias por su colaboración-

Anexo C



Inventario con costos de compra, merma y rendimiento

Nº	PRODUCTO	PESO BRUTO	UNIDAD	MERMA (kg)	MERMA	PESO NETO	RENDIMIENTO	CLASIFICACIÓN
1	Guineo	1,8	mano (x12)	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
2	Harina de trigo	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
3	Huevo	1,35	cupeta (x30)	0,3	30%	0,7	70%	CONSERVAS Y VIVERES
4	Azúcar blanca	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
5	Sal	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
6	Aceite frita	3	L	0,0	0%	3,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
7	Leche entera	0,9	L	0,0	0%	0,9	100%	LÁCTEOS
8	Queso fresco	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	LÁCTEOS
9	Plátano verde	1,9	mano (x10)	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
10	Maní en pasta	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
11	Albacora	0,45	Kg	0,2	20%	0,8	80%	CAME
12	Aceite de achiote	1	L	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
13	Pasta de ajo	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	FRUVER
14	Cilantro	0,8	atado	0,0	0%	1,0	100%	FRUVER
15	Perejil	0,8	atado	0,0	0%	1,0	100%	FRUVER
16	Cebolla paitaña	1	Kg	0,2	20%	0,8	80%	FRUVER
17	Harina de maíz	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
18	Pollo	9	Kg	0,2	20%	8,8	98%	CAME
19	Manteca de cerdo	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CAME
20	Pimiento rojo	1,05	Kg	0,0	5%	1,0	95%	FRUVER
21	Pimiento verde	1,04	Kg	0,1	12%	0,9	88%	FRUVER
22	Aceitunas sin hueso	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
23	Arveja	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	FRUVER
24	Hoja de achira	0,75	atado	0,2	20%	0,8	80%	FRUVER
25	Oreganón	1	Kg	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
26	Jengibre polvo	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
27	Cebolla blanca	1,008	Kg	0,2	21%	0,8	79%	FRUVER
28	Cebolla perla	1	Kg	0,2	20%	0,8	80%	FRUVER
29	Mantequilla	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	LÁCTEOS
30	Zanahoria	1,05	Kg	0,1	10%	0,9	90%	FRUVER
31	Vino blanco	1	L	0,0	0%	1,0	100%	BEBIDAS ALCOHÓLICAS
32	Arroz	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
33	Maduro	1,13	mano (x10)	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
34	Maní en grano	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
35	Hoja de plátano	0,99	atado	0,0	0%	1,0	100%	FRUVER
36	Tilapia	1	Kg	0,1	10%	0,9	90%	CAME
37	Yuca	1,2	Kg	0,1	13%	0,9	88%	FRUVER
38	Queso mozzarella	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	LÁCTEOS
39	Queso manaba	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	LÁCTEOS
40	Tomate riñón	1	Kg	0,1	10%	0,9	90%	FRUVER
41	Choclo	1,04	Kg	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
42	Queso sin sal	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	LÁCTEOS
43	Pasas	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
44	Esencia de vainilla	0,25	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
45	Carne de chancho	1	Kg	0,1	10%	0,9	90%	CAME
46	Mote crudo	1	Kg	0,1	10%	0,9	90%	CONSERVAS Y VIVERES
47	Chicharrón de cerdo	1	Kg	0,2	20%	0,8	80%	CAME
48	Carne de res	1	Kg	0,1	10%	0,9	90%	CAME
49	Comino	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
50	Agua con gas	1	L	0,0	0%	1,0	100%	EBIDAS NO ALCOHÓLICA
51	Maizabrosa	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
52	Té	1	Caja	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
53	Manzanilla	1	Caja	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
54	Cedrón	1	Caja	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
55	Toronjil	1	Caja	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
56	Menta	1	Caja	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
57	Hierbabuena	1	Caja	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
58	Café de pasar ecuat	0,34	Kg	0,1	10%	0,9	90%	CONSERVAS Y VIVERES
59	Cacao semiamargo	0,5	Kg	0,0	0%	0,5	100%	CONSERVAS Y VIVERES
60	Canela en rama	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
61	Mora	1	Kg	0,1	10%	0,9	90%	FRUVER
62	Tomate de árbol	0,96	Kg	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
63	Frutilla	1	Kg	0,1	5%	1,0	95%	FRUVER
64	Frambuesa	0,25	Kg	0,0	0%	1,0	100%	FRUVER
65	Naranja	1,08	Kg	0,4	44%	0,6	56%	FRUVER
66	Papaya hawaiana	1,1	Kg	0,2	18%	0,8	82%	FRUVER
67	Morocho	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
68	Pimienta dulce	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
69	Maíz para tostado (c	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
70	Panela	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
71	Ajonjolí	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
72	Azúcar glass	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
73	Ají colorado	1	Kg	0,3	25%	0,8	75%	FRUVER
74	Col blanca	1	Kg	0,2	20%	0,8	80%	FRUVER
75	Col morada	1	Kg	0,2	20%	0,8	80%	FRUVER
76	Mayonesa	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
77	Vinagre blanco	1	L	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES
78	Pimienta	1	Kg	0,0	0%	1,0	100%	CONSERVAS Y VIVERES



Nº	PRODUCTO	UNIDAD	\$ COMPRA	RENDIMIENTO	\$ COSTO FINAL	CLASIFICACIÓN
1	Guineo	mano (x12)	\$ 1,00	75%	\$ 1,33	FRUVER
2	Harina de trigo	Kg	\$ 1,79	100%	\$ 1,79	CONSERVAS Y VIVERES
3	Huevo	cupeta (x30)	\$ 3,00	70%	\$ 4,29	CONSERVAS Y VIVERES
4	Azúcar blanca	Kg	\$ 1,79	100%	\$ 1,79	CONSERVAS Y VIVERES
5	Sal	Kg	\$ 0,45	100%	\$ 0,45	CONSERVAS Y VIVERES
6	Aceite frita	L	\$ 3,57	100%	\$ 3,57	CONSERVAS Y VIVERES
7	Leche entera	L	\$ 0,80	100%	\$ 0,80	LÁCTEOS
8	Queso fresco	Kg	\$ 2,68	100%	\$ 2,68	LÁCTEOS
9	Plátano verde	mano (x10)	\$ 2,50	75%	\$ 3,33	FRUVER
10	Maní en pasta	Kg	\$ 2,46	100%	\$ 2,46	CONSERVAS Y VIVERES
11	Albacora	Kg	\$ 7,00	80%	\$ 8,75	CAME
12	Aceite de achote	L	\$ 2,59	100%	\$ 2,59	CONSERVAS Y VIVERES
13	Pasta de ajo	Kg	\$ 1,07	100%	\$ 1,07	FRUVER
14	Cilantro	atado	\$ 0,60	100%	\$ 0,60	FRUVER
15	Perejil	atado	\$ 0,70	80%	\$ 0,88	FRUVER
16	Cebolla paitaña	Kg	\$ 1,00	80%	\$ 1,25	FRUVER
17	Harina de maíz	Kg	\$ 2,10	100%	\$ 2,10	CONSERVAS Y VIVERES
18	Pollo	Kg	\$ 6,96	98%	\$ 7,12	CAME
19	Manteca de cerdo	Kg	\$ 2,68	100%	\$ 2,68	CAME
20	Pimiento rojo	Kg	\$ 1,25	95%	\$ 1,31	FRUVER
21	Pimiento verde	Kg	\$ 1,00	88%	\$ 1,14	FRUVER
22	Aceitunas sin hueso	Kg	\$ 3,57	100%	\$ 3,57	CONSERVAS Y VIVERES
23	Arveja	Kg	\$ 2,00	100%	\$ 2,00	FRUVER
24	Hoja de achira	atado	\$ 1,79	80%	\$ 2,23	FRUVER
25	Oreganón	Kg	\$ 1,00	75%	\$ 1,33	FRUVER
26	Jengibre polvo	Kg	\$ 0,89	100%	\$ 0,89	CONSERVAS Y VIVERES
27	Cebolla blanca	Kg	\$ 2,00	79%	\$ 2,53	FRUVER
28	Cebolla perla	Kg	\$ 1,25	80%	\$ 1,56	FRUVER
29	Mantequilla	Kg	\$ 2,86	100%	\$ 2,86	LÁCTEOS
30	Zanahoria	Kg	\$ 1,25	90%	\$ 1,39	FRUVER
31	Vino blanco	L	\$ 4,91	100%	\$ 4,91	BEBIDAS ALCOHÓLICAS
32	Arroz	Kg	\$ 1,79	100%	\$ 1,79	CONSERVAS Y VIVERES
33	Maduro	mano (x10)	\$ 2,50	75%	\$ 3,33	FRUVER
34	Maní en grano	Kg	\$ 2,05	100%	\$ 2,05	CONSERVAS Y VIVERES
35	Hoja de plátano	atado	\$ 2,50	100%	\$ 2,50	FRUVER
36	Tilapia	Kg	\$ 3,57	90%	\$ 3,97	CAME
37	Yuca	Kg	\$ 1,90	88%	\$ 2,17	FRUVER
38	Queso mozzarella	Kg	\$ 2,37	100%	\$ 2,37	LÁCTEOS
39	Queso manaba	Kg	\$ 6,00	100%	\$ 6,00	LÁCTEOS
40	Tomate riñón	Kg	\$ 1,00	90%	\$ 1,11	FRUVER
41	Choclo	Kg	\$ 2,00	75%	\$ 2,67	FRUVER
42	Queso sin sal	Kg	\$ 2,23	100%	\$ 2,23	LÁCTEOS
43	Pasas	Kg	\$ 2,46	100%	\$ 2,46	CONSERVAS Y VIVERES
44	Esencia de vainilla	Kg	\$ 2,68	100%	\$ 2,68	CONSERVAS Y VIVERES
45	Carne de chancho	Kg	\$ 3,00	90%	\$ 3,33	CAME
46	Mote crudo	Kg	\$ 2,23	90%	\$ 2,48	CONSERVAS Y VIVERES
47	Chicharrón de cerdo	Kg	\$ 2,68	80%	\$ 3,35	CAME
48	Carne de res	Kg	\$ 2,59	90%	\$ 2,88	CAME
49	Comino	Kg	\$ 0,89	100%	\$ 0,89	CONSERVAS Y VIVERES
50	Agua con gas	L	\$ 2,28	100%	\$ 2,28	EBIDAS NO ALCOHÓLICA
51	Maizabrosa	Kg	\$ 1,79	100%	\$ 1,79	CONSERVAS Y VIVERES
52	Té	Caja	\$ 1,12	100%	\$ 1,12	CONSERVAS Y VIVERES
53	Manzanilla	Caja	\$ 1,12	100%	\$ 1,12	CONSERVAS Y VIVERES
54	Cedrón	Caja	\$ 1,12	100%	\$ 1,12	CONSERVAS Y VIVERES
55	Toronjil	Caja	\$ 1,12	100%	\$ 1,12	CONSERVAS Y VIVERES
56	Menta	Caja	\$ 1,12	100%	\$ 1,12	CONSERVAS Y VIVERES
57	Hierbabuena	Caja	\$ 1,12	100%	\$ 1,12	CONSERVAS Y VIVERES
58	Café de pasar ecuatoriano	Kg	\$ 4,91	90%	\$ 5,46	CONSERVAS Y VIVERES
59	Cacao semiamargo	Kg	\$ 3,13	100%	\$ 3,13	CONSERVAS Y VIVERES
60	Canela en rama	Kg	\$ 0,98	100%	\$ 0,98	CONSERVAS Y VIVERES
61	Mora	Kg	\$ 1,25	90%	\$ 1,39	FRUVER
62	Tomate de árbol	Kg	\$ 1,50	75%	\$ 2,00	FRUVER
63	Frutilla	Kg	\$ 1,10	95%	\$ 1,16	FRUVER
64	Frambuesa	Kg	\$ 2,75	100%	\$ 2,75	FRUVER
65	Naranja	Kg	\$ 2,00	56%	\$ 3,60	FRUVER
66	Papaya hawaiana	Kg	\$ 2,00	82%	\$ 2,44	FRUVER
67	Morocho	Kg	\$ 2,32	100%	\$ 2,32	CONSERVAS Y VIVERES
68	Pimienta dulce	Kg	\$ 1,21	100%	\$ 1,21	CONSERVAS Y VIVERES
69	Maíz para tostado (cancha)	Kg	\$ 2,01	100%	\$ 2,01	CONSERVAS Y VIVERES
70	Panela	Kg	\$ 1,56	100%	\$ 1,56	CONSERVAS Y VIVERES
71	Ajonjolí	Kg	\$ 2,19	100%	\$ 2,19	CONSERVAS Y VIVERES
72	Azúcar glass	Kg	\$ 2,50	100%	\$ 2,50	CONSERVAS Y VIVERES
73	Aji colorado	Kg	\$ 0,89	75%	\$ 1,19	FRUVER
74	Col blanca	Kg	\$ 2,25	80%	\$ 2,81	FRUVER
75	Col morada	Kg	\$ 2,35	80%	\$ 2,94	FRUVER
76	Mayonesa	Kg	\$ 2,68	100%	\$ 2,68	CONSERVAS Y VIVERES
77	Vinagre blanco	L	\$ 1,88	100%	\$ 1,88	CONSERVAS Y VIVERES
78	Pimienta	Kg	\$ 1,03	100%	\$ 1,03	CONSERVAS Y VIVERES

Anexo D



Recetas complementarias

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Pollo deshilado					
CATEGORÍA: receta complementaria					
# PAX: kg					
UTENSILIOS: ollas, cuchillo, tenedor, recipientes, tabla					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
Costo de producción:	\$ 7,61	Unidad de producción:			
Rinde en kg:	9,49	Costo de la unidad de producción:		\$	0,80
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	PRECIO UNIT	TOTAL
Pollo	9	Kg	limpio	\$ 7,12	\$ 7,12
Sal	0,04	Kg		\$ 0,45	\$ 0,02
Comino	0,06	Kg		\$ 0,89	\$ 0,05
Pimienta	0,03	Kg		\$ 1,03	\$ 0,03
Cebolla paiteña	0,1	Kg	batalla	\$ 1,25	\$ 0,13
Cilantro	0,06	Kg	ramas	\$ 0,60	\$ 0,05
Perejil	0,06	Kg	ramas	\$ 0,88	\$ 0,07
Pimiento verde	0,14	Kg	batalla	\$ 1,14	\$ 0,15
PROCEDIMIENTO				Total	\$ 7,61
1. Cocinar la pechuga en agua aromatizada con laurel, sal, pimienta, comino, cilantro, perejil, pimiento verde.					



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Chicharrón de cerdo					
CATEGORÍA: receta complementaria					
# PAX: kg					
UTENSILIOS: ollas, cuchillo, tenedor, recipientes, tabla					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
Costo de producción:	\$ 4,09	Unidad de producción:			
Rinde en kg:	1,61	Costo de la unidad de producción:		\$	2,55
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	PRECIO UNIT	TOTAL
Chicharrón de cerdo	1	Kg		\$ 3,35	\$ 3,35
Sal	0,03	Kg		\$ 0,45	\$ 0,01
Cebolla blanca	0,05	Kg		\$ 2,53	\$ 0,13
Pimienta	0,03	Kg		\$ 1,03	\$ 0,03
Comino	0,03	Kg		\$ 0,89	\$ 0,03
Tomate riñón	0,05	Kg	licuar	\$ 1,11	\$ 0,06
Cebolla paiteña	0,05	Kg	licuar	\$ 1,25	\$ 0,06
Pimiento verde	0,07	Kg	licuar	\$ 1,14	\$ 0,07
Aceite fritura	0,30	L		\$ 3,57	\$ 0,36
PROCEDIMIENTO				Total	\$ 4,09
1. Licuar los vegetales junto con las especias y reservar.					
2. Adobar el chicharrón con el adobo anterior por al menos 3 horas (si se puede 1 día, mejor).					
3. Freír la cebolla blanca para que el aceite se saborice. Freír el chicharrón.					

Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Ají tradicional					
CATEGORÍA: receta complementaria					
# PAX: kg					
UTENSILIOS: ollas, cuchillo, tenedor, recipientes, tabla, licuadora					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
Costo de producción:	\$ 2,49	Unidad de producción:	L		
Rinde en kg:	1,83	Costo de la unidad de producción:	\$ 1,36		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	PRECIO UNIT	TOTAL
Tomate de árbol	0,9	Kg		\$ 2,00	\$ 1,88
Ají colorado	0,30	Kg		\$ 1,19	\$ 0,36
Cebolla blanca	0,10	Kg	julienne	\$ 2,53	\$ 0,24
Cilantro	0,02	Kg	brunoise	\$ 0,60	\$ 0,02
Sal	0,01	Kg		\$ 0,45	\$ 0,00
PROCEDIMIENTO				Total	\$ 2,49
<ol style="list-style-type: none"> Cocinar el tomate y el ají. Licuar el tomate con el agua de cocción y tamizar. Licuar el ají con el agua de cocción. Mezclar el zumo de tomate y del ají. Dejar enfriar. Agregar el cilantro, cebolla y sal. 					



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Coleslaw					
CATEGORÍA:					
# PAX:					
UTENSILIOS:					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO:					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO:					
FECHA:					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO):					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO):					
Costo de producción:	\$ 2,82	Unidad de producción:	Kg		
Rinde en kg:	1,6	Costo de la unidad de producción:	\$ 1,76		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	PRECIO UNIT	TOTAL
Col blanca	0,7	Kg	chiffonade	\$ 2,81	\$ 1,97
Zanahoria	0,5	Kg	rallada	\$ 1,39	\$ 0,66
Mayonesa	0,03	Kg		\$ 2,68	\$ 0,08
Vinagre blanco	0,03	L		\$ 1,88	\$ 0,06
Azúcar blanca	0,02	Kg		\$ 1,79	\$ 0,04
Sal	0,01	Kg		\$ 0,45	\$ 0,00
Pimienta	0,01	Kg		\$ 1,03	\$ 0,01
PROCEDIMIENTO				Total	\$ 2,82
<ol style="list-style-type: none"> Aderezar los dos tipos de col con vinagre y azúcar. Reservar. Ecurrir un poco el líquido que pudiera salir de la col. Agregar la zanahoria, la mayonesa, la sal y la pimienta. Rectificar sabores de ser necesario. 					



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

Anexo E



Recetas básicas

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE							
NOMBRE: Emborrjado							
CATEGORÍA: Entrada							
# PAX: 4							
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta							
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días							
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C							
FECHA: 9/22							
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM							
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM							
% Costo de venta:		34%					PVP:
Peso total (kg)		0,675	Peso c/u (g):	273	N° unid:		4
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	PRECIO UNIT	TOTAL		
Guíneo	0,15	kg	rodajas (cuartos)	\$ 1,33	\$ 0,11		
Harina de trigo	0,20	kg		\$ 1,79	\$ 0,36		
Huevo	0,05	kg		\$ 4,29	\$ 0,14		
Azúcar blanca	0,015	kg		\$ 1,79	\$ 0,03		
Sal	0,01	kg		\$ 0,45	\$ 0,00		
Aceite fritura	0,13	L		\$ 3,57	\$ 0,15		
Leche entera	0,09	kg		\$ 0,80	\$ 0,08		
Queso fresco	0,04	kg	Rodajas (rectángulos)	\$ 2,68	\$ 0,11		
Porción ají					\$ 0,30		
Porción ensalada					\$ 0,39		
Costo objetivo/ideal		38%					
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 1,67		
<ol style="list-style-type: none"> Mezclar la harina de trigo con la sal y el azúcar. A parte mezclar la leche o agua con el huevo. Al líquido agregar los sólidos y mezclar hasta formar una masa espesa pero maleable. Juntar el guíneo con el queso y sumergir en la masa anterior. En aceite a más de 150°C freír hasta que tomen una coloración café, característica de los fritos. 				Varios 5%	\$ 0,08		
				Costo subtotal	\$ 1,75		
				Costo c/u:	\$ 0,44		
				P.V.P.S. Total	\$ 4,61		
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 1,15		
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,29		
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,16		
				P.V.P. Final	\$ 1,30		



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Corviche de pescado						
CATEGORÍA: Entrada						
# PAX: 7						
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM			PVP:		\$ 13,65	
% Costo de venta:	34%		N° unid:		7	
Peso total (kg)	0,86	Peso c/u (g):	123			
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	PRECIO UNIT	TOTAL	
Plátano verde	0,2	kg	crudo	\$ 3,33	\$ 0,00	
Maní en pasta	0,15	kg		\$ 2,46	\$ 0,37	
Albacora	0,12	kg		\$ 8,75	\$ 2,33	
Aceite de achioté	0,07	kg		\$ 2,59	\$ 0,18	
Pasta de ajo	0,07	kg		\$ 1,07	\$ 0,08	
Comino	0,07	kg		\$ 0,89	\$ 0,06	
Cilantro	0,07	kg		\$ 0,60	\$ 0,05	
Sal	0,04	kg		\$ 0,45	\$ 0,02	
Pimienta	0,03	kg		\$ 1,03	\$ 0,03	
Cebolla paiteña	0,00	kg		\$ 1,25	\$ 0,00	
Aceite fritura	0,05	L		\$ 3,57	\$ 0,06	
Porción ají					\$ 0,53	
Porción ensalada					\$ 0,68	
Costo objetivo/ideal		38%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 4,38	
1. Hacer un refrito en aceite de achioté, con cebolla perla y ajo. Cuando esté listo poner agua. Condimentar con comino y poner a cocinar el pescado. Poner sal y pimienta y agregar un atado de cilantro y dejar cocinar. 2. Reservar el líquido de cocción y agregar pasta de maní. Por otro lado el pescado deshilar. 3. Majar verdes con un rallador o en una batea, condimentar con sal, pimienta y aceite de achioté. Agregar pasta de maní y cilantro. Debe quedar una masa homogénea. 4. Extender en la mano un poco de masa, en el centro poner la salsa de maní, la albacora, más salsa y cerrar con la misma masa de verde y dar forma de corviche. 5. Freír en abundante aceite y cuando se tornen de un café vistoso, estarán listos.				Varios 5%	\$ 0,22	
				Costo subtotal	\$ 4,60	
				Costo c/u:	\$ 0,66	
				P.V.P.S. Total	\$ 12,11	
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 1,73	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,94	
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,74	
P.V.P. Final	\$ 1,95					



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Hayaca						
CATEGORÍA: Entrada						
# PAX: 30						
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM						
% Costo de venta:	29%		PVP:		\$ 37,50	
Peso total (kg)	3,715	Peso c/u (g):	124	N° unid:		30
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO		C. TOTAL
Harina de maíz	1,00	kg	cruda	\$	2,10	\$ 2,10
Caldo de cocción pollo	0,60	L				
Pollo deshilado	0,50	kg	receta complem.	\$	0,80	\$ 0,40
Cebolla paitaña	0,40	kg		\$	1,25	\$ 0,50
Sal	0,03	kg		\$	0,45	\$ 0,01
Comino	0,03	kg		\$	0,89	\$ 0,03
Pimienta	0,02	kg		\$	1,03	\$ 0,02
Azúcar blanca	0,02	kg		\$	1,79	\$ 0,04
Manteca de cerdo	0,04	kg		\$	2,68	\$ 0,11
Pasta de ajo	0,04	kg		\$	1,07	\$ 0,04
Pimiento rojo	0,10	kg	1/2 julienne 1/2 brunoise	\$	1,31	\$ 0,12
Pimiento verde	0,20	kg	1/2 julienne 1/2 brunoise	\$	1,14	\$ 0,22
Tomate riñón	0,10	kg	brunoise	\$	1,11	\$ 0,11
Aceitunas sin hueso	0,02	kg	slice	\$	3,57	\$ 0,07
Aceite de achioté	0,10	kg		\$	2,59	\$ 0,26
Pasas	0,08	kg		\$	2,46	\$ 0,20
Arveja	0,20	kg	cocida	\$	2,00	\$ 0,40
Huevo	0,14	kg		\$	4,29	\$ 0,43
Cilantro	0,10	kg		\$	0,60	\$ 0,08
Hoja de achira	1,00	paquete		\$	2,23	\$ 2,23
Porción ají						\$ 2,25
Porción ensalada						\$ 2,91
Costo objetivo/ideal	38%					
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto		
1. 2. Deshilar el pollo cocido y reservar el caldo de cocción. 3. Mezclar la harina de maíz y azúcar. Poner en una olla el caldo de cocción (240 ml) y poner los ingredientes secos mientras se mezcla. Cocinar hasta que se forme una masa homogénea. Sazonar con sal y agregar manteca de cerdo. 4. Hacer un refrito en aceite con la cebolla, ajo, los pimientos, el tomate. Una vez esté cocido, agregar pasas, arvejas, aceitunas, huevo cocido y sazonar con cilantro, sal, pimienta y comino. Al final agregar la pechuga y reservar el relleno. 5. En una hoja de achira, agregar la masa y en el centro poner el relleno. Adornar con huevo, pimientos y aceitunas. Envolver y cocinar al vapor.				Varios 5%		
				Costo subtotal		
				Costo c/u:		
				P.V.P.S. Total		
				P.V.P.S. c/u + IVA		
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.		
				P.V.P. Final + IVA		
				P.V.P. Final		



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Tonga						
CATEGORÍA: Entrada						
# PAX: 40						
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM						
% Costo de venta:	33%			PVP:	\$ 60,00	
Peso total (kg)	5,21	Peso c/u (g):	130	N° unid:	40	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL	
Pollo deshilado	0,8	kg	receta complem.	\$ 0,80	\$ 0,64	
Pasta de ajo	0,03	kg		\$ 1,07	\$ 0,03	
Oreganón	0,04	kg	fresco	\$ 1,33	\$ 0,05	
Jengibre polvo	0,02	kg	fresco	\$ 0,89	\$ 0,02	
Sal	0,01	kg		\$ 0,45	\$ 0,00	
Cebolla blanca	0,096	kg	brunoise	\$ 2,53	\$ 0,24	
Cebolla perla	1	kg	brunoise	\$ 1,56	\$ 1,56	
Pimiento verde	0,13	kg	brunoise	\$ 1,14	\$ 0,14	
Aceite de achiote	0,05	kg		\$ 2,59	\$ 0,13	
Mantequilla	0,05	kg		\$ 2,86	\$ 0,14	
Comino	0,01	kg	molido	\$ 0,89	\$ 0,01	
Pimienta	0,01	kg	molida	\$ 1,03	\$ 0,01	
Zanahoria	0,14	kg	zum y afrocho	\$ 1,39	\$ 0,19	
Vino blanco	0,1	ml		\$ 4,91	\$ 0,49	
Arroz	1	kg	cocido	\$ 1,79	\$ 1,79	
Maduro	0,23	kg	en rodajas y frito	\$ 3,33	\$ 0,67	
Maní en pasta	0,5	kg		\$ 2,46	\$ 1,23	
Tomate riñón	1	kg	concassé	\$ 1,11	\$ 1,11	
Hoja de plátano	1,5	paquete	soasadas	\$ 2,50	\$ 3,75	
Porción ají					\$ 3,00	
Porción ensalada					\$ 3,87	
Costo objetivo/ideal		38%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 19,08	
<ol style="list-style-type: none"> Moler ajo + sal + oreganón en un mortero. Para el refrito poner en aceite de achiote las cebollas, el pimiento, la preparación anterior y jengibre. Poner el pollo en el refrito y dejar que se impregnen los sabores. Licuar la zanahoria con agua, cernir y la parte líquida agregar al pollo. Agregar vino y dejar que se incorpore. Para la salsa de maní; hacer un refrito con cebolla paitaña, el extracto sólido de la zanahoria, pimiento verde, ajo, oreganón, jengibre y tomate riñón. Listo eso se licúa pasta de maní con agua y se agrega al refrito. Las hojas de plátano se soasan y limpian. Quitarles la nervadura (no a todas) Sobre 1 hoja entera, situar 2 mitades. De allí poner el arroz cocido, remojar con el líquido del estofado de pollo, agregar la salsa de maní, encima la presa de pollo y el maduro a un lado. Se cierra y está lista para comer. 				Varios 5%	\$ 0,95	
				Costo subtotal	\$ 20,03	
				Costo c/u:	\$ 0,50	
				P.V.P.S. Total	\$ 52,72	
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 1,32	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,48	
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,34	
P.V.P. Final	\$ 1,50					



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Maito					
CATEGORÍA: Entrada					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM		PVP:		\$ 4,85	
% Costo de venta:	34%		N° unid:		1
Peso total (kg):	0,46	Peso unid (g):	456		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Tilapia	0,26	kg	completa y eviscerada	\$ 3,97	\$ 1,03
Hoja de plátano	0,07	unidad	soasada (2 unid)	\$ 2,50	\$ 0,17
Yuca	0,05	kg	pelada y desvenada	\$ 2,17	\$ 0,09
Plátano verde	0,05	kg	pelado	\$ 3,33	\$ 0,09
Sal	0,02	kg		\$ 0,45	\$ 0,01
Pimienta	0,01	kg		\$ 1,03	\$ 0,01
Porción ají					\$ 0,08
Porción ensalada					\$ 0,10
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 1,57
1. El pescado debe estar descamado y eviscerado. Sazonarlo con sal y pimienta. 2. Sobre una hoja poner el pescado, cerrar la hoja y envolver con 1 hoja más (las cuales deberán estar extraídas la mitad de la nervadura en forma vertical). Envolver con la nervadura de la hoja y apretar bien. Poner a la brasa y dejar cocinar a la brasa por varios minutos. 3. A parte cocinar la yuca y el plátano verde (separados) con sal. 4. Se sirve el envuelto y a parte los carbohidratos.				Varios 5%	\$ 0,08
				Costo subtotal	\$ 1,65
				P.V.P.S.+ IVA	\$ 4,33
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 4,85
				P.V.P. Final + IVA	\$ 4,33
				P.V.P. Final	\$ 4,85



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE									
NOMBRE: Muchín									
CATEGORÍA: Entrada									
# PAX: 30									
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta									
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días									
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C									
FECHA: 9/22									
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM									
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM			PVP:		\$ 40,50				
% Costo de venta:		33%		N° unid:		30			
Peso total (kg)		3,08		Peso c/u (g):		103			
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL				
Yuca	1,20	kg		\$ 2,17	\$ 2,17				
Queso mozzarella	0,30	kg	rallado	\$ 2,37	\$ 0,71				
Sal	0,03	kg		\$ 0,45	\$ 0,01				
Queso manaba	0,20	kg	desmenuzado	\$ 6,00	\$ 1,20				
Huevo	1,00	kg		\$ 4,29	\$ 3,17				
Aceite de achioté	0,05	kg		\$ 2,59	\$ 0,13				
Aceite fritura	0,30	L		\$ 3,57	\$ 0,36				
Porción ají					\$ 2,25				
Porción ensalada					\$ 2,91				
Costo objetivo/ideal		38%							
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto					
1. Desmenuzar el queso manaba y rallar el mozzarella. Mezclar los dos quesos. 2. La mitad de la yuca se cocina en agua sal y se maja, la otra mitad se ralla cruda y luego se junta las dos. 3. A la mezcla de yuca agregarle aceite de achioté, sal y huevo. Se debe obtener una masa compacta pero manejable. 4. Tomar una porción de la masa y en el centro poner la mezcla de quesos. Cerrar y darle forma ovalada. Freír en aceite a más de 150°C hasta que doren.				Varios 5%			\$ 0,65		
				Costo subtotal			\$ 13,56		
				Costo c/u:			\$ 0,45		
				P.V.P.S. Total			\$ 35,68		
				P.V.P.S. c/u + IVA			\$ 1,19		
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.			\$ 1,33		
				P.V.P. Final + IVA			\$ 1,21		
				P.V.P. Final			\$ 1,35		



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE									
NOMBRE: Bollo									
CATEGORÍA: Entrada									
# PAX: 35									
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta									
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días									
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C									
FECHA: 9/22									
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM									
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM			PVP:		\$ 73,50				
% Costo de venta:		33%		N° unid:		35			
Peso total (kg)		3,32		Peso c/u (g):		95			
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL				
Albacora	0,45	kg		\$ 8,75	\$ 8,75				
Tomate riñón	1	kg	1/2 sin semillas	\$ 1,11	\$ 1,11				
Pimiento verde	0,065	kg	1/2 entero 1/2 brunoise	\$ 1,14	\$ 0,07				
Pasta de ajo	0,03	kg		\$ 1,07	\$ 0,03				
Cebolla paitaña	0,05	kg	1/2 entero 1/2 brunoise	\$ 1,25	\$ 0,06				
Plátano verde	1	kg		\$ 3,33	\$ 1,75				
Maní en pasta	0,4	kg		\$ 2,46	\$ 0,98				
Cilantro	0,03	kg	brunoise	\$ 0,60	\$ 0,02				
Sal	0,02	kg		\$ 0,45	\$ 0,01				
Pimienta	0,02	kg		\$ 1,03	\$ 0,02				
Comino	0,02	kg		\$ 0,89	\$ 0,02				
Aceite fritura	0,2	L		\$ 3,57	\$ 0,24				
Aceite de achioté	0,03	L		\$ 2,59	\$ 0,08				
Hoja de plátano	1,5	paquete	soasada	\$ 2,50	\$ 3,75				
Porción ají					\$ 2,63				
Porción ensalada					\$ 3,39				
Costo objetivo/ideal		38%							
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto					
1. Cocinar a fuego bajo la albacora junto con un poco de tomate riñón, cebolla paitaña, pimiento, ajo, sal, pimienta y comino. Desmenuzar ligeramente el pescado y reservar el caldo de cocción. 2. Licuar maní con el caldo de cocción y reservar. 3. Hacer un refrito en aceite de achioté con cebolla, ajo, tomate, pimiento, sal, pimienta y comino. Agregar el pescado cocinado. 4. Rallar el verde, agregarle maní, achioté y agua. Debe quedar amasable. Agregar el caldo cernido y cilantro picado. 5. En una hoja de plátano, poner una porción de masa de verde y en el centro el relleno de pescado. Cerrar bien y cocer al vapor (100°C) por algunos minutos. Dejar enfriar para que la masa se compacte.				Varios 5%			\$ 1,15		
				Costo subtotal			\$ 24,06		
				Costo c/u:			\$ 0,69		
				P.V.P.S. Total			\$ 63,32		
				P.V.P.S. c/u + IVA			\$ 1,81		
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.			\$ 2,03		
				P.V.P. Final + IVA			\$ 1,88		
				P.V.P. Final			\$ 2,10		



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Humita					
CATEGORÍA: Entrada					
# PAX: 25					
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM				PVP:	\$ 30,00
% Costo de venta:	33%		N° unid:		25
Peso total (kg)	2,0	Peso c/u (g):	79		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Choclo	1,2	kg	semi maduro	\$ 2,67	\$ 3,08
Mantequilla	0,12	kg		\$ 2,86	\$ 0,33
Huevo	0,15	kg		\$ 4,29	\$ 0,48
Cebolla blanca	0,06	kg	brunoise	\$ 2,53	\$ 0,15
Queso fresco	0,40	kg	1/2 bastones	\$ 2,68	\$ 1,07
Sal	0,03	kg		\$ 0,45	\$ 0,01
Azúcar blanca	0,03	kg		\$ 1,79	\$ 0,04
Hoja de choclo	25-30	unid	lavadas y secas		
Porción ají					\$ 1,88
Porción ensalada					\$ 2,42
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 9,46
<ol style="list-style-type: none"> Moler el choclo y reservar. Mezclar mantequilla, con huevos, la mitad del queso desmenuzado, la cebolla y el polvo de hornear. Al final agregar la masa del choclo molida. En el centro de una hoja poner un poco de masa, en el medio un bastón de queso y cerrar la hoja. Cocinar al vapor hasta que estén firmes. 				Varios 5%	\$ 0,47
				Costo subtotal	\$ 9,93
				Costo c/u:	\$ 0,40
				P.V.P.S. Total	\$ 26,13
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 1,05
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,17
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,07
	P.V.P. Final	\$ 1,20			



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Quimbolito					
CATEGORÍA: Entrada					
# PAX: 50					
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM				PVP:	\$ 62,50
% Costo de venta:	34%		N° unid:		50
Peso total (kg)	3,51	Peso c/u (g):	70		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Harina de maíz	1,00	kg		\$ 2,10	\$ 2,10
Azúcar blanca	0,80	kg		\$ 1,79	\$ 1,43
Queso sin sal	0,50	kg	rallado	\$ 2,23	\$ 1,12
Mantequilla	0,70	kg		\$ 2,86	\$ 2,00
Pasas	0,13	kg		\$ 2,46	\$ 0,31
Huevo	0,36	kg	separar claras de yemas	\$ 4,29	\$ 1,14
Esencia de vainilla	0,02	kg		\$ 2,68	\$ 0,21
Hoja de achira	1,5	paquete		\$ 2,23	\$ 3,35
Porción ají					\$ 3,75
Porción ensalada					\$ 4,84
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 20,25
<ol style="list-style-type: none"> Limpiar las hojas de achira y con un bolillo, aplanar la nervadura. Creinar la mantequilla y el azúcar hasta blanquear. Agregar la yema y la esencia de vainilla y mezclar. Agregar la harina en forma de lluvia. Agregar el queso. Las claras deben batirse a parte hasta punto de nieve, alcanzado ese punto, agregar a la preparación principal. Colocar la preparación en el centro de una hoja, poner pasas y cerrar, de forma que quede una abertura sutil por la cual se esponjará el quimbolito cocido. Cocinar al vapor por 20 min, o hasta que la masa esté firme. 				Varios 5%	\$ 1,01
				Costo subtotal	\$ 21,26
				Costo c/u:	\$ 0,43
				P.V.P.S. Total	\$ 55,96
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 1,12
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,25
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,12
	P.V.P. Final	\$ 1,25			



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Tamal lojano						
CATEGORÍA: Entrada						
# PAX: 30						
UTENSILIOS: ollas, sartenes, tablas, cuchillo, cuchareta						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM				PVP:		\$ 40,50
% Costo de venta:		33%		N° unid:		30
Peso total (kg)		2,390	Peso c/u (g):	80		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL	
Cebolla blanca	0,05	kg		\$ 2,53	\$ 0,13	
Pimiento rojo	0,10	kg	1/2 julienne, 1/2 brunoise	\$ 1,31	\$ 0,12	
Pimiento verde	0,10	kg	brunoise	\$ 1,14	\$ 0,11	
Pasta de ajo	0,03	kg		\$ 1,07	\$ 0,03	
Aceite de achiote	0,10	kg		\$ 2,59	\$ 0,26	
Carne de chanco	0,25	kg		\$ 3,33	\$ 0,83	
Comino	0,06	kg	molido	\$ 0,89	\$ 0,05	
Sal	0,06	kg		\$ 0,45	\$ 0,03	
Pimienta	0,06	kg	molida	\$ 1,03	\$ 0,06	
Mote crudo	1,00	kg	remojarse x2 días	\$ 2,48	\$ 2,48	
Manteca de cerdo	0,20	kg		\$ 2,68	\$ 0,54	
Arveja	0,10	kg	cocida	\$ 2,00	\$ 0,20	
Huevo	0,18	kg	cocido	\$ 4,29	\$ 0,57	
Hoja de achira	1	paquete		\$ 2,23	\$ 2,23	
Porción aji					\$ 2,25	
Porción ensalada					\$ 2,91	
Costo objetivo/ideal		38%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 12,80	
<ol style="list-style-type: none"> 1. El mote remojado, lavar, moler y pasar por un harnero de huecos grandes para que se queden las impurezas. 2. Hacer un refrito en el aceite de achiote, la cebolla, el ajo, el pimiento verde, la mitad del pimiento rojo, comino, pimienta y sal. 3. Cocinar la carne de cerdo con cebolla paitaña, sal, comino, ajo y pimienta. Cernir el caldo y reservar. Desmenuzar la carne de cerdo y mezclar con el refrito. 4. Mezclar el mote molido con el caldo de cocción, manteca de cerdo y polvo de hornear. Amasar bien, que quede compacta pero manejable. 5. Formar una porción de masa encima de una hoja de achira, en el centro poner el relleno de carne. Decorar con arveja, mitad de huevo y unas tiras de pimiento rojo. 6. Cocinar al vapor por 30 min o hasta que la masa se compacte. 				Varios 5%	\$ 0,64	
				Costo subtotal	\$ 13,44	
				Costo c/u:	\$ 0,45	
				P.V.P.S. Total	\$ 35,38	
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 1,18	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,32	
P.V.P. Final + IVA	\$ 1,21					
P.V.P. Final	\$ 1,35					



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE							
NOMBRE: Bolón mixto							
CATEGORÍA: Entrada							
# PAX: 35							
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta							
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días							
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C							
FECHA: 9/22							
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM							
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM				PVP:		\$ 43,75	
% Costo de venta:	32%			N° unid:		35	
Peso total (kg)	3,67	Peso c/u (g):	105				
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO		C. TOTAL	
Plátano verde	1,9	kg	slice de 2-3cm	\$	3,33	\$ 3,33	
Manteca de cerdo	0,08	kg		\$	2,68	\$ 0,21	
Chicharrón de cerdo	0,4	kg	receta complem.	\$	2,55	\$ 1,02	
Queso fresco	0,6	kg	desmenuzado	\$	2,68	\$ 1,61	
Sal	0,02	kg		\$	0,45	\$ 0,01	
Cebolla blanca	0,1	kg		\$	2,53	\$ 0,25	
Aceite de achioté	0,15	kg		\$	2,59	\$ 0,39	
Comino	0,02	kg	molido	\$	0,89	\$ 0,02	
Aceite fritura	0,3	L		\$	3,57	\$ 0,36	
Porción ají						\$ 2,63	
Porción ensalada						\$ 3,39	
Costo objetivo/ideal		38%					
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto		\$ 13,21	
1. Pelar y cortar los verdes. Freír los verdes hasta que estén blandos, no que doren. 2. Hacer un refrito con cebolla blanca y aceite de achioté. 3. Majar los verdes y agregar el refrito, la manteca de cerdo, sal, comino, el queso desmenuzado y el chicharrón. 4. Hacer porciones y moldear con la mano. Aplicar una 2da fritura y servir.				Varios 5%		\$ 0,66	
				Costo subtotal		\$ 13,87	
				Costo c/u:		\$ 0,40	
				P.V.P.S. Total		\$ 36,51	
				P.V.P.S. c/u + IVA		\$ 1,04	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.		\$ 1,17	
				P.V.P. Final + IVA		\$ 1,12	
				P.V.P. Final		\$ 1,25	



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE							
NOMBRE: Empanada de verde							
CATEGORÍA: Entrada							
# PAX: 40							
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta							
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días							
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C							
FECHA: 9/22							
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM							
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM				PVP:		\$ 38,00	
% Costo de venta:	33%			N° unid:		40	
Peso total (kg)	2,830	Peso c/u (g):	71				
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO		C. TOTAL	
Plátano verde	1,5	kg		\$	3,33	\$ 2,63	
Sal	0,03	kg		\$	0,45	\$ 0,01	
Manteca de cerdo	0,08	kg		\$	2,68	\$ 0,21	
Carne de res	0,4	kg	molida	\$	2,88	\$ 1,15	
Zanahoria	0,08	kg	brunoise	\$	1,39	\$ 0,11	
Arveja	0,1	kg	cocida	\$	2,00	\$ 0,20	
Cebolla perla	0,1	kg	brunoise	\$	1,56	\$ 0,16	
Comino	0,03	kg		\$	0,89	\$ 0,03	
Pimienta	0,03	kg		\$	1,03	\$ 0,03	
Aceite fritura	0,3	L		\$	3,57	\$ 0,36	
Aceite de achioté	0,08	L		\$	2,59	\$ 0,21	
Porción ají						\$ 3,00	
Porción ensalada						\$ 3,87	
Costo objetivo/ideal		38%					
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto		\$ 11,97	
1. Hacer un refrito en el achioté, con la cebolla perla, luego la carne, luego la zanahoria, la hoja de laurel, la arveja, comino, pimienta y sal y dejar estofar por unos minutos. 2. Cuando estén blandos, majar con un poco del agua de su cocción. Agregar la manteca de cerdo a la masa. 3. Extender un plástico y encima poner una porción de masa, encima poner otro plástico. Aplastar y poner el relleno, cerrar la empanada, poner el plástico y con un plato cevichero o una taza, cortar en forma de empanada. 4. Freír a más de 150°C en abundante aceite hasta que doren.				Varios 5%		\$ 0,60	
				Costo subtotal		\$ 12,57	
				Costo c/u:		\$ 0,31	
				P.V.P.S. Total		\$ 33,08	
				P.V.P.S. c/u + IVA		\$ 0,83	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.		\$ 0,93	
				P.V.P. Final + IVA		\$ 0,85	
				P.V.P. Final		\$ 0,95	


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Empanada de morocho						
CATEGORÍA: Entrada						
# PAX: 45						
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM						
% Costo de venta: 33%						
Peso total (kg)	4,740	Peso c/u (g):	105	N° unid:	45	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL	
Morocho	1	kg	remojar x3días	\$ 2,32	\$ 2,32	
Pollo deshilado	0,5	kg	receta complem.	\$ 0,80	\$ 0,40	
Arveja	0,3	kg	cocida	\$ 2,00	\$ 0,60	
Zanahoria	0,2	kg	brunoise, cocida	\$ 1,39	\$ 0,26	
Arroz	0,1	kg	cocido	\$ 1,79	\$ 0,18	
Pasta de ajo	0,05	kg		\$ 1,07	\$ 0,05	
Cebolla perla	1	kg	brunoise	\$ 1,56	\$ 1,56	
Pimiento verde	0,5	kg	brunoise	\$ 1,14	\$ 0,55	
Aceite de achiote	0,08	kg		\$ 2,59	\$ 0,21	
Manteca de cerdo	0,3	kg		\$ 2,68	\$ 0,80	
Sal	0,03	kg		\$ 0,45	\$ 0,01	
Pimienta	0,03	kg	molida	\$ 1,03	\$ 0,03	
Vino blanco	0,05	L		\$ 4,91	\$ 0,25	
Aceite fritura	0,5	L		\$ 3,57	\$ 0,60	
Porción ají					\$ 3,38	
Porción ensalada					\$ 4,36	
Costo objetivo/ideal		38%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 15,56	
<ol style="list-style-type: none"> Cocinar el morocho remojado, debe quedar un poco duro. Moler y reservar. Hacer un refrito en el aceite de achiote, con la cebolla, el pimiento, el ajo, el comino. Poner al refrito el pollo, la arveja, la zanahoria y el arroz y poner el vino para que se impregne el sabor. Al morocho molido, agregarle sal y manteca de cerdo. Porcionar. Sobre un plástico poner la masa, aplanar, en el centro poner el relleno frío. Cerrar la empanada, y con un plato cevichero o taza cortar para dar forma de empanada. (Al cerrar la masa no se debe quebrar). 				Varios 5%	\$ 0,78	
				Costo subtotal	\$ 16,34	
				Costo c/u:	\$ 0,36	
				P.V.P.S. Total	\$ 43,00	
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 0,96	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 1,07	
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,98	
				P.V.P. Final	\$ 1,10	

Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Empanada de viento						
CATEGORÍA: Entrada						
# PAX: 30						
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM						
% Costo de venta: 30%						
Peso total (kg)	1,47	Peso c/u (g):	49	N° unid:	30	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL	
Harina de trigo	0,5	kg		\$ 1,79	\$ 0,89	
Mantequilla	0,12	kg		\$ 2,86	\$ 0,34	
Sal	0,01	kg		\$ 0,45	\$ 0,00	
Azúcar blanca	0,02	kg		\$ 1,79	\$ 0,03	
Agua con gas	0,25	L		\$ 2,28	\$ 0,57	
Aceite fritura	0,3	L		\$ 3,57	\$ 0,36	
Huevo	0,045	kg		\$ 4,29	\$ 0,14	
Queso fresco	0,125	kg	desmenuzado	\$ 2,68	\$ 0,33	
Porción ají					\$ 2,25	
Porción ensalada					\$ 2,91	
Costo objetivo/ideal		38%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 7,83	
<ol style="list-style-type: none"> Mezclar la harina, sal, azúcar y polvo de hornear. Formar un volcán y en el centro poner la mantequilla y el agua con gas. Mezclar y amasar por unos 7-10 min (si se hace a mano), en la amasadora serán unos 5-8 min. Dejar reposar la masa por 1 hora. Porcionar en 60 g y dejar reposar 1 hora más. Estirar con poca harina cada porción, de unos 3 mm de grosor. (Mientras más delgada, más se inflará) En el centro poner queso, sellar con huevo batido. Repulgar y llevar a freír a una temperatura de más de 150°C 				Varios 5%	\$ 0,39	
				Costo subtotal	\$ 8,22	
				Costo c/u:	\$ 0,27	
				P.V.P.S. Total	\$ 21,63	
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 0,72	
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 0,81	
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,80	
				P.V.P. Final	\$ 0,90	



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Tortilla de maíz					
CATEGORÍA: Entrada					
# PAX: 35					
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		32%			
Peso total (kg)	2,27	Peso c/u (g):	65	N° unid:	35
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Maizabrosa	1,00	kg		\$ 1,79	\$ 1,79
Sal	0,02	kg		\$ 0,45	\$ 0,01
Agua	0,50	kg			
Mantequilla	0,25	kg		\$ 2,86	\$ 0,71
Queso mozzarella	0,50	kg	rallado	\$ 2,37	\$ 1,18
Porción ají					\$ 2,63
Porción ensalada					\$ 3,39
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 9,71
1. Mezclar la harina con sal, incorporar agua en igual cantidad que la harina. 2. Agregar mantequilla y mezclar. 3. Dejar reposar la masa por 10 min. 4. Porcionar la masa y rellenar con un poco de queso. Cocerlas al horno o sobre un tiesto.				Varios 5%	\$ 0,49
				Costo subtotal	\$ 10,19
				Costo c/u:	\$ 0,29
				P.V.P.S. Total	\$ 26,83
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 0,77
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 0,86
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,80
P.V.P. Final	\$ 0,90				


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Agua aromática					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: ollas, cucharón, tetera					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		22%			
Peso total (ml)	250			N° unid:	1
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Bolsa de hierbas	1	unid	(té, manzanilla, cedrón, toronjil, menta, hierbabuena)	\$ 1,25	\$ 0,05
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,05
1. Hervir agua, al cliente se le pasa la taza de agua caliente, el azúcar y la bolsa para infusión.				Varios 10%	\$ 0,01
				Costo subtotal	\$ 0,06
				P.V.P.S.+ IVA	\$ 0,17
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 0,19
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,22
				P.V.P. Final	\$ 0,25

Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Café de pasar CATEGORÍA: Bebida # PAX: 1 UTENSILIOS: ollas, cucharón, tetera, cafetera, filtro TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C FECHA: 9/22 PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta: 29% Peso total (ml): 200					
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Café de pasar ecuatoriano	0,025	kg	Molido y tostado	\$ 5,46	\$ 0,40
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,40
1. Hervir agua, con una chuspa se realiza el café. (esto se lo realiza en cocina, a vista del cliente)				Varios 10%	\$ 0,04
				Costo subtotal	\$ 0,44
				P.V.P.S. + IVA	\$ 1,34
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 1,50
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,34
				P.V.P. Final	\$ 1,50


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Chocolate caliente semiamargo CATEGORÍA: Bebida # PAX: 1 UTENSILIOS: ollas, cucharón, tetera, batidor de mano, cernidor TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C FECHA: 9/22 PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta: 29% Peso total (ml): 280					
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Leche entera	0,25	L		\$ 0,80	\$ 0,22
Cacao semiamargo	0,03	kg		\$ 3,13	\$ 0,19
Canela en rama	0,01	kg		\$ 0,98	\$ 0,01
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,42
1. Hervir la leche y aromatizar con canela. Mezclar con el cacao semiamargo y servir al comensal.				Varios 10%	\$ 0,04
				Costo subtotal	\$ 0,46
				P.V.P.S. + IVA	\$ 1,40
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 1,57
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,43
				P.V.P. Final	\$ 1,60



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE						
RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Batido de mora						
CATEGORÍA: Bebida						
# PAX: 1						
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM			PVP:		\$ 1,15	
Peso total (ml)		200	N° unid:		1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL	
Leche entera	0,2	L		\$ 0,80	\$ 0,18	
Mora	0,05	kg		\$ 1,39	\$ 0,07	
Esencia de vainilla	0,005	kg		\$ 2,68	\$ 0,05	
Costo objetivo/ideal		33%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto		\$ 0,30
1. Licuar la leche con la mora y la esencia de vainilla. Servir al comensal				Varios 10%		\$ 0,03
				Costo subtotal		\$ 0,33
				P.V.P.S. + IVA		\$ 1,01
				P.V.P.S. incluido impu.		\$ 1,13
				P.V.P. Final + IVA		\$ 1,03
				P.V.P. Final		\$ 1,15



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE						
RECETA ESTANDAR UTE						
NOMBRE: Batido de tomate de árbol						
CATEGORÍA: Bebida						
# PAX: 1						
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara						
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días						
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C						
FECHA: 9/22						
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM						
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM			PVP:		\$ 1,20	
Peso total (ml)		200	N° unid:		1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL	
Leche entera	0,2	L		\$ 0,80	\$ 0,18	
Tomate de árbol	0,05	kg		\$ 2,00	\$ 0,10	
Esencia de vainilla	0,003	kg		\$ 2,68	\$ 0,03	
Costo objetivo/ideal		33%				
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto		\$ 0,31
1. Licuar la leche con el tomate de árbol y la esencia de vainilla. Servir al comensal				Varios 10%		\$ 0,03
				Costo subtotal		\$ 0,35
				P.V.P.S. + IVA		\$ 1,05
				P.V.P.S. incluido impu.		\$ 1,18
				P.V.P. Final + IVA		\$ 1,07
				P.V.P. Final		\$ 1,20


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Batido de frutilla					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		25%		PVP: \$ 1,20	
Peso total (ml)		200		N° unid: 1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Leche entera	0,2	L		\$ 0,80	\$ 0,18
Frutilla	0,03	kg		\$ 1,16	\$ 0,03
Frambuesa	0,005	kg		\$ 2,75	\$ 0,06
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,27
1. Licuar la leche con la frutilla y la frambuesa y servir al comensal.				Varios 10%	\$ 0,03
				Costo subtotal	\$ 0,30
				P.V.P.S. + IVA	\$ 0,89
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 1,00
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,07
				P.V.P. Final	\$ 1,20


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Batido de guineo					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		27%		PVP: \$ 1,00	
Peso total (ml)		300		N° unid: 1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Leche entera	0,2	L		\$ 0,80	\$ 0,18
Guineo	0,09	kg		\$ 1,33	\$ 0,07
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,25
1. Licuar la leche con el guineo y la esencia de cacao. Servir al comensal.				Varios 10%	\$ 0,02
				Costo subtotal	\$ 0,27
				P.V.P.S. + IVA	\$ 0,82
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 0,92
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,89
				P.V.P. Final	\$ 1,00


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Jugo de naranja					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: extractor, cernidor, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:	29%		PVP:	\$ 1,90	
Peso total (ml)	200		N° unid:	1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Naranja	0,15	L	zumó	\$ 3,60	\$ 0,50
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,50
1. Obtener el zumo y servir al comensal.				Varios 10%	\$ 0,05
				Costo subtotal	\$ 0,55
				P.V.P.S. + IVA	\$ 1,67
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 1,87
				P.V.P. Final + IVA	\$ 1,70
				P.V.P. Final	\$ 1,90


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Jugo de frutimora					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:	29%		PVP:	\$ 0,70	
Peso total (ml)	200		N° unid:	1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Frutilla	0,05	kg		\$ 1,16	\$ 0,06
Mora	0,05	kg		\$ 1,39	\$ 0,07
Frambuesa	0,005	kg		\$ 2,75	\$ 0,06
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,18
1. Licuar la frutilla, la mora y la frambuesa con agua y servir al comensal.				Varios 10%	\$ 0,02
				Costo subtotal	\$ 0,20
				P.V.P.S. + IVA	\$ 0,61
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 0,68
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,63
				P.V.P. Final	\$ 0,70



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Jugo de tomate de árbol					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		26%		PVP: \$ 0,70	
Peso total (ml)		200		N° unid: 1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Tomate de árbol	0,08	kg		\$ 2,00	\$ 0,17
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto \$ 0,17	
1. Licuar el tomate de árbol y servir al comensal				Varios 10% \$ 0,02	
				Costo subtotal \$ 0,18	
				P.V.P.S. + IVA \$ 0,56	
				P.V.P.S. incluido impu. \$ 0,62	
				P.V.P. Final + IVA \$ 0,63	
				P.V.P. Final \$ 0,70	



Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Jugo de papaya					
CATEGORÍA: Bebida					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, tetera, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		30%		PVP: \$ 0,70	
Peso total (ml)		200		N° unid: 1	
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Papaya hawaiana	0,04	kg		\$ 2,44	\$ 0,09
Naranja	0,03	kg	zumos	\$ 3,60	\$ 0,10
Costo objetivo/ideal		33%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto \$ 0,19	
1. Licuar la papaya y mezclar con el zumo de naranja. Servir al comensal.				Varios 10% \$ 0,02	
				Costo subtotal \$ 0,21	
				P.V.P.S. + IVA \$ 0,63	
				P.V.P.S. incluido impu. \$ 0,71	
				P.V.P. Final + IVA \$ 0,63	
				P.V.P. Final \$ 0,70	


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE									
NOMBRE: Morocho									
CATEGORÍA: Bebida									
# PAX: 7									
UTENSILIOS: ollas, tablas, cuchillo, cuchareta, cernidor									
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días									
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C									
FECHA: 9/22									
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM									
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM									
% Costo de venta:		29%		PVP:		\$ 7,00			
Peso total (L)		1,390	Peso c/u (ml):	199	N° unid:		7		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL				
Morocho	0,4	kg		\$ 2,32	\$ 0,93				
Leche entera	0,9	L		\$ 0,80	\$ 0,80				
Canela en rama	0,03	kg		\$ 0,98	\$ 0,03				
Pimienta dulce	0,03	kg		\$ 1,21	\$ 0,04				
Pasas	0,03	kg		\$ 2,46	\$ 0,07				
Costo objetivo/ideal		33%							
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto			\$ 1,87		
1. Hervir agua y poner las especias, cocinar el morocho allí. Una vez esté semi suave, cernir y mezclar con la leche. Conservar el agua aromatizada. Poner las pasas y un poco del agua de cocción.				Varios 10%			\$ 0,19		
				Costo subtotal			\$ 2,06		
				Costo c/u:			\$ 0,29		
				P.V.P.S. Total			\$ 6,24		
				P.V.P.S. c/u + IVA			\$ 0,89		
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.			\$ 1,00		
				P.V.P. Final + IVA			\$ 0,89		
P.V.P. Final			\$ 1,00						


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

 UNIVERSIDAD UTE RECETA ESTANDAR UTE									
NOMBRE: Caca de perro									
CATEGORÍA: Dulce									
# PAX: 20									
UTENSILIOS: ollas, sartenes, tablas, cuchillo, cuchareta									
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 15 días									
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar, guardar en un lugar fresco									
FECHA: 9/22									
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM									
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM									
% Costo de venta:		35%		PVP:		\$ 5,00			
Peso total (kg)		0,990	Peso c/porción (g):	50	N° unid:		20		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL				
Maíz para tostado (cancha)	0,40	kg		\$ 2,01	\$ 0,80				
Panela	0,40	kg		\$ 1,56	\$ 0,63				
Canela en rama	0,04	kg		\$ 0,98	\$ 0,04				
Aceite fritura	0,15	L		\$ 3,57	\$ 0,18				
Costo objetivo/ideal		38%							
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto			\$ 1,65		
1. En una cacerola poner el aceite, dejar calentar y poner el tostado. No dejar de remover. En unos 30-45 min estará tostado. Escurrirle el aceite y dejar enfriar. 2. En otra olla hervir la canela y la panela para que se diluya. Debe quedar como un almibar semiespeso. Poner el tostado en este almibar e ir meciendo constantemente. Cuando se vaya evaporando el líquido, seguir moviendo y apagar el fuego. Así se irá solidificando la miel.				Varios 5%			\$ 0,08		
				Costo subtotal			\$ 1,73		
				Costo c/u:			\$ 0,09		
				P.V.P.S. Total			\$ 4,55		
				P.V.P.S. c/u + IVA			\$ 0,23		
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.			\$ 0,25		
				P.V.P. Final + IVA			\$ 0,22		
P.V.P. Final			\$ 0,25						


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Maní confitado					
CATEGORÍA: Dulce					
# PAX: 20					
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 15 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar, guardar en un lugar fresco					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		33%			
Peso total (kg)	0,810	Peso c/porción (g):	41	N° unid:	20
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Maní en grano	0,4	kg	con cáscara	\$ 2,05	\$ 0,82
Ajonjolí	0,06	kg	tostado	\$ 2,19	\$ 0,13
Azúcar blanca	0,35	kg		\$ 1,79	\$ 0,63
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 1,58
1. Hacer un caramelo y poner el maní crudo. 2. Dejar que se impregne el caramelo y mover la olla o paila para que se aglomere en el maní. 3. Agregar el ajonjolí, menear la olla o paila y apagar cuando se haya distribuido.				Varios 5%	\$ 0,08
				Costo subtotal	\$ 1,66
				Costo c/u:	\$ 0,08
				P.V.P.S. Total	\$ 4,36
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 0,22
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 0,24
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,22
				P.V.P. Final	\$ 0,25


Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Roscas de viento					
CATEGORÍA: Dulce					
# PAX: 45					
UTENSILIOS: ollas, sarténes, tablas, cuchillo, cuchareta, manga					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar, guardar en un lugar fresco					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		25%			
Peso total (kg)	1,560	Peso c/porción (g):	35	N° unid:	45
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Harina de trigo	0,3	kg		\$ 1,79	\$ 0,54
Mantequilla	0,22	kg		\$ 2,86	\$ 0,63
Huevo	0,4	kg		\$ 4,29	\$ 1,27
Azúcar glass	0,08	kg		\$ 2,50	\$ 0,20
Sal	0,06	kg		\$ 0,45	\$ 0,03
Agua	0,5	L			
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 2,66
1. En una olla poner agua y la mantequilla. Cuando hierva, colocar la harina. Bajar la intensidad del fuego e ir revolviendo con una cuchareta hasta que se vaya formando una masa homogénea que se va evaporando el líquido. Sacarla del fuego y agregar el huevo. Batir la masa con la batidora hasta que se incorpore bien. Poner la mezcla tibia en una manga pastelera. 2. En una lata engrasada, manguar roscas de unos 8 cm de diámetro. Hornear a 100°C. Para el baño de las roscas, una vez estén horneadas, dejarlas enfriar. Mezclar el azúcar y agua en partes iguales para formar un almíbar, dejar que espese y bañar las roscas.				Varios 5%	\$ 0,13
				Costo subtotal	\$ 2,79
				Costo c/u:	\$ 0,06
				P.V.P.S. Total	\$ 7,35
				P.V.P.S. c/u + IVA	\$ 0,16
				P.V.P.S. de c/u incluido impu.	\$ 0,18
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,22
				P.V.P. Final	\$ 0,25

Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Aji					
CATEGORÍA: Complemento					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: licuadora, cernidor, olla, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		30%	PVP: \$ 0,25		
Peso porción (g)		50	N° unid: 1		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Porción aji	0,05	kg		\$ 1,36	\$ 0,07
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,07
1. Cocinar el tomate y el aji. 2. Licuar el tomate con el agua de cocción y tamizar. Licuar el aji con el agua de cocción. Mezclar el zumo de tomate y del aji. Dejar enfriar. 3. Agregar el cilantro, cebolla y sal.				Varios 10%	\$ 0,01
				Costo subtotal	\$ 0,08
				P.V.P.S. + IVA	\$ 0,20
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 0,22
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,22
				P.V.P. Final	\$ 0,25

Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

UNIVERSIDAD UTE					
RECETA ESTANDAR UTE					
NOMBRE: Ensalada coleslaw					
CATEGORÍA: Complemento					
# PAX: 1					
UTENSILIOS: tablas de picar, cuchillo, bowl, cuchara					
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 3 días					
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: enfriar y refrigerar 0°-8°C					
FECHA: 9/22					
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM					
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM					
% Costo de venta:		32%	PVP: \$ 0,30		
Peso porción (g)		50	N° unid: 1		
INGREDIENTE	CANT. RECETA	UNIDAD	MISE EN PLACE	C. UNITARIO	C. TOTAL
Porción ensalada	0,05	kg		\$ 1,76	\$ 0,09
Costo objetivo/ideal		38%			
PROCEDIMIENTO				Costo Bruto	\$ 0,09
1. Aderezar los dos tipos de col con vinagre y azúcar. Reservar. 2. Escurrir un poco el líquido que pudiera salir de la col. 3. Agregar la zanahoria, la mayonesa, la sal y la pimienta. Rectificar sabores de ser necesario.				Varios 10%	\$ 0,01
				Costo subtotal	\$ 0,10
				P.V.P.S. + IVA	\$ 0,25
				P.V.P.S. incluido impu.	\$ 0,29
				P.V.P. Final + IVA	\$ 0,27
				P.V.P. Final	\$ 0,30

Adaptado del formato original de recetas de la Universidad UTE

Anexo F

Amortización de la deuda por método francés

MÉTODO FRANCÉS

N°periodos	Capital inicial	Cuota	Interes	Capital pagado	Capital pendiente		
0					\$28.121		
1	\$28.121	\$727	\$258	\$469	\$27.652		
2	\$27.652	\$727	\$253	\$473	\$27.178		
3	\$27.178	\$727	\$249	\$478	\$26.701		
4	\$26.701	\$727	\$245	\$482	\$26.219		
5	\$26.219	\$727	\$240	\$486	\$25.732		
6	\$25.732	\$727	\$236	\$491	\$25.241		
7	\$25.241	\$727	\$231	\$495	\$24.746		
8	\$24.746	\$727	\$227	\$500	\$24.246		
9	\$24.246	\$727	\$222	\$505	\$23.741		
10	\$23.741	\$727	\$218	\$509	\$23.232		
11	\$23.232	\$727	\$213	\$514	\$22.718	Interés año 1	Cuota año 1
12	\$22.718	\$727	\$208	\$519	\$22.200	\$2.801	\$8.721
13	\$22.200	\$727	\$203	\$523	\$21.676		
14	\$21.676	\$727	\$199	\$528	\$21.148		
15	\$21.148	\$727	\$194	\$533	\$20.615		
16	\$20.615	\$727	\$189	\$538	\$20.078		
17	\$20.078	\$727	\$184	\$543	\$19.535		
18	\$19.535	\$727	\$179	\$548	\$18.987		
19	\$18.987	\$727	\$174	\$553	\$18.434		
20	\$18.434	\$727	\$169	\$558	\$17.877		
21	\$17.877	\$727	\$164	\$563	\$17.314		
22	\$17.314	\$727	\$159	\$568	\$16.746		
23	\$16.746	\$727	\$154	\$573	\$16.172	Interés año 2	Capital año 2
24	\$16.172	\$727	\$148	\$579	\$15.594	\$2.116	\$8.721
25	\$15.594	\$727	\$143	\$584	\$15.010		
26	\$15.010	\$727	\$138	\$589	\$14.421		
27	\$14.421	\$727	\$132	\$595	\$13.826		
28	\$13.826	\$727	\$127	\$600	\$13.226		
29	\$13.226	\$727	\$121	\$606	\$12.621		
30	\$12.621	\$727	\$116	\$611	\$12.009		
31	\$12.009	\$727	\$110	\$617	\$11.393		
32	\$11.393	\$727	\$104	\$622	\$10.770		
33	\$10.770	\$727	\$99	\$628	\$10.142		
34	\$10.142	\$727	\$93	\$634	\$9.508		
35	\$9.508	\$727	\$87	\$640	\$8.869	Interés año 3	Capital año 3
36	\$8.869	\$727	\$81	\$645	\$8.223	\$1.351	\$8.721
37	\$8.223	\$727	\$75	\$651	\$7.572		
38	\$7.572	\$727	\$69	\$657	\$6.915		
39	\$6.915	\$727	\$63	\$663	\$6.251		
40	\$6.251	\$727	\$57	\$669	\$5.582		
41	\$5.582	\$727	\$51	\$676	\$4.906		
42	\$4.906	\$727	\$45	\$682	\$4.224		
43	\$4.224	\$727	\$39	\$688	\$3.536		
44	\$3.536	\$727	\$32	\$694	\$2.842		
45	\$2.842	\$727	\$26	\$701	\$2.141		
46	\$2.141	\$727	\$20	\$707	\$1.434		
47	\$1.434	\$727	\$13	\$714	\$720	Interés año 4	Capital año 4
48	\$720	\$727	\$7	\$720	\$0	\$498	\$8.721
	\$738.043	\$34.886	\$6.765	\$28.121			