



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

**“REESTRUCTURACIÓN DE LA CARTA DEL RESTAURANTE DE
LINARES DEL HOTEL CASA REAL, CANTÓN RIOBAMBA 2013”**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Ortiz Erazo Víctor Medardo

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

CERTIFICADO

La presente investigación fue revisada y se autoriza su publicación.

.....
Lic. Carlos Eduardo Cevallos H.
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICADO

Los Miembros de tesis certifican que la investigación titulada “Reestructuración de la carta del restaurante De Linares del Hotel Casa Real, cantón Riobamba 2013”; de responsabilidad del señor Víctor Medardo Ortiz Erazo ha sido revisada y se autoriza su publicación.

Lic. Carlos Eduardo CevallosH.
DIRECTOR DE TESIS

.....

Lic. Juan Carlos Salazar Y.
MIEMBRO DE TESIS

.....

Riobamba, 31 de marzo de 2014

AGRADECIMIENTOS

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía por permitirme culminar mi carrera en donde me he formado como profesional.

Al Lic. Carlos Cevallos Director de Tesis y al Lic. Juan Carlos Salazar Miembro de Tesis por su gran aporte y ser una guía durante el proceso de investigación en este trabajo.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a los profesionales gastronómicos que día a día nutren sus conocimientos en grandes cocinas y locales de restauración, que sus esfuerzos ayuden a mejorar la gastronomía nacional, siempre y cuando conservemos la imaginación de un niño y la paciencia de un santo, lograremos lo inimaginable.

RESÚMEN

La reestructuración de la carta del restaurante “De Linares” tiene como objetivo principal brindar un instrumento de ventas funcional, una carta de fácil lectura, con un estudio previo que sustente su contenido, y que se incorpore al área productiva del hotel.

Para la elaboración de la nueva carta se realizó un estudio de preferencias gastronómicas a los comensales más asiduos del restaurante “De Linares”, así se incorporó la nueva gama de preparaciones, se tomó en cuenta factores determinantes como son la competencia, el análisis FODA y una encuesta aplicada al personal de servicio y producción.

El siguiente paso fue la estandarización de las recetas para asegurar la homogeneidad en la presentación de los productos, y evitar el desperdicio de materia prima, se estableció los precios según el método del porcentaje del costo, estableciendo los platillos que generan mayores índices de ganancia.

Finalmente, se posicionó las preparaciones en la carta según un estudio de concentración de la vista en el menú por parte de los clientes, brindando como resultado final una carta de estilo español, con una gastronomía que se ajusta a las demandas de los clientes.

SUMMARY

The restructuring of the menu in “De Linares” restaurant has a main objective to provide a functional tool for sales, an easy order to read, with a previous study that support its content and incorporate it into the productive area of the hotel.

For the development of the new order was made a food preferences study to the most frequent diners at “De Linares” restaurant, was incorporated the new range of preparations, took into account important factors such as competition, SWOT analysis (Strengths, weaknesses, opportunities and threats) and a survey applied to the personnel service and production.

The next step was the standardization of recipes to ensure the consistency in the presentation products, and avoid wastage of raw materials; prices are established by the method percentage of the cost, setting the dishes that generate higher rates of profit.

Finally, the preparations in the order was positioned according to a study of concentration view in the menu by clients, offering as final result a Spanish style order with a food that meets the demands of customers.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS.....	2
A. GENERAL.....	2
B. ESPECÍFICOS.....	2
III. MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	3
A. ANTECEDENTES.....	3
1.Hotel “Casa Real”.....	3
2. Restaurante “De Linares”.....	3
2.1. Misión.....	5
2.2. Visión.....	5
B. RESTAURANTE.....	6
1. Definición.....	6
2. Historia.....	6
3. Tipos de Restaurantes.....	7
4. Características que debe tener un Restaurante.....	9
C. SERVICIO.....	10
1. Definición.....	10
2. Servicio según el tipo de establecimiento.....	10
2.1. Categoría.....	11
2.2. La Cocina.....	13

2.3. El Menú.....	15
2.4. El Cliente.....	16
2.5. La Explotación.....	17
2.6. Dimensiones.....	18
3. El servicio en la Restauración.....	18
D. RESTAURACIÓN.....	20
1. Definición.....	20
2. Evolución.....	21
3. Tendencias gastronómicas más populares en la restauración.....	23
4. La Organización en la Restauración.....	24
5. Políticas de higiene en la Restauración.....	29
6. El Marketing en la Restauración.....	33
7. La carta como una estrategia de Marketing.....	34
E. LA CARTA.....	35
1. Definición.....	35
2. Tipos de cartas.....	36
F. EL MENÚ.....	39
1. Definición.....	39
2. Tipos de menús.....	40
3. Confección de un menú.....	42
4. Fijación de precios del menú.....	43
G. RECETA ESTÁNDAR.....	45

1. Definición.....	45
2. Elementos.....	46
H. EL CLIENTE.....	48
1. ¿Quién es el cliente?.....	48
2. ¿Qué quiere el cliente?.....	48
3. La Política de la empresa a sus clientes.....	49
IV. METODOLOGÍA.....	50
A.LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	50
B.VARIABLES.....	51
1. Identificación.....	51
2. Definición.....	51
3. Operacionalización.....	52
C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
D. GRUPO DE ESTUDIO.....	53
E. DESCRPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS.....	54
V. RESULTADOS.....	57
A. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	57
1. Tabulación de Resultados.....	57
2. Mejoramiento de la propuesta gastronómica.....	74
2.1. Matriz de Factores Internos.....	74
2.2. Matriz de Factores Externos.....	75
2.3. Análisis de la competencia.....	75

2.4. Parámetros para la elaboración del nuevo menú.....	76
2.5. Incorporación de nuevas preparaciones culinarias.....	78
3. Estandarización de las recetas.....	80
4. Diseño de la nueva carta del restaurante “De Linares”.....	113
VI. CONCLUSIONES.....	115
VII. RECOMENDACIONES.....	116
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	117
IX. ANEXOS.....	120

I. INTRODUCCIÓN

La carta dentro de la hotelería y la restaurantería además de ser un instrumento de marketing es una ingeniosa mezcla de buen gusto, creatividad y la más sofisticada de las habilidades de un chef o dueño de un local.

El hotel “Casa Real” es una empresa joven que cuenta con un equipo de profesionales capacitados en el área turística y hotelera, por lo que sus servicios se enfocan principalmente en el buen trato a los huéspedes; aquí encontramos el Restaurante “De Linares”, un establecimiento de estilo español, que tiene dos años de funcionamiento desde su inauguración, recibe a turistas nacionales y extranjeros, ante el incremento de clientes del hotel los ingresos del restaurante no han cumplido las metas propuestas, esto exige a la administración un cambio de estructura, que se ha visto muy dispuesta a asumirlo, se determinó que la propuesta gastronómica se debe estructurar en base a un estudio previo de las preferencias gastronómicas de los huéspedes, y que las preparaciones incorporadas al menú deben ser funcionales, es decir que estén en estrecha relación con el área de producción, el modelo asumido contó con la estandarización de las preparaciones para asegurar la homogeneidad de los productos, se determinó la competencia potencial, su propuesta, y se la mejoró, se diseñó la carta según especificaciones detalladas basadas en un estudio de concentración de la vista y estrategias de venta. De esta manera, tenemos como resultado final una carta de estilo definido, con un estudio previo que fundamenta su estructura y a la que se le ha vinculado directamente con el área productiva del hotel.

II. OBJETIVOS:

A. Objetivo general

Reestructurar la carta del restaurante “De Linares” del Hotel Casa Real, Cantón Riobamba.

B. Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de preferencias gastronómicas a los comensales más frecuentes del restaurante “De linares”.
2. Mejorar la propuesta gastronómica a través de la estandarización de las recetas.
3. Diseñar la nueva carta para el restaurante “De Linares”.

III. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

A. ANTECEDENTES

1. Hotel “Casa Real”

El hotel “Casa Real” es una empresa joven, que tiene dos años de funcionamiento desde su inauguración, está ubicada en la ciudad de Riobamba en el Km 1 ½ vía a Guano, cuenta con un equipo de profesionales capacitados en el área turística y hotelera, por lo que sus servicios se enfocan en el buen trato a los huéspedes, ofreciendo un servicio personalizado, que garantice huéspedes satisfechos, felices y permanentes.

Es un hotel de primera con capacidad para 60 pax tiene 26 habitaciones entre simples y dobles y la suite presidencial Andalucía así como suites ejecutivas y familiares, además de contar con el restaurante “De Linares”.

2. Restaurante “De Linares”

El Restaurante De Linares cuyo nombre honra a grandes toreros como Curro Vásquez, Sebastián Palomo de Linares, etc. Es un lugar de reuniones que ofrece show de música en vivo y fiestas temáticas así como de una cava de vinos para acompañar platos de cocina clásica, también cuenta con un bar cafetería con servicio de buffet y self-service en el caso de desayunos.

IMAGEN Nº 01

INFRAESTRUCTURA “RESTAURANTE DE LINARES”



Fuente: Investigación de campo

El Restaurante “De Linares” tiene una infraestructura clásica de estilo español, es de segunda categoría (tres tenedores) que está en función de los requisitos basados en la ordenación turística de Restaurantes, y su capacidad es para 40 personas.

Entre los comensales más frecuentes tenemos los siguientes:

CUADRO Nº 01 PROCEDENCIA DE LA CLIENTELA

CLIENTELA	PROCEDENCIA	PCT (%)	PCT (%)
Nacional	Costa	40%	60%
	Sierra	20%	
Extranjero	Franceses	15%	40%
	Italianos	15%	
	Otras nacionalidades	10%	
TOTAL			100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Víctor Ortiz

Se ha establecido dentro de los valores corporativos políticas y estrategias para cumplir uno a uno los objetivos propuestos a corto y largo plazo, los cuales constan en la misión y visión del hotel.

2.1. Misión

Brindar a los huéspedes un servicio de excelencia, comprometidos con el turismo sostenible, ofreciendo a la vez momentos agradables en un ambiente de lujo, a través de estilo, la distinción y la calidez de nuestra atención.

2.2. Visión

Enfocarnos como objetivo común el éxito y desarrollo empresarial logrando consolidar una empresa líder en el mercado, competitiva e innovadora a través de los excelentes servicios turísticos que ofrece.

Para entender mejor la actividad de la restauración gastronómica se desarrolló conceptos básicos muy frecuentes, tanto en el área productiva, como el en área administrativa, es así que tenemos:

B. RESTAURANTE

1. Definición

Restaurante es aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo. “Es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se provee a los clientes con un servicio de alimentos y bebidas, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.¹

2. Historia

“El término restaurante proviene del francés *“restaurant”*, palabra que se utilizó por primera vez en el París de 1765, a pesar de que anteriormente ya existían locales que calzaban con dicha definición.

En castellano, *“restaurant”* significa *“restaurativo”* refiriéndose a la comida que se ofrecía en el siglo XVIII (un caldo de carne). Otra versión del origen de la palabra restaurante para denominar las casas de comidas, la encontramos también en Francia.

Según esta segunda versión, un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la que se podría considerar la primera casa de comidas, puso un eslogan en la entrada, que rezaba en latín: *“Venite ad me vos quistomacholaboratis et ego restaurabo vos”*, que al castellano podríamos traducir como: «Venid a mí

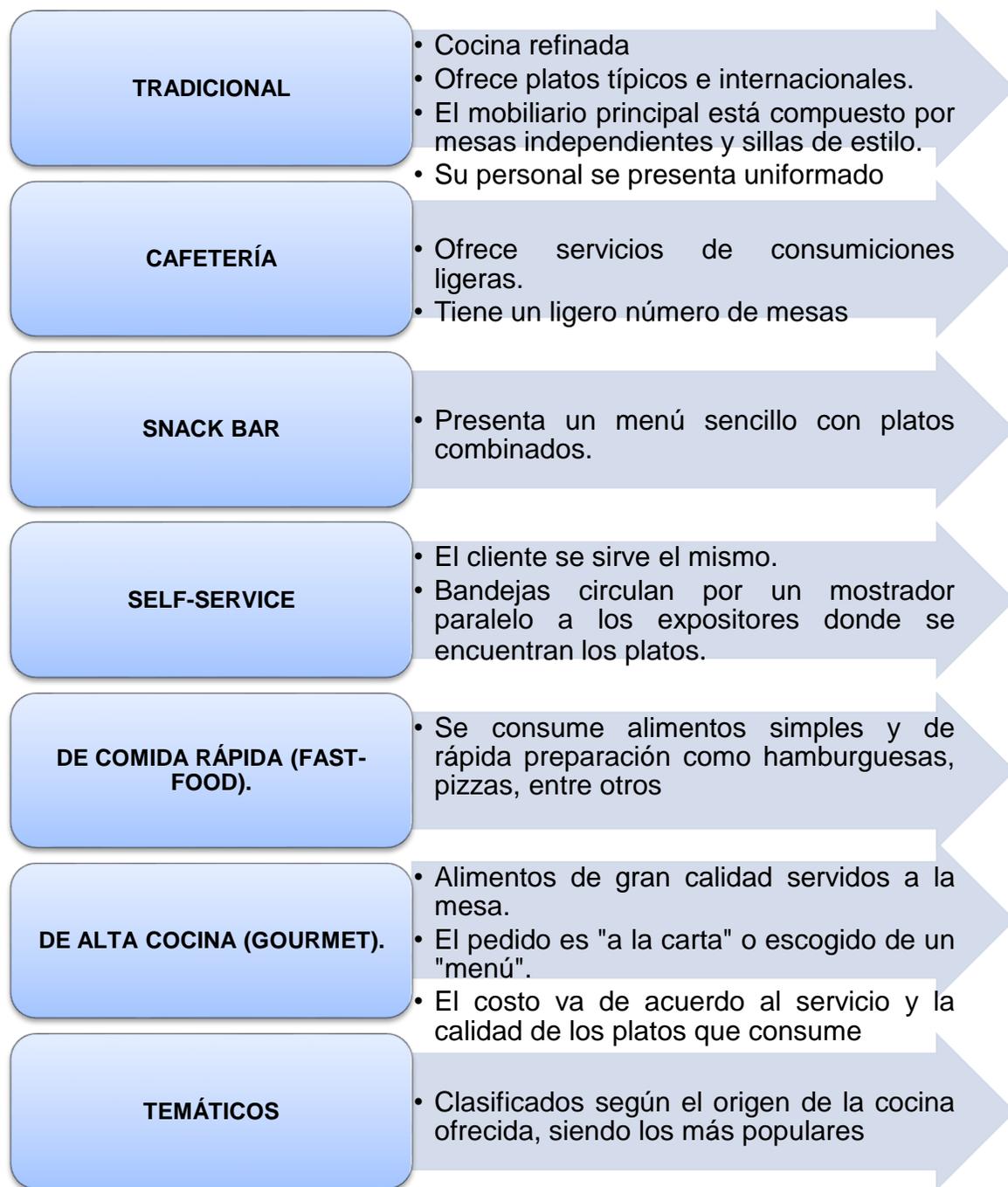
todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré». De esa última palabra del eslogan derivaría el término restaurante.

La palabra se extendió por toda Europa. En algunos países se modifica a "restoran", "ristorante" (en Italia) o "restauracja" (en Polonia).²

3. Tipos de Restaurantes

Se ha clasificado los restaurantes en base al tipo de comida que ofrecen y su metodología de servicio.

GRÁFICO Nº 01 TIPOS DE RESTAURANTES



Fuente: Anónimo. Elaboración de platos combinados y aperitivos. España: Vértice. 2009

Elaborado por: Víctor Ortiz

Los restaurantes deben cumplir con determinadas especificaciones para que los procesos de producción no puedan interrumpir el flujo de la clientela, es

así que detallamos las características básicas de un establecimiento de restauración.

4. Características que debe tener un restaurante

Entre las características básicas tenemos:

Local acogedor

Tanto la iluminación, el vestuario del personal, la música, y todo el resto de elementos que intervienen en la decoración y la imagen del local, deben estar acordes con la filosofía elegida.

Ventilación

Para eliminar los olores que eventualmente puedan provenir de la cocina, es obligatorio poseer un sistema de ventilación.

Ruido

Hay que recordar una regla fundamental; trabajar en silencio. El silencio y la calma son las bases del confort de un restaurante. Si se incorporan elementos musicales, deben estar acorde con la decoración y tipo de servicio.

Espacio

No se debe sobredimensionar las posibilidades del local, cada persona necesita su espacio alrededor, y más cuando se está alimentado.³

C. Servicio

1. Definición

“Se denomina servicio a la prestación que exige el propio sentido de hostelería (amabilidad, profesionalidad, higiene y anticipación) y las prestaciones añadidas que mejoran o sorprenden las expectativas del cliente.

El que le damos y como se lo damos forma parte de este servicio, intangible y subjetivo.

Los elementos físicos de este servicio son los recursos tangibles que pone toda empresa que con la intangibilidad de una buena prestación hacen que el servicio sea productivo.⁴

2. Servicio según el tipo de establecimiento

La oferta de establecimientos de restauración es tan variada que, para poder clasificarla resulta imposible atenerse a un solo criterio, es así que se ha determinado los principales factores que distinguen el servicio entre establecimientos y tenemos:

2.1. Categoría

En base a la Ordenación del Ministerio de Turismo, los restaurantes se clasifican en las siguientes categorías con sus distintivos respectivamente:

- De lujo (Cinco tenedores), el servicio se caracteriza por ser especial, éste se efectuará personalizado y con innumerables detalles que halagarán al comensal.
- Primera (cuatro tenedores), conocido como full service, tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento.
- Segunda (Tres tenedores), también conocido como turístico. Pueden tener acceso independiente para comensales, u capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer.
- Tercera (Dos tenedores), El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo, su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado.
- Cuarta (Un tenedor), tendrá el comedor independiente la cocina, plaque inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilleta de tela o papel.

Al margen de las categorías oficiales, existen organizaciones y empresas privadas, algunas con gran reconocimiento, que otorgan calificaciones a los restaurantes y les permiten hacer gala de la mención obtenida como señal de prestigio. Tal sería el caso de la internacionalmente conocida Guía Michelin.

La Guía Michelin envía inspectores de forma anónima a los establecimientos de restauración para que, a lo largo de varias visitas, estimen cinco parámetros de su oferta:

- La calidad de los productos
- La maestría de su condimentación y cocinado
- La “personalidad” de su cocina
- La relación calidad-precio
- La regularidad entre visita y visita.

A partir de las puntuaciones obtenidas en cada uno de los criterios, la Guía califica los restaurantes con una, con una, dos o tres estrellas:

★ Restaurante muy bueno en su categoría.

★★ Cocina excelente que merece un desvío.

★★★ Cocina excepcional que merece un viaje.

No obstante, la Guía Michelin concede de uno a cinco cubiertos, en función del confort y servicio que ofrece cada restaurante.

2.2. La Cocina

La oferta gastronómica de un restaurante también puede determinar el tipo de servicio que presta. No obstante, hay diferentes formas de entender la expresión “tipo de cocina”. En primera instancia, habría dos criterios básicos en esta forma de clasificar los restaurantes:

- *Por el tipo de alimentos:* el grueso de la carta (o en su totalidad) está compuesto por alimentos de una determinada clase: marisquería, asador, pizzería, vegetariano, etc.
- *Por criterios geográficos:* se ofrecen platos propios de la gastronomía de una determinada región o país. Básicamente se distingue entre restaurante de cocina nacional (restaurante vasco, andaluz, gallego, etc.) y de cocina internacional (restaurante italiano, japonés, marroquí, etc.)

Sin embargo si se repara en una u otra característica de la oferta gastronómica de un restaurante, cabe encontrar tipos como estos:

- *Cocina de mercado:* la que apuesta por aquellas materias primas que se pueden encontrar habitual y diariamente en los mercados, es decir, las autóctonas y de temporada.
- *Cocina tradicional creativa:* frente a las recetas que son fruto de siglos de tradición culinaria arraigada en su propia cultura y medio geográfico surgió un tipo de cocina que innovaba no solo en las formas de hacer, sino también en los ingredientes utilizados y es sus formas de combinarlos. En la actualidad, es muy frecuente la fusión de ambas tendencias.

- *Alta cocina o de gourmet*: es la que utiliza las materias primas de mayor calidad para preparar elaboraciones complejas y sofisticadas, que se presentan al comensal de una manera “cuidada y artística”.

- *Cocina FastFood*: se distingue por la oferta de alimentos simples, de rápida preparación. Por ejemplo, hamburguesas, papas fritas, etc.

- *Cocina autóctona*: En algunas comunidades autónomas se favorece la existencia de establecimientos dedicados a la promoción y recuperación de la gastronomía y la producción vinícola de la región. En Galicia, por ejemplo, estos establecimientos se llaman “casas de comidas” y quedan definidos en su legislación como:

Aquellos restaurantes que reúnan especialidades características de edificación singularidad y antigüedad de acuerdo con su localización geográfica podrán estar además, previa autorización administrativa, la denominación de casas de comida siempre que, reuniendo los requisitos generales previstos en la presente norma, oferten además mayoritariamente platos, vinos y bebidas típicas.

2.3. El Menú

En los establecimientos de restauración se suele ofrecer distintos tipos de menús que pueden marcar diferencias en cuanto a la forma de servicio.

- *Menú a la carta:* una carta no es más que una relación de platos, ordenada por tipos u orden de servicio, con el precio correspondiente a cada uno de ellos. En los restaurantes con este tipo de menú, al cliente se los ofrece la misma carta todos los días aunque cada cierto tiempo (por temporadas) cambia un cierto número de platos.

- *Menú del día:* el restaurante ofrece cada día, a un precio único y económico, una selección distinta de sus platos para que el cliente elija un primero, un segundo y un postre, de entre, habitualmente, cuatro o cinco opciones por plato. el precio suele incluir la bebida y el pan, pero no se cobra el servicio de la mesa.

- *Menú numerado:* Se usa en restaurantes de servicio rápido, como en cafeterías, cada plato tiene un número que lo identifica.

- *Menú cíclico:* En los comedores de empresas o colegios se utiliza un listado de menús distintos, que se van sucediendo a lo largo de un periodo de tiempo.

- *Menú de la casa:* Es aquel que el cliente contrata anticipadamente, por un precio fijo, una serie de manjares sin opción a escoger entre variedades de cada grupo.

- *Menú de degustación*: lo ofertan los restaurantes que hacen gala de poseer una excelente cocina y tiene por objeto dar a conocer sus especialidades en una sola comida compuesto por pequeñas cantidades y en orden lógico.

2.4. El Cliente

El cliente de un restaurante puede tener un papel más o menos activo en el servicio. Esto define distintos tipos de restaurantes:

- *Tradicional o convencional*: el cliente se sienta en la mesa y elige de la carta que le ofrece el maître o jefe de rango los platos que compondrán su comida. Esos platos son servidos por los camareros del restaurante.
- *Autoservicio o selfservice*: el cliente se sirve a sí mismo, depositando en una bandeja o un plato los alimentos que va a consumir en la cantidad que desea.

Puede ser en línea, si los alimentos están colocados en un orden determinado a lo largo de un recorrido prefijado, o *free-flow*, si los alimentos están dispuestos en “islas” independientes en la que los clientes pueden moverse con completa libertad. El buffet también es una forma de autoservicio, así como el servicio de barra (frecuente en el *fastfood*).

2.5. La explotación

Esta clasificación tiene que ver con la propiedad o gerencia de los establecimientos de restauración, Pueden ser:

- *Individual*: se trata de un solo restaurante, explotado de forma individual por una o varias personas.
- *Cadena de restaurantes*: varios restaurantes que comparten un mismo nombre, unas mismas características o, al menos, una misma propiedad que uniformiza, en cierto modo, su oferta.
- *Mixta*: una franquicia es un tipo de relación mercantil por lo que “un franquiciador cede al franquiciado la licencia de una marca, así como los métodos y el saber hacer lo necesario de su negocio a cambio de una cuota periódica”. En restauración, el franquiciador suele imponer la franquiciado algunos proveedores o el mantenimiento en carta de lagunas especialidades características de la franquicia.

2.6. Dimensiones

Pueden ser grandes, medianos y pequeños.⁵

3. El servicio en la restauración.

Los tipos de servicio son las formas de formas de presentar y servir los distintos platos al cliente en sala. Para ello existen diferentes técnicas y destrezas que los profesionales en sala deben haber adquirido. Los servicios más utilizados son:

El servicio emplatado

Los alimentos se sirven emplatados directamente de la cocina.

El servicio francés

Los alimentos salen en platos, fuentes y soperas de cocina y se dejan en el centro de la mesa para que los clientes se sirvan asimismo y a su gusto.

El servicio americano

Los alimentos se montan en la cocina y los platos se transportan en bandejas grandes.

El servicio “Inglesa”

Los alimentos salen en fuentes y soperas de cocina para ser emplatados y servidos directamente al cliente en sala. Este tipo de servicio, el alimento se sirve de la fuente en el plato delante del cliente.

El servicio de “Gueridón”

En este tipo, los alimentos salen de cocina en grandes recipientes para ser emplatados en el mismo gueridón delante del cliente y ser servidos en el momento.

El servicio “Rusa”

Es el servicio menos utilizado, ya que hacen falta grandes cualidades profesionales por parte del personal de sala. Por tanto, solo se usa en restaurantes distinguidos. Aquí se hacen desespinaados, deshuesados y trinchados de grandes piezas de alimentos, cocinados o no.⁶

D. RESTAURACIÓN

1. Definición

Este término se emplea frecuentemente como sinónimo para nombrar al conjunto de prácticas culinarias relacionadas con la elaboración de comidas. Sin embargo el concepto de restauración es más amplio. Se refiere a la actividad comercial consistente en la producción y servicio de comidas fuera del hogar. Un restaurador es mucho más que un gastrónomo. Mediante la restauración la creación gastronómica se oferta al público en un marco

empresarial en el que rigen objetivos, garantías, y requisitos que complementan y van más allá del mero componente artístico.

Esta es la correcta perspectiva desde la cual se han de elaborar las comidas en los establecimientos que conforman el sector. Sin duda un gerente competente, un buen cocinero o cualquier otro profesional de restauración considerado capaz, lo será no solo en función del resultado gastronómico obtenido fruto de su trabajo, sino también en cómo ha gestionado de un modo integral los diferentes aspectos y requisitos relacionados con una empresa de restauración.⁷

En este sentido describiremos las maneras en que se han gestionado las cocinas desde sus comienzos y su evolución a lo largo de la historia.

2. Evolución

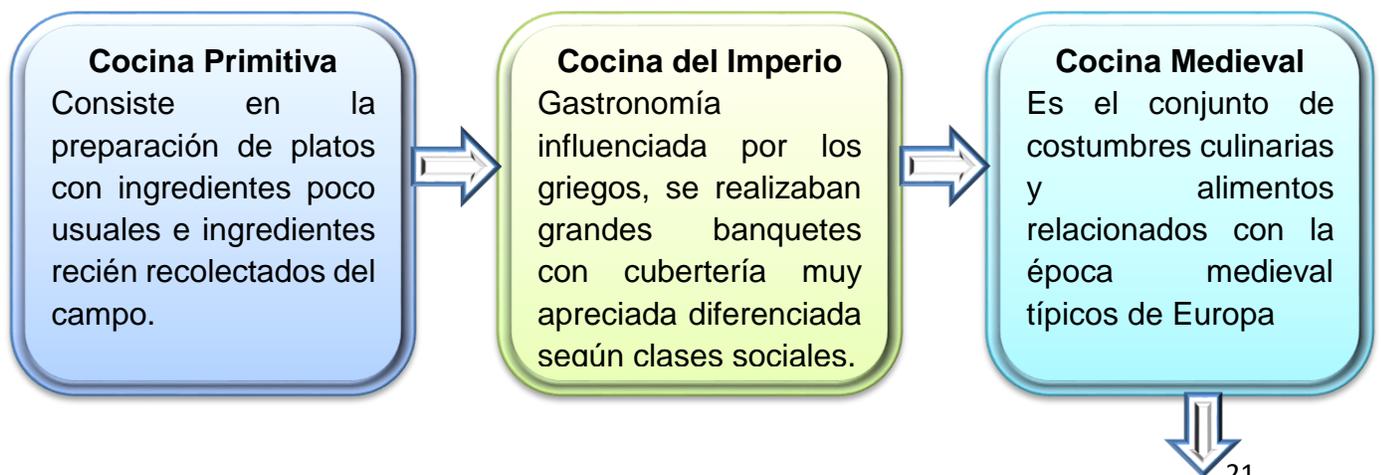
“Han transcurrido más de dos décadas desde que en España se incorporara la “nouvelle cuisine” a los fogones de los más ilustres comedores de hoteles y restaurantes. Daba la impresión de que con la ruptura política (llegada de la democracia) venía también la eclosión culinaria que algunos escritores-periodistas y restauradores venían proclamando desde el famoso mayo de 1968.

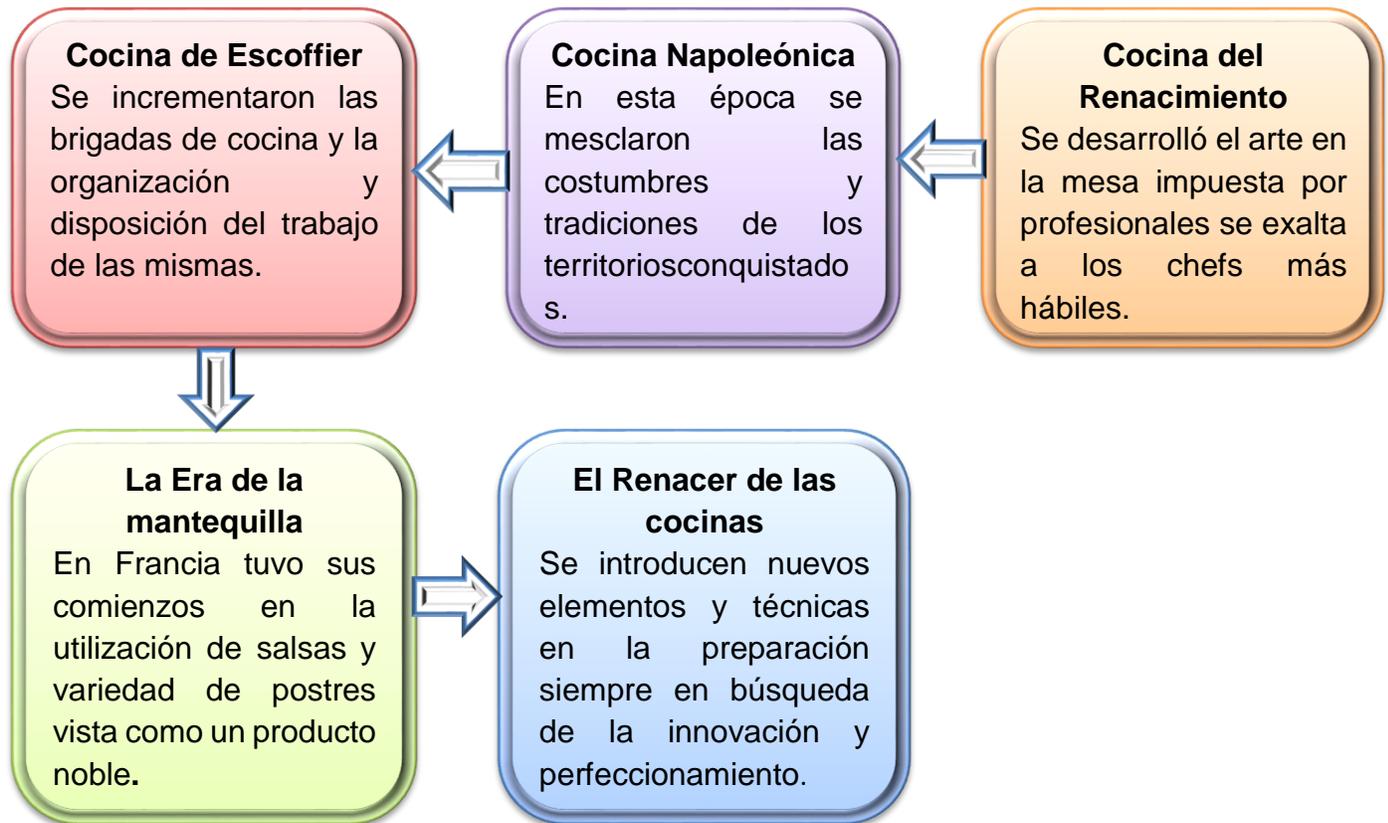
La cocina española se había internacionalizado al amparo del boom turístico, y los más sesudos cocineros tenían bajo la almohada a Escoffier y el repertorio de la cuissine y de estos saldrían los menús y cartas que ofrecerían a propios y foráneos todos ellos acompañados casi siempre de la nata y mantequilla, donde la yema de huevo no faltaba como elemento de ligazón y de reforzamiento del colesterol.

Durante estos años se declaró una guerra total a las legumbres (garbanzos, lentejas, eran sinónimos de pos guerra), los pescados azules eran propios de fogones muy humildes y toda la gastronomía tradicional pasó a muy contados locales como algo extraño y propio del pasado, aquí tenemos su evolución a lo largo de la historia.⁸

GRÁFICO Nº 02

EVOLUCIÓN DE LA COCINA





Fuente: Varios autores Elaborado por: Víctor Ortiz

3. Tendencias gastronómicas más populares en la restauración.

Ahora describiremos las tendencias actuales que son mayoritariamente utilizadas en el ámbito de la restauración dentro de nuestro sistema de industrias de alimentos y bebidas.

Los establecimientos de restauración generalmente enfocan sus servicios según su estilo e infraestructura en una determinada tendencia culinaria dependiendo de su clientela, analizando sus gustos y preferencias, para lo

cual, haremos una breve descripción de las tendencias culinarias tratadas en el presente estudio.

CUADRO Nº 02 (A)
TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

TENDENCIA	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO
GASTRONÓMICA		
Cocina Clásica	Son elaboraciones con bases técnicas y artísticas que adoptamos de la cocina francesa basados en los ingredientes y elaboración fuertemente tradicionales que aplicamos en determinadas preparaciones de la cocina ecuatoriana.	<ul style="list-style-type: none"> • Sopa de cebollas • Quiche lorraine • Crepes suzettes • Filete a la pimienta • Filetmigñone • Cordonbleu

Fuente: Varios autores

Elaborado por: Víctor Ortiz

CUADRO Nº 02 (B)
TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

La Nouvellecuisine	Nueva forma de cocinar los productos basada en la creatividad y la imaginación respetando los sabores originales y empleando salsas ligeras, existe un interés por las texturas de los alimentos respetándolos y potenciándolos, y cuida mucho la presentación de los platos.	<ul style="list-style-type: none"> • Caviar de berenjena • Ceviche de plátano verde • Pudín de camote con crema de maracuyá.
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Cocina Fusión	Es la mezcla de ingredientes representativos de otros países, mezcla de condimentos y/o especias, prácticas culinarias	<ul style="list-style-type: none"> • Filetmigñone en salsa de mora • Carpaccio de langostinos • Ensalada caprese con camarones al ajillo
Cocina Internacional	Platillos que diferencian a un país de otro ya sea por sus ingredientes, condimentos, o elaboraciones; es así que tenemos entre los más destacados cocina italiana, española, alemana, japonesa, china, etc.	<p>Italia: Pizza, el risotto, los raviolis.</p> <p>España: Callos a la madrileña, paella valenciana, gazpacho, pulpo a la gallega.</p> <p>Japón: sushi, pollo teriyaki, etc.</p>

Fuente: Varios autores **Elaborado por:** Víctor Ortiz

4. La organización en la restauración

El mundo de la restauración con su enorme diversidad de ofertas, dimensiones y objetivos, genera organizaciones de toda tipología, cuya representación está en una persona física (autónomo) o jurídica (sociedad limitada, anónima, etc.). Cuando hablamos de organización nos estamos refiriendo, por lo general a un sistema social permanente que trata de alcanzar unos determinados objetivos, con la colaboración coordinada de sus miembros en un ambiente de estabilidad y con un clima que permita la mejor eficacia y eficiencia de todos. En cualquier organización entran en juego recursos humanos y materiales de acuerdo a los objetivos de la empresa, y, es natural, no son los mismos en un fastfood que en un restaurante familiar o en una oferta de alta cocina.

Las organizaciones siempre las hemos visto representadas a través de organizaciones verticales, con un componente jerárquico importante y donde los distintos niveles se desarrollan de acuerdo a unas funciones o tareas determinadas.

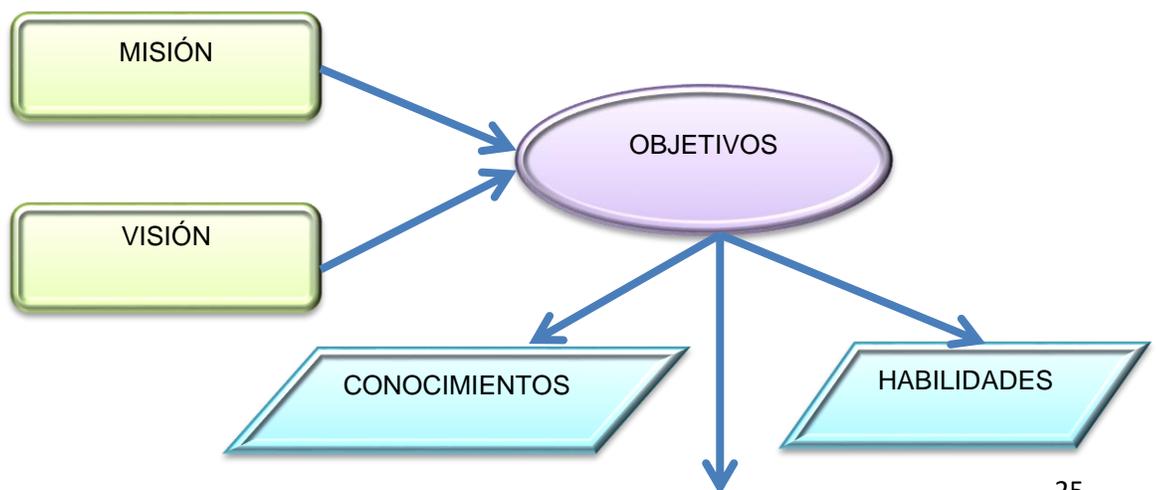
Sin embargo, hoy en día y de cara al futuro tan apasionante que se nos presenta en el siglo XXI, las estructuras de las empresas deben cimentarse en otros criterios que son totalmente diferentes a los que hemos vivido y practicado durante estas últimas décadas.

Una empresa de restauración que quiera representar algo en el futuro tiene que desarrollarse a través de lo que significa la verdadera calidad, palabra de la que se abusa, continuamente, con objetivos distintos e interpretaciones erróneas.

Es así que, para definir una organización debemos tener en cuenta los siguientes indicadores:

GRÁFICO Nº 03

CLAVES DE LA ORGANIZACIÓN





Fuente:Varios autores **Elaborado por:** Víctor Ortiz

Con esta base la empresa puede generar una organización donde los trabajadores se integran en un proyecto de empresa, grande, mediana o pequeña, que pueda ser estimulante para ellos.

La MISIÓN, VISIÓN Y CULTURA son elementos “espirituales” ya que su objetivo es decir *quiénes somos, hacia donde vamos y cuáles son los valores por los que nos distinguimos.*

En segundo lugar los OBJETIVOS que representan lo que queremos conseguir y que todos deben conocer. Un objetivo tiene valor cuando no solo intervienen palabras sino datos concretos que se poder medir, comparar, etc.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS podemos considerarlos como el cerebro de la empresa que permite la creatividad, el buen hacer y la profesionalidad. El ser humano que responde a su actividad laboral con las mejores actitudes y aptitudes, dando cumplimiento con los objetivos de la empresa. Es la materialización del “saber ser y saber hacer” o la respuesta al qué, cómo, quién, cuándo, cuánto, dónde y por qué.

Dentro de la Hostelería si hay una actividad donde deba existir MOTIVACIÓN, sin duda, es en la Restauración. Un camarero, cocinero o la persona que está en el office necesita estímulos que le animen a su actividad diaria y donde el cliente interno o externo va a percibir su estado de ánimo.

La RESPONSABILIDAD en la empresa se cultiva con el ejemplo y todos aquellos que tienen responsabilidad sobre otros deben potenciar sus propias actuaciones para que sean espejo donde los demás puedan mirar.

EQUIPO, equipo, equipo, palabra que habría que repetir constantemente. El éxito de cada uno forma parte del éxito de los demás y viceversa. Sin equipo la Restauración no funciona. Aquí no hay protagonista, sino protagonistas que están o no a la vista del cliente.

Finalmente, una organización debe conseguir RESULTADOS PARA TODOS. Se trata de compartir beneficios, de todo tipo en la proporción más equitativa para que el trabajador se sienta participe de un proyecto.⁹

GRÁFICO N° 04



Fuente: Felipe Gallego, J Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y Restaurantes: España: Paraninfo. 2012

5. Políticas de higiene en restauración

“En las últimas décadas se ha producido cambios sustanciales en la sociedad que han afectado a los hábitos de consumo y nivel de exigencia de los clientes.

Así mismo, distintos sucesos de importancia nacional e internacional que han afectado a la salud de los consumidores, han obligado a las distintas administraciones públicas, empresas, trabajadores, a poner en marcha

sistemas de control que disminuyen al máximo la posibilidad de riesgo en cualquier proceso de la cadena alimentaria.

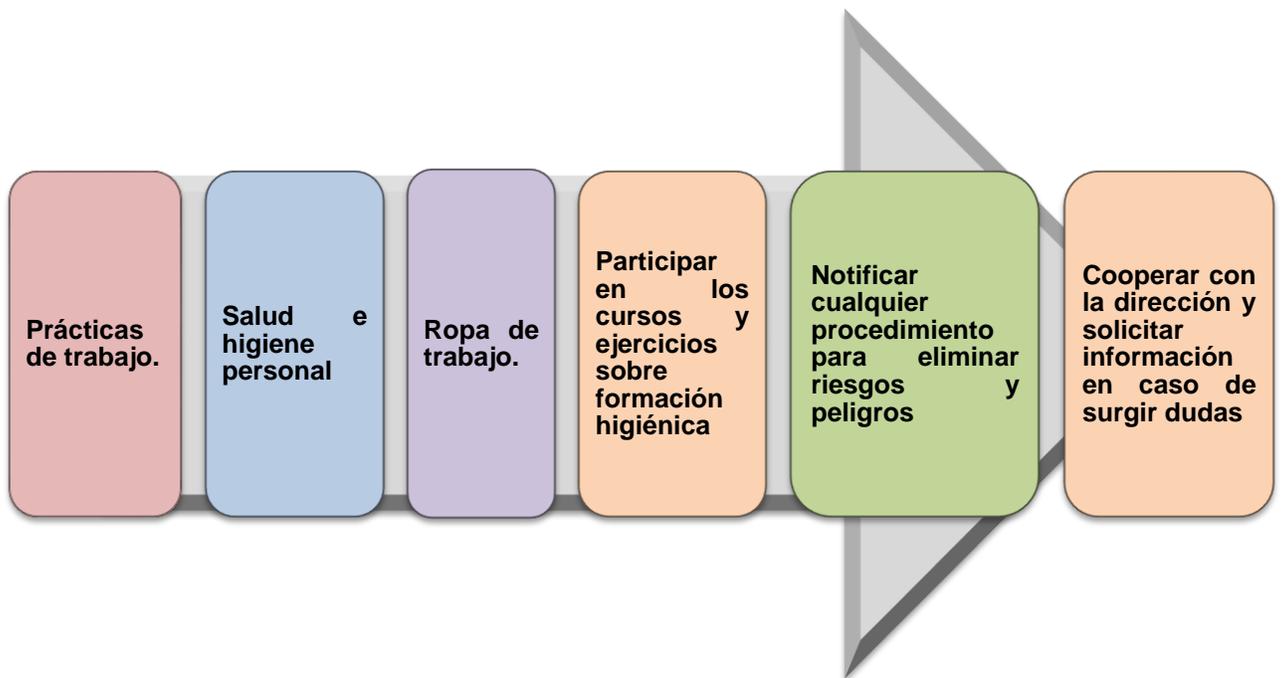
En los restaurantes y puntos de venta, bien sean independientes o formen parte de cadenas, ponemos a disposición de los clientes alimentos y bebidas, debiendo extremar toda precaución para asegurar al cliente las máximas garantías higiénicas de dichos productos. Para que esto sea así, es necesario el compromiso de todas las personas que intervienen en los procesos, cumpliendo, apoyando y sugiriendo cualquier actuación que la dirección adopte en este sentido.

Para ello, cualquier empleado del área de restauración (cocina, servicio, economato) es responsable de:

Cumplir la política y los códigos de práctica de la empresa con respecto:

GRÁFICO Nº 05

POLÍTICAS DE LA EMPRESA PARA EL EMPLEADO



Fuente: Felipe Tablado, C. Felipe Gallego, J. Manual de Higiene y Seguridad Alimentaria en Hostelería. Australia: Paraninfo. 2004

Elaborado por: Víctor Ortiz

En este sentido, toda empresa debe definir su CÓDIGO DE PRÁCTICAS BÁSICO, incluyendo al menos los siguientes apartados:

CUADRO N 04 (A)
CÓDIGO DE PRÁCTICAS BÁSICO

APARTADOS	CONSIDERACIONES
No fumar	Fumar está absolutamente prohibido en cualquier zona de restauración y, en especial en cocina, offices, economatos y áreas de transito de alimentos.
La comida, bebida, y otros hábitos personales	Está absolutamente prohibido en cualquier zona de restauración y, en especial en cocina, offices, economatos y áreas de transito de alimentos, comer, beber e ingerir cualquier tipo de estupefaciente o sustancia que sea susceptible de alterar las condiciones físicas o psíquicas
Antes de comenzar a trabajar.	<ul style="list-style-type: none"> • Lavarse siempre las manos • Vestirse con ropa de trabajo limpia y apropiada • Mantener aseo corporal adecuado
Toses y estornudos	<ul style="list-style-type: none"> • Avisar al responsable del departamento o superior en caso de encontrarse enfermo. • Toser o estornudar bien alejado de los alimentos. • Utilizar siempre pañuelos desechables.
Manos pelos y otras zonas corporales.	<ul style="list-style-type: none"> • Lavarse las manos con regularidad, y siempre tras usar el aseo, antes de iniciar el trabajo, tras manipular alimentos crudos o residuales, y siempre que se pase de zona sucia a zona limpia. • Mantener las uñas de los dedos limpias coartadas y sin pintar.

Fuente: Felipe Tablado, C. Felipe Gallego, J. Manual de Higiene y Seguridad Alimentaria en Hostelería.

CUADRO N 04 (B)
CÓDIGO DE PRÁCTICAS BÁSICO

<p>Manos pelos y otras zonas corporales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No llevar adornos, anillos, brazaletes, colgantes o cualquier otro elemento decorativo. Solamente se acepta el anillo de matrimonio. • Mantener los cortes cubiertos con apósito limpio e impermeable. • Comunicar cualquier tipo de alergia a alimentos o elementos de trabajo. • Mantener una escrupulosa higiene personal, no usando en el trabajo cosméticos faciales, pestañas postizas, y en definitiva cualquier elemento que pueda alterar la higiene de los alimentos. • En el área de cocina se mantendrá el pelo siempre corto y aseado, utilizando los gorros adecuados.
<p>Manipulación de los alimentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener separados los alimentos crudos y cocinados para evitar contaminaciones cruzadas • Usar únicamente equipos y recipientes escrupulosamente limpios • Servir los alimentos tan pronto como se pueda tras ser cocinados • No dejar nunca carnes, pescados o huevos cocinados a temperatura ambiente durante más de una hora.

Fuente: Felipe Tablado, C. Felipe Gallego, J. Manual de Higiene y Seguridad Alimentaria en Hostelería.

CUADRO N 04 (C)

CÓDIGO DE PRÁCTICAS BÁSICO

Manipulación de los alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener temperaturas adecuadas de los alimentos crudos y cocinados.
Las instalaciones y equipos	<ul style="list-style-type: none"> • Se utilizarán las instalaciones y equipos con la mayor diligencia posible y para los fines a los que estén destinados. • Después de cada uso, se realizará la limpieza adecuada de la instalación o equipo a fin de mantener el máximo nivel higiénico. <i>SIGUE...</i> • Se utilizarán los productos de limpieza y desinfección adecuados a cada proceso y en cada momento antes y después de usarlos. • La colaboración de todas las personas implicadas para la puesta en marcha de sistemas que mejores las garantías de salubridad e higiene de los productos y procesos de restauración es pieza clave en el aseguramiento de altos niveles de calidad de la empresa hacia los clientes.¹⁰

Fuente: Felipe Tablado, C. Felipe Gallego, J. Manual de Higiene y Seguridad Alimentaria en Hostelería.

6. El Marketing en la Restauración

El Marketing es un conjunto de acciones de diversa naturaleza que ayuda al establecimiento de restauración a alcanzar la metas propuestas diferenciándolo del resto, de la gran diversidad de oferta latente en el mercado, comunicando para influir en su proceso de compra del consumidor y que tiene como principio básico la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes.

El marketing, en nuestro siglo, es un proceso activo que orienta la empresa hacia el consumidor en donde, se produce solo aquellos que se puede vender y no se vende todo lo que se produce. El establecimiento de restauración tiene que ajustar su servicio- producto constantemente a las necesidades actuales y futuras de los consumidores.

El marketing es un proceso activo de ahí que se puede utilizar la expresión más coloquial de “hacer marketing”, ya que son procesos que continuamente se tienen que rehacer, cambiar, ajustar, modificar atendiendo siempre a los deseos y necesidades de los consumidores.

Dos metafóricas direcciones tiene que tomar la empresa de restauración para hacer marketing”, una de dentro afuera es decir, acciones encaminadas a fidelizar a los actuales clientes externos (pasantes, consumidores) y ganar nuevos, y otra de afuera a dentro, es decir, acciones encaminadas, a fidelizar a sus clientes internos (empleados, trabajadores) y ganar nuevos.¹¹

7. La carta como una estrategia de marketing

Dentro del restaurante nos enfrentamos a esta ardua tarea como es la elaboración de un menú, muchos dueños de locales confeccionan menús sin o casi ninguna experiencia, por lo que supone que no analizan los gustos de los clientes, sus preferencias gastronómicas, su procedencia, e incluso la competencia potencial, no desarrollan una correcta relación entre el área de

producción y la carta, por lo que no se sabe si el público considerara adecuada la elección y el coste de los productos.

Algunas cartas bien elaboradas ofrecen información adicional sobre el restaurante, como su ubicación, diseño e incluso atractivos turísticos de la ciudad, por lo que es importante tomar todos estos puntos en cuenta para la confección de una carta.

E. LA CARTA

1. Definición

“Se conoce con el nombre de carta a la exposición escrita, mas menos artística y lujosa de los diferentes platos agrupados por afinidades y que, con sus correspondientes precios, el establecimiento ofrece al público.

Todos los restaurantes vienen obligados a ofrecer al público, las cartas de platos y vinos, cuya composición y variedad están en consonancia con la categoría y especialidad que ostenten y cultiven.

Dichas relaciones de servicios y precios se exhiben, tanto en el interior como en el exterior de los establecimientos, en lugar que permita su lectura sin dificultad, redactándose en español y, además, en francés en inglés, así como en otras lenguas, de acuerdo con el tipo de origen de los posibles clientes.”¹²

2. Tipos de Cartas

La carta la clasificamos según su oferta y según su actividad.

➤ **Según la oferta parcial**

- Postres
- Vinos
- Sabot

➤ **Según su actividad**

- Carta de platos
- Roomservice
- Bar
- Cafetería

Carta de platos

Máxima oferta de platos de un establecimiento, estructurados en series o en grupos, donde cada producto tiene su precio, y que en cocina prepara, bajo petición de la clientela.

Disposición de platos:

- Primer grupo: entradas frías y calientes: sopas, consomés, huevos, pastas y arroces.
- Segundo grupo: pescado y mariscos
- Tercer grupo carnes

- Cuarto grupo: postres
- Quinto grupo: sugerencias.

Se desarrolla en hoteles y restaurantes. En nuestros días el número de platos por grupo es limitado. Cada plato tiene su precio establecido.

Carta de vinos

Es la presentación detallada de vinos, en forma de listado, que un establecimiento oferta a su clientela.

Diseñada por el Somelier, esta carta deberá diseñarse y confeccionarse con el mismo esmero dedicado a las anteriores y los vinos que en ella se ofrezcan estará acorde con los platos de la carta.

Carta Sabot

Es una carta a modo de ficha técnica que recoge los vinos ofertados por el negocio, distinguiéndoles primero por zonas y luego por grupos.

En cada ficha se especifican entre otros, los siguientes datos; nombre del vino, denominación de origen, capacidad de la botella, bodega, graduación alcohólica, añada, uvas utilizadas, nota de cata y precio.

Carta del room-service

Es ofrecida, generalmente, por establecimientos hoteleros de altacategoría y, en algunos casos, este servicio permanece abierto durante las 24 horas del día.

En ella pueden incluirse los mismos productos que en la carta del restaurante, servidos siempre en horarios laborables para el restaurante.

Carta de bar

Es la relación de bebidas de los que dispone el establecimiento.

El listado es el siguiente:

- Aperitivos
- Aguas
- Aguardientes y licores
- Refrescos
- Cervezas
- Cocteles y combinados
- Bebidas calientes

Algunas cartas recogen una pequeña relación de comidas sencillas y ligera elaboración.

Carta de cafetería

Estos establecimientos suelen ofrecer una carta en la que incluyen todas aquellas elaboraciones que tienen a disposición de sus clientes, además de las bebidas ya indicadas, suelen incluirse también determinadas elaboraciones culinarias como tapas, canapés, sándwiches, ensaladas, entremeses y platos combinados.¹³

F. EL MENÚ

1. Definición

“Palabra de origen francés, cuyas principales acepciones son las siguientes: Conjunto de diferentes platos que componen un almuerzo o comida, servicios estos que en lenguaje no profesional se denominan, respectivamente, comida y cena.

Por extensión, se aplica también este término a los platos que componen la comida familiar.

Se podría definir el Menú o Menú del día, como la comida o almuerzo el establecimiento ofrece a sus clientes mediante un precio fijo en el que se suele incluir el pan y en otras ocasiones el agua mineral, cerveza o vino de casa. Los primeros menús escritos datan del siglo XVI.

2. Tipos de menús

Menú carta

Es una oferta flexible que se compone de 3 o 4 grupos, cada uno de ellos con varios platos, donde el cliente puede elegir uno de cada grupo.

Menú de la casa

Los restaurantes clasificados en las categorías de 3, 2, y un tenedor deberán ofrecer al público un menú de la casa, en el que bajo un precio global estén incluidos el pan, vino y postre. Es el menú del día.

Menú concertado

Es aquel que se caracteriza porque tanto su composición y precio es fijado de común acuerdo por el cliente y el hostelero. Este tipo de menú sirve tanto para contratar un servicio de un grupo, por ejemplo, una agencia de viajes como para la contratación de un gran banquete. Generalmente, aquellos establecimientos disponen de salones adecuados, suelen tener preparados varios menús de este tipo, con el fin de que el cliente que desee contratar un servicio, pueda seleccionar, entre varios, aquel que más le interesa.

Menú corto y ancho

Se dice corto por estar compuesto de pocos platos 3 (postre incluido) y ancho por ser raciones muy abundantes.

Menú de degustación

Es un tipo de menú largo y estrecho, últimamente implantado en restaurantes de gran categoría, con el fin de que el cliente prueba un buen número de platos, generalmente considerados como especialidades de la casa, por un precio razonable, sin tener que padecer los efectos de una digestión pesada y acompañados con los vinos correspondientes.

Menú fijo

Es aquel que cada grupo está compuesto de un solo plato por grupo.

Menú largo y estrecho

Suele estar compuesto de 5 o más platos, con raciones más cortas de lo normal.

Menú de régimen

La cocina dietética tiene 2 variantes la curativa y la preventiva. La dietética preventiva, se debe practicar habitualmente, a base de una alimentación sana y equilibrada con el fin de mantener la forma física.

La dietética curativa consiste en la aplicación de un determinado régimen adecuado al tipo de enfermedad que padezca el paciente.¹⁴

3. Confección de un menú

A la hora de elaborar un menú determinado, en primer lugar se debe fijar el plato principal, y a continuación los demás platos, de acuerdo con las siguientes características:

La temporada

Los pescados, la caza, las carnes como el cordero lechal o el cochinillo y muchas hortalizas y frutas, que en su temporada óptima de recolección son más sabrosos y más baratos. A pesar de que los alimentos se pueden encontrar en el mercado todo el año gracias a sistemas de cultivo y nuevos métodos de conservación de los alimentos, la temporada es un factor de tener en cuenta a la hora de confeccionar un menú determinado.

Variedad

Tanto de alimentos como de maneras de prepararlos, para lograr una gama de sabores más amplia.

Para conseguirlo obraremos de la siguiente manera:

- Evitar repetir las materias primas en diferentes elaboraciones.

- Evitar repetir los métodos de cocción.
- Combinación de colores.¹⁵

4. Fijación de precios del menú

Para calcular el coste de un menú se procede de la siguiente manera:

1. Se asigna un valor a cada platillo que compone el menú considerando los precios a los que se compran los ingredientes del platillo, se dividen los recursos económicos invertidos en cada platillo entre el número de porciones obtenidas.
2. Se suma el valor asignado de todos los platillos que integran el menú, y se obtiene un total llamado valor-costo.
3. Se determina el precio de venta del menú. El valor-costo debe representar de 25% a 33% del precio de venta. Este porcentaje se denomina porcentaje de costo que se está trabajando.

Se recomiendan los siguientes porcentajes de costos:

- Cafetería: 26%
- Restaurante de batalla: 30%
- Restaurante de primera: 32%
- Restaurante grill o de especialidades: 33%.

Todos estos porcentajes de costos son aplicables también en la hotelería, si se brinda un servicio de primera.¹⁶

Para la estandarización de receta y determinación de P.V.P. se utilizó el método según el porcentaje de coste del plato, estandarizando los porcentajes de costo para cada tipo de preparación (Cuadro N° 06), entendiéndose por costo como el valor asignado a la cantidad de un factor que se ha consumido para producir un producto; es decir que mientras sea menor el porcentaje del costo mayor utilidad se obtendrá en la preparación, esto nos servirá posteriormente para clasificar los platos con mayor y menor índices de ganancia y posicionarlos adecuadamente en la carta.

La fórmula aplicada para determinar el precio de venta es la siguiente:

$$P.V.P. = \frac{\text{Coste del plato} \times 100}{\% \text{ Coste plato}}$$

CUADRO N° 06

MARGEN DEL PORCENTAJE DE COSTO

PLATOS	MÍNIMO	MÁXIMO
Entradas	32%	35%
Platos principales	33%	36%
Postres	13%	18%
Pasta y arroces	28%	31%
Verduras y ensaladas	25%	28%

Fuente: Varios autores

Elaborado por: Víctor Ortiz

G. Receta Estándar

1. Definición

“Una receta estándar es una lista detallada de todos los ingredientes necesarios para la preparación de un alimento, la cual además de comentar los ingredientes, también, debe incluir cantidades, la unidad que se utiliza para medir la cantidad (Kilogramos, Litros, etc.) el costo unitario y el costo total.

Debemos tener en cuenta que este formato solo contiene información relacionada con los costos de una preparación.

2. Elementos

CUADRO N 07 (A)

ELEMENTOS DE LA RECETA ESTÁNDAR

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
Nombre de la receta	Nombre de la receta
Porciones	En este espacio tendremos en cuenta el número de platos que obtendremos de nuestra receta.
Receta N°	El número que pertenece a esta receta.
Número del producto	En esta casilla va el código de cada uno de los ingredientes que utilizamos en la receta (para manejo de inventario)
Ingredientes	Aquí va el nombre de cada producto que vamos a utilizar.
Cantidad requerida	Debemos poner las cantidades precisas de cada ingrediente en relación a la unidad de medida.
Unidad de medida	Es el mecanismo que hemos usado para referirnos a cada ingrediente, partiendo de la cantidad, pueden ser unidades de peso, volumen o unidades. Es recomendable usar una misma unidad de medida para cada receta.
Valor unitario	Este es el precio de cada ingrediente en una unidad de medida determinada
Valor total	Hace referencia al precio del producto teniendo en cuenta las cantidades requeridas. Esto es igual al precio por unidad de medida multiplicado por la cantidad requerida

Fuente:<http://www.slideshare.net> citado: 2013-11-04

Elaborado por: Víctor Ortiz

CUADRO N 07 (B)

ELEMENTOS DE LA RECETA ESTÁNDAR

Costo total de la materia prima	Es la suma de los valores totales de todos los productos.
Margen de error o variación	Es el 10% del costo total de la materia prima, este margen se utiliza para proteger los precios de los productos de fluctuaciones en el mercado y para incluir ingredientes con una baja representación en la receta (sal, condimentos)
Costo total de la preparación	Es la suma de costo total de materia prima y el margen de error o variación.
Costo por porción	Es el costo de una sola porción, se obtiene dividiendo el costo total de la preparación entre el número de porciones de una receta
Porcentaje costo materia prima establecida	Es el porcentaje que debe llevar la materia prima en el total de gastos, ver (Cuadro nº 06).
Precio potencial de venta	Es el valor en el cual se debe vender un producto para obtener la utilidad que la gerencia ha propuesto.
Precio carta	Es el monto potencial de venta multiplicado por uno más %IVA. Este resultado se redondea a la unidad más atractiva para el cliente y que facilite el cambio. ¹⁷

Fuente: <http://www.slideshare.net> citado: 2013-11-04

Elaborado por: Víctor Ortiz

H. El cliente

1. ¿Quién es el cliente?

- Es la persona más importante de esta negociación y de cualquier otra.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- No es una interrupción de nuestro trabajo, él es nuestro trabajo.
- No está haciendo un favor con sus visitas, nosotros no estamos haciendo un favor al atenderlo.
- Es parte de nuestro negocio no es un extraño
- Es carne y sangre, un humano con sentimientos y emociones igual que nosotros.
- No es una persona con que nosotros debemos replicar, tampoco comparar nuestro ingenio con el suyo.
- Es una persona que llega con deseos de alimentarse, nuestro trabajo es cumplir sus deseos.
- Merece nuestra cortesía y el mejor servicio que podamos dar.

2. ¿Qué quiere el cliente?

Un ambiente limpio de polvo, papeles e insectos. Personas amigables, corteses sinceras y con deseo de atenderlo.

Alimentos preparados con higiene, presentación y calidad.

Encontrar buenos alimentos para consumir.

Pagar por las cosas mencionadas en los incisos anteriores, sin engaños.

Servicios a un precio que él pueda pagar.

Volver, porque encontró; calidad n el servicio, en la atención, en el ambiente y en los alimentos.

3. La política de la empresa a sus clientes.

Muchos clientes tienen un concepto erróneo del trabajo de un vendedor dentro de restaurantes.

En el caso de que suceda esto, primero sonría, luego venda algo. Si surgieran problemas avise al gerente o subgerente; nunca se enoje; conserve y controle su orgullo, piense bien que ruta tomara.¹⁸

IV. METODOLOGÍA

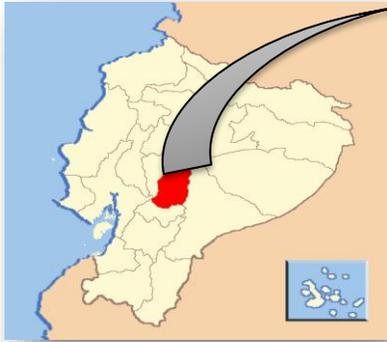
A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

El proyecto se realizó en el Restaurante “De Linares” del Hotel “Casa Real” ubicado en la ciudad de Riobamba en el perímetro de la vía a Guano Km 1 ½, y tuvo un tiempo de duración aproximado de 6 meses.

MAPA Nº 01

UBICACIÓN DEL HOTEL

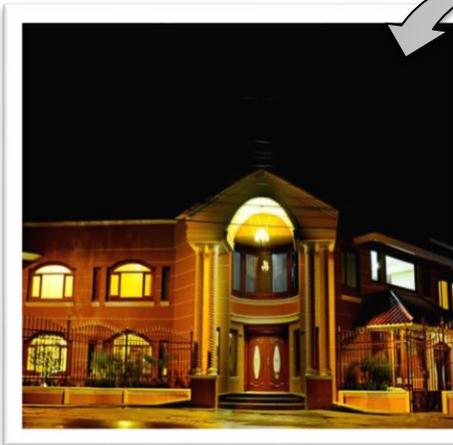
PROVINCIA DE CHIMBORAZO



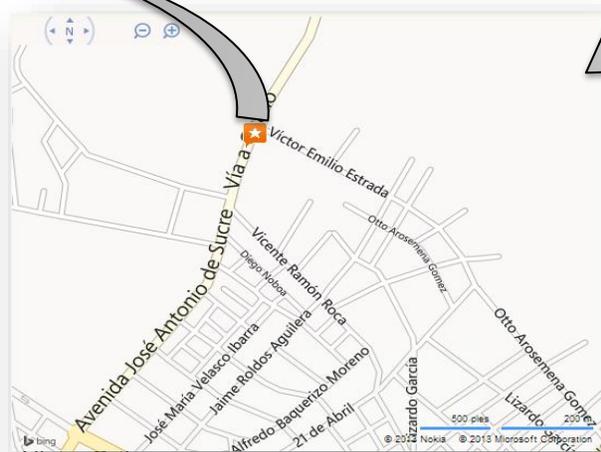
CANTÓN RIOBAMBA



HOTEL “CASA REAL” VIA A GUANO



Fuente: Investigación de campo



Elaborado por: Víctor Ortiz

B. VARIABLES

1. Identificación

a. Variable Independiente

- Restaurante

b. Variables Dependientes

- Carta
- Clientela

2. Definición

Carta

La carta del restaurante es nuestro instrumento de presentación dentro del negocio gastronómico, ya que es la pieza a través de la cual el cliente que ya nos ha elegido seleccionará qué va a consumir.

Restaurante

Es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.

Clientela

Aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.

3. Operacionalización

VARIABLES	CATEGORÍA/ESCALA	INDICADORES
Restaurante	Categoría	4 tenedores 3 tenedores 2 tenedores 1 tenedor
	Tipo	Buffet Fastfood(Comida rápida) Temáticos Gourmet Takeaway (Para llevar)
Carta	Menú	Estático Variable Mixto
	Diseño	Una pagina Díptico Tríptico Multihojas
	Gastronomía	Cocina clásica Cocina fusión Cocina de vanguardia Cocina internacional Cocina ecuatoriana
Clientela	Nacionalidad	Ecuatoriana Extranjera

C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptivo

La investigación es de tipo descriptivo porque se conoció los resultados de la misma a través de la descripción de los procesos y la identificación de las relaciones que existen a través de la recolección y análisis de los resultados.

No Experimental

La investigación es de diseño no experimental porque se observó los fenómenos de las variables tal cual se dieron, es decir las preferencias gastronómicas de los clientes, para luego ser analizados.

D. GRUPO DE ESTUDIO

El grupo de estudio determinado para la presente investigación son los clientes que acuden con mayor frecuencia al restaurante “De Linares” que mayoritariamente son los huéspedes del hotel “Casa Real”.

- Generalmente son turistas nacionales y extranjeros de agencias de viajes.
- De los turistas nacionales la gran mayoría son de la región costa.
- Sus edades oscilan entre los 25 y 60 años.
- También tenemos un porcentaje elevado de ejecutivos y visitantes médicos.

También se incluirá dentro del grupo de estudio al personal de planta que trabaja en el área de producción y servicio.

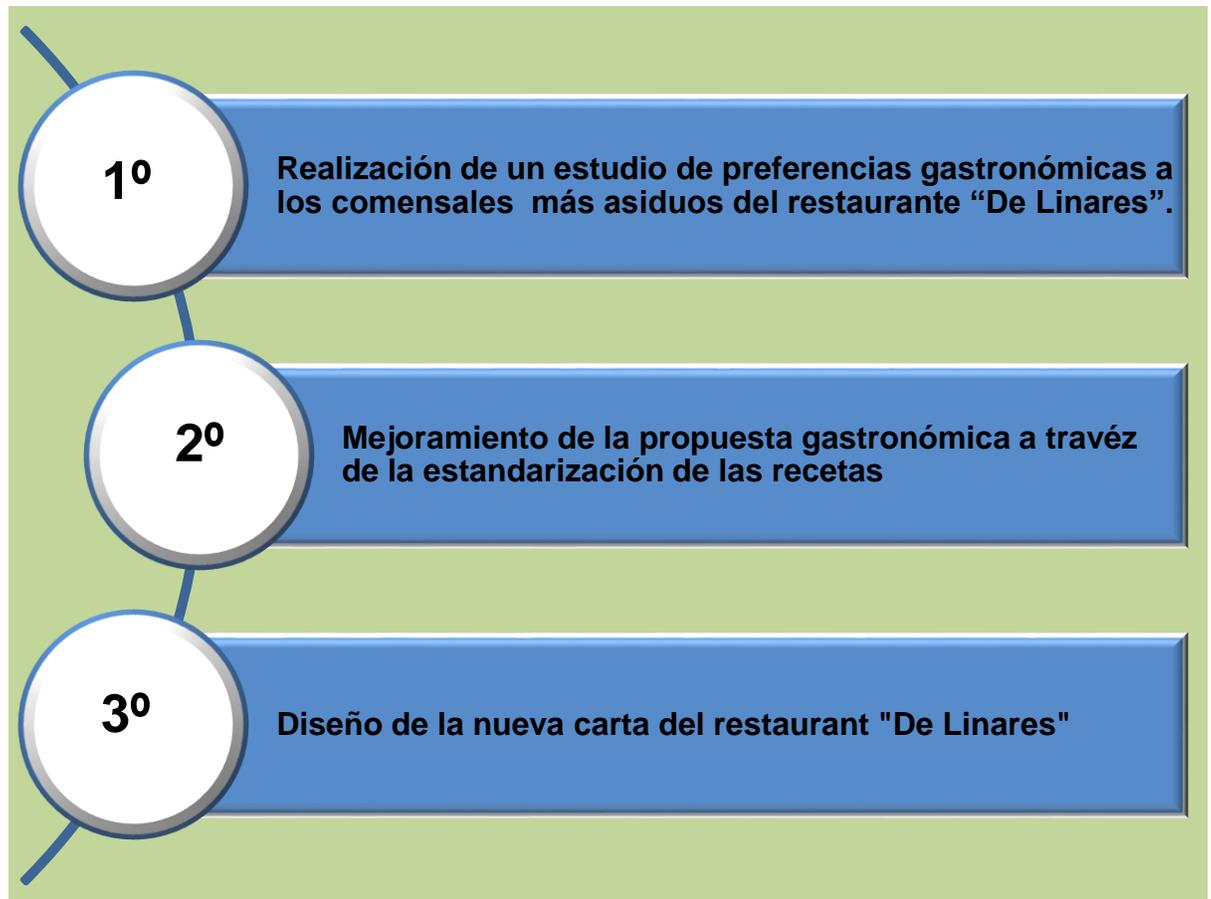
- Profesionales capacitados en el área de restauración.
- No poseen educación superior.
- Poseen experiencia laboral en su área de desempeño.
- Mayormente jóvenes su edad oscila de 25 a 30 años.

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

A continuación se describe los procedimientos que se efectuaron para la recolección de información, el procesamiento y análisis de los resultados para cada objetivo específico.

GRÁFICO N° 06

DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS



- Para la realizar el estudio de preferencias gastronómicas se recopiló información mediante la aplicación de dos encuestas, la primera (Anexo N° 01) dirigido a los comensales preferentes del restaurante "De Linares" y la segunda encuesta (Anexo N° 02) dirigida a los clientes internos (personal de servicio y producción).

- Se realizó una matriz de factores internos y externos del restaurante “De Linares”, determinándose así, el perfil que tendrá la nueva carta, además, se hizo un breve análisis sobre la competencia potencial y estableció las preparaciones más idóneas para conformar el nuevo menú del restaurante “De Linares” para finalmente se estandarizar las respectivas preparaciones.
- Para el diseño de la nueva carta se elaboró en base a un estudio de la composición del texto del menú con relación a la concentración de la vista y descripción adecuada de cada preparación, tomando en cuenta la carta como instrumento de marketing.

V. RESULTADOS

A. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. Tabulación de Resultados

Resultados obtenidos de la aplicación de la (Encuesta N°01) dirigida a los comensales que acuden con mayor asiduidad al restaurante “De Linares” del hotel Casa Real.

Pregunta 1

¿Cuál de las siguientes opciones considera Ud. debería ser la principal innovación en la preparación de un platillo?

Objetivo

Conocer cuáles son las principales innovaciones a la hora de preparar un platillo.

CUADRO N° 08

Lo más importante del platillo

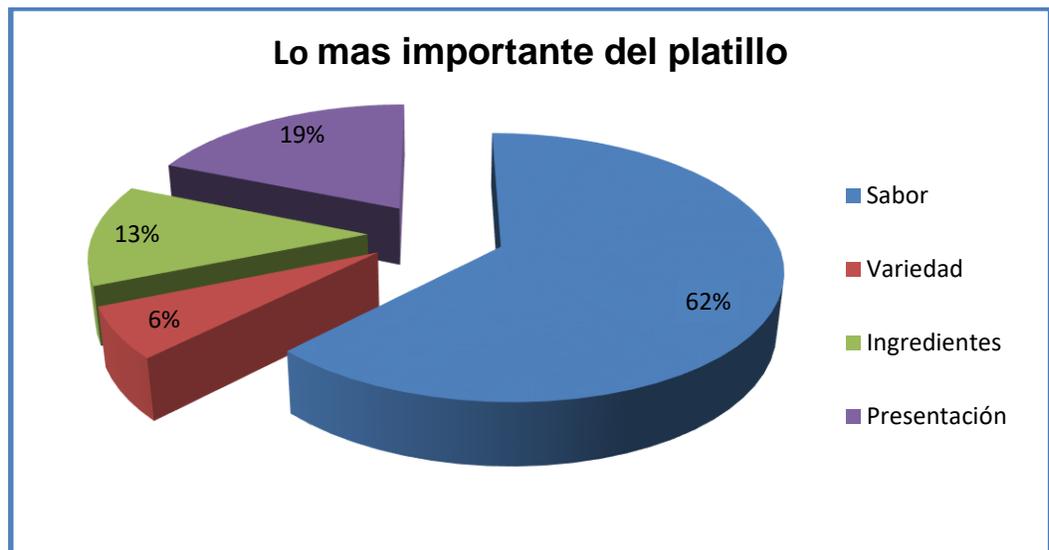
RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Sabor	10	62%
Variedad	1	6%
Ingredientes	2	13%
Presentación	3	19%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De

Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N°07



Interpretación:

La encuesta nos revela que mayoritariamente los que influencia más un platillo es el sabor lo que sugiere elaboraciones con sabores fuertes y variados combinando de manera precisa las guarniciones y los géneros principales, además de considerar una buena presentación, ya que si bien

dice el dicho “*la comida entra por los ojos*” se considera mucho más comercial un platillo que tenga un buen montaje y sea atractivo al comensal, los ingredientes siguen dentro del rango de las principales innovaciones que prioriza un cliente, aquí entra en juego las texturas y sensaciones al paladar y como punto final nunca puede faltar en un platillo la variedad siempre en armonía con los géneros principales.

Pregunta 2

¿Cuál es el ingrediente base de su platillo favorito?

Objetivo: Conocer los principales ingredientes de los platillos más apetecidos por los clientes.

CUADRO Nº 09

Ingrediente base de su platillo favorito

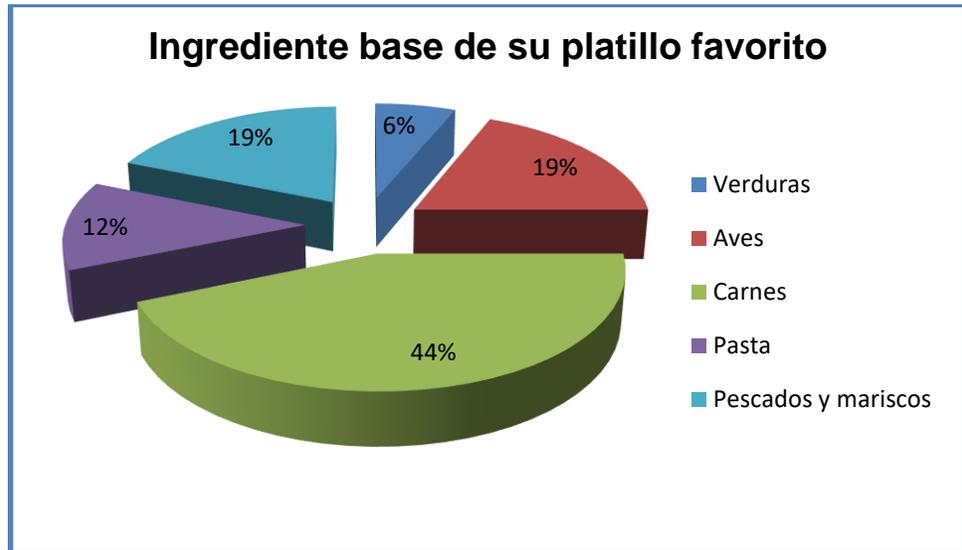
RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Verduras	1	6%
Aves	3	19%
Carnes	7	44%
Pasta	2	12%
Pescados y mariscos	3	19%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante “De

Linares”

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N° 08



Interpretación:

Las carnes tienen la ternura y la textura siempre deseada en sus diversas preparaciones por lo que es el género más apreciada por los clientes, lo que nos da la iniciativa para crear varias opciones con diferentes métodos de preparación para no sobreabundar en los platillos, los pescados y mariscos infaltables en una buena carta, como entradas y platos fuertes son una deliciosa opción para dar a conocer nuestra gastronomía nacional; contamos con un porcentaje elevado de clientela de origen extranjera especialmente italiana, lo que sugiere la inclusión de pastas dentro de la oferta gastronómica, además de considerar unos platillos de la cocina clásica francesa teniendo como ingrediente base el pollo y las verduras.

Pregunta3

¿Le agradaría tener dentro de la carta una alternativa vegetariana?

Objetivo

Determinar si se incluirá una alternativa vegetariana dentro de la nueva carta.

CUADRO N° 10
Alternativa vegetariana

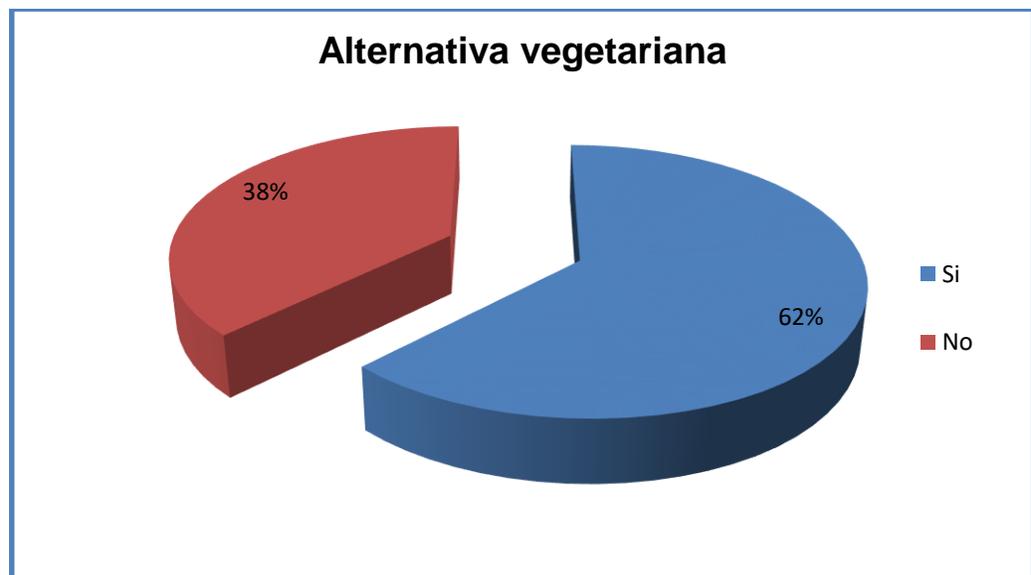
RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Si	10	62%
No	6	38%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De

Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N° 09



Interpretación:

Una alternativa vegetariana siempre es una opción que no se puede descartar, en nuestro caso, el vegetarianismo es una tendencia que tiene una minoría representativa en la clientela extranjera, una ensalada puede ser considerada como una entrada o simplemente como una opción más si lo que se desea es comer ligeramente.

Pregunta4

Marque dos aspectos que considera usted son los más importantes dentro de una carta.

Objetivo

Conocer cuáles son los aspectos que los clientes consideran los más importantes de la carta

CUADRO N° 11

Aspectos más importantes dentro de la carta

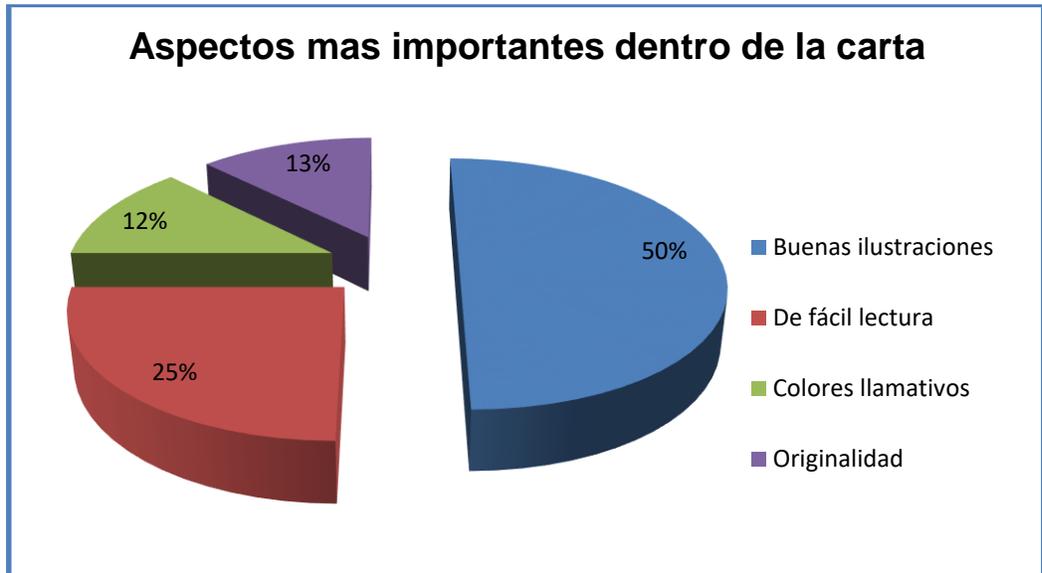
RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Buenas ilustraciones	8	50%
De fácil lectura	4	25%
Colores llamativos	2	12%
Originalidad	2	13%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De

Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N° 10



Interpretación:

Una carta con buenas ilustraciones siempre y cuando cumplan con lo prometido en el caso de los platillos, es una muy buena estrategia de ventas, la gente se siente más a gusto con una carta didáctica, sigue en orden de importancia, la lectura, la carta que tiene un tamaño de letra adecuado y que, en sus platillos no tengan nombres muy complejos, afianza y agiliza la orden del cliente, y algo que no puede pasarse por alto es la originalidad de la carta en cuanto a colores llamativos gráficos, y en fin, la armonía en conjunto.

Pregunta5

¿Dentro de que tendencia culinaria le gustaría a Ud. que estuviesen los platillos de la nueva carta?

Objetivo

Definir la tendencia culinaria que se utilizara para las respectivas elaboraciones.

CUADRO N° 12

Tendencias culinarias para los nuevos platillos

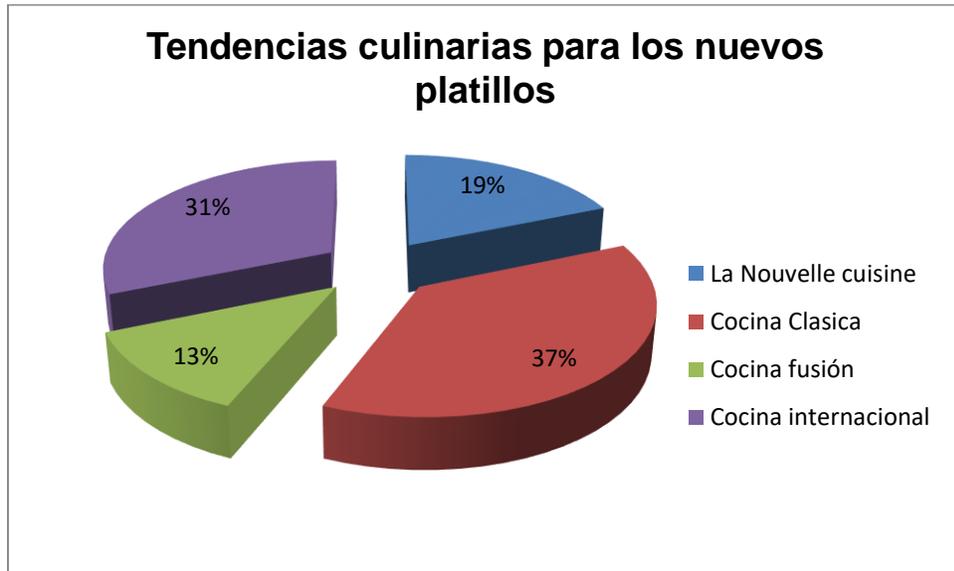
RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
La Nouvellecuisine	3	19%
Cocina Clasica	6	37%
Cocina fusión	2	13%
Cocina internacional	5	31%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De

Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N° 11



Interpretación:

Según la especificación da cada tendencia culinaria dispuesta en la encuesta, la cocina clásica sigue teniendo mucho auge debido a que es una tendencia popular en Europa, que resalta preparaciones básicas con buenos montajes, típico de los restaurantes tradicionales, por la variedad de clientela se ofrecerán opciones de cocina internacional, además se incluirán unas pocas opciones de cocina fusión combinando sabores ecuatorianos con técnicas y sabores de otros países resaltando la originalidad en las preparaciones.

Pregunta6

¿Le gustaría que el restaurante “De Linares tuviera comida típica nacional en su carta?

Objetivo

Conocer le gusto que tienen los comensales por la comida típica nacional.

CUADRO Nº 13

Gusto por la comida típica nacional

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Si	12	75%
No	4	25%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante “De Linares”

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO Nº 12



Interpretación:

Dentro de la propuesta gastronómica tenemos una enorme aceptación por la gastronomía nacional enfocándonos a que la mayoría de nuestros clientes nacionales son de la región costa, se añadirán sus respectivas elaboraciones, además se desea fortalecer la gastronomía local aprovechando nuestros recursos, ofreciendo los fines de semana especiales de comida típica.

Pregunta7

Enumere los platos típicos que más le agrada de la comida ecuatoriana

Objetivo

Identificar las preparaciones más apetecidas de la comida típica nacional

CUADRO N° 14

Preparaciones más apetecidas de la gastronomía nacional

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Ceviche de camarón	2	15.38
Ceviche de pescado	2	15.38
Camarones al ajillo	1	7.69
Cazuela de mariscos	3	23.08
Llapingacho	4	30.78
Churrasco	1	7.69
Total	13	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De

Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

Interpretación:

Se pidió enumerar los platillos que más le agrada a los clientes la gastronomía ecuatoriana, se encontró una opción muy variada de platillos puesto a que nuestra gastronomía es muy amplia, entre los más representativos tenemos el ceviche, se vio la opción de incluir especiales, algún día en particular, donde la afluencia de los comensales sea elevada, de esta manera fortalecemos más nuestra propuesta y establecemos estrategias para incrementar la productividad.

- Resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta N°02 dirigida a los clientes internos (personal de producción y servicio) del hotel "Casa Real".

PRODUCCIÓN y SERVICIO

Pregunta1

¿Qué platillos considera Ud. como símbolo del Restaurante “De Linares”?

Objetivo

Conocer los platillos más representativos del restaurante “De Linares”

CUADRO N° 15

Platillos representativos del restaurante “De Linares”

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Filete migñon	2	33.33%
Medallones de lomo fino.	2	33.33%
Mousse de maracuyá	1	16.67%
Tiramisú	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante “De Linares”

Realizado por: Víctor Ortiz

Interpretación:

Se pidió al personal que trabaja en producción y servicio que nombrara los platillos más vendidos, puesto a que están en contacto con los clientes y conocen sus preferencias, se conservarán los platillos que han generado

buenas ventas, algunos clientes, de hecho ya deben estar afianzados con los mismos, así tenemos:

➤ Filete migñon

Es un corte de lomo fino de res albardado con tocino con salsa de champiñones que lo sirven acompañado de verduras salteadas y papas al perejil.

➤ Medallones de lomo fino.

Son cortes homogéneos de res en forma de medallón con salsa de vino guarnecido de una ensalada fresca y papas salteadas.

➤ Mousse de maracuyá

Postre de consistencia cremosa sabor a maracuyá con una base de bizcochuelo.

➤ Tiramisú

Postre elaborado con queso ricota con consistencia de un mousse con base de bizcochuelo de dos pisos y chocolate en el medio.

De manera general se incluirán todas las preparaciones a una estandarización, por lo que si fuera necesario se observarían cambios en la presentación de estos platillos, si se los conservara para la nueva carta.

Pregunta2

¿Qué nivel de capacitación dentro de su área ha adquirido o domina?

Objetivo

Determinar el grado de conocimientos y destrezas adquiridos por los clientes internos (personal de servicio y producción).

CUADRO N° 16

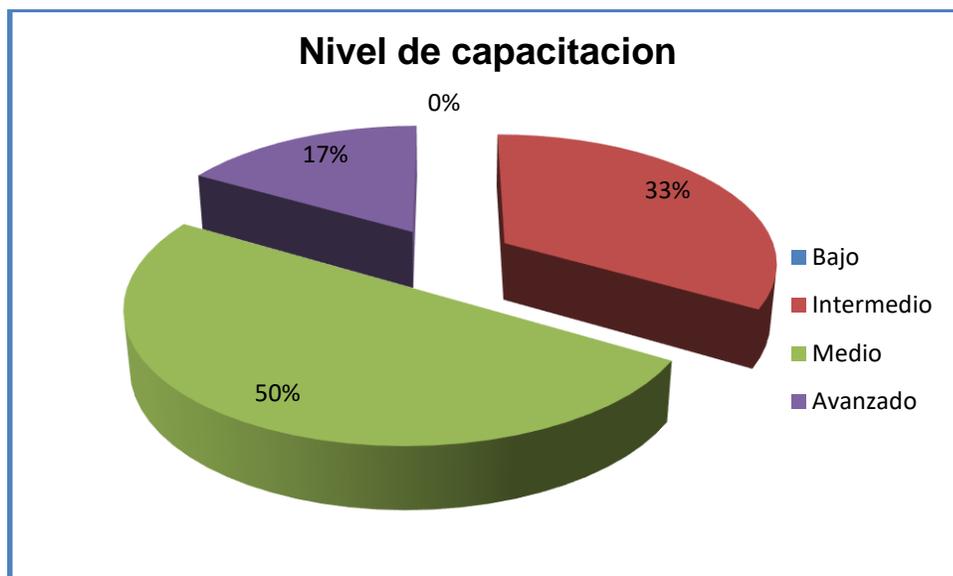
Conocimientos y destrezas que domina

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Bajo		0%
Intermedio	2	33.33%
Medio	3	50%
Avanzado	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N° 13



Interpretación:

Con el objetivo de conocer las habilidades y destrezas que dominan dentro de su área el personal de producción y servicio, para establecer preparaciones que soliciten un dominio de técnicas culinarias a su nivel, y establecer el tipo de servicio que ofrecerá el restaurante, se observa que las preparaciones deben ser de dificultad media, y el servicio adecuado sería a la americana.

Pregunta3

¿Cree Ud. que la cocina este correctamente equipada para elaboraciones que soliciten mayor dominio de técnicas culinarias?

Objetivo

Tener una idea de las instalaciones del área de producción

CUADRO N° 17

Equipamiento de la cocina

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje
Si	1	83.33%
No	5	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes más asiduos del restaurante "De Linares"

Realizado por: Víctor Ortiz

GRAFICO N° 14



Interpretación:

El área de producción debe estar siempre en relación con la propuesta gastronómica que deseamos ofertar, esto nos evita llegar a un estancamiento productivo más rápidamente, el llamado cuello de botella, las recetas estándar especifican materiales y equipo a emplearse, esto nos dice si debemos afianzarnos de maquinaria y equipo.

2. Mejoramiento de la propuesta gastronómica

2.1. Matriz de factores internos

CUADRO N° 19

MATRIZ DE FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura del restaurante adecuada.• Cuenta con mercado por establecer.• Tiene una cartera de clientes.• Cuenta con espacios físicos necesarios (Parqueo).• Clientela nacional e internacional.	<ul style="list-style-type: none">• Áreas del hotel y restaurante no se encuentran organizadas y comunicadas.• Menor capacidad para almacenamiento por espacio físico• Falta de equipamiento en el área de producción.• Falta de políticas y estrategias en ventas.• No contar con una cartera amplia de proveedores.

Fuente: Entrevista realizada al administrador del hotel "Casa Real"

Realizado por: Víctor Ortiz

2.2 Matriz de factores externos

CUADRO Nº 18
MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación estratégica por cercanías con la ciudad de Guano.• Vías de acceso• Crecimiento del sector turístico• Impulso e inversión estatal en el sector turístico• Vialidad	<ul style="list-style-type: none">• Concentración de actividades comerciales y de gestión. (Paseo Shopping)• Competencia por crecimiento del sector turístico.• Sector alejado del centro de la ciudad.

Fuente: Entrevista realizada al administrador del hotel "Casa Real"

Realizado por: Víctor Ortiz

2.3. Análisis de la competencia

Se realizó una breve investigación de mercado teniendo en cuenta el número, y variedad de restaurantes y su rango de precios, con el fin de conocer la competencia potencial.

CUADRO Nº 20
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

RESTAURANTES CERCANOS A NUESTRA ZONA	CARACTERISTICAS	RANGO DE PPRECIOS
<p style="text-align: center;">HACIENDA ABRASPUNGO (Se encuentra en el kilómetro 3 ½ vi a Guano a dos kilómetros de distancia del restaurante “De Limares”).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo arquitectónico fusión entre lo colonial y lo actual. • Todas las mañanas se sirven desayunos buffet con pan casero y fruta, se prepara platos regionales y cocina internacional. • La frecuentan familias, grupos de turistas nacionales y extranjeros. 	<p>Entradas \$5.00</p> <p>Ensaladas \$8.00</p> <p>Carnes \$12.00</p> <p>Pastas \$ 8.00</p> <p>Postres \$5.00</p>
<p style="text-align: center;">PASEO SHOPPING (Se encuentra a unos 50m del restaurante “De Linares”).</p>	<p>La frecuentan mayoritariamente jóvenes de 18 a 30 años con cartas de comida simples rápidas y económicas.</p>	<p>Entradas \$3.00</p> <p>Ensaladas \$ 5.00</p> <p>Carnes \$8.00</p> <p>Pastas \$6.00</p> <p>Postres \$3.00</p>

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Víctor Ortiz

2.4. Parámetros para la elaboración del nuevo menú

- Se realizó una carta simplificada con un total de 25 a 30 especialidades bien elegidas y distribuidas en cinco series: entradas, verduras y ensaladas, platos principales, pastas y arroces, y postres.
- El menú es de tipo mixto para una clientela fija y variable, debido a la diversidad de la clientela turistas nacionales y extranjeros (Ver cuadro N° 01).
- Dependiendo del volumen de actividad del hotel que es moderado debido a la zona alejada del centro de la ciudad, la innovación y renovación de platos se lo hará en relación a un quinto de preparaciones cada 6 meses.
- La carta ofrecerá opciones cocina clásica, cocina internacional y cocina fusión.
- Debido a que se cuenta con una brigada limitada de cocina y las instalaciones con las que se cuenta son muy básicas las preparaciones serán sencillas con un miche en place diario y una preparación a la minuta.
- El número de platos por serie estará determinado de la siguiente manera:

CUADRO N° 05
NÚMERO DE PLATOS POR SERIE

PLATOS	CANTIDAD DE PROPUESTA	
	MINIMO	MAXIMO
Entradas	5	7
Platos principales	8	12
Postres	5	10
Pasta y arroces	4	6
Verduras y ensaladas	3	5
TOTAL	25	40

Fuente: investigador
Realizado: Víctor Ortiz

2.5. Incorporación de nuevas preparaciones culinarias

CUADRO N° 21 (A)
INCORPORACIÓN DE NUEVAS PREPARACIONES

CLIENTELA	PROCEDENCIA (%)	PREPARACIÓN	TIPO DE PREPARACIÓN				
			E	V.E	P.A	P.P	Ps
Nacional (60%)	Costa (40%)	-Muchines de yuca	X				
		-Ceviche de pescado	X				
		-Tempura de corvina con verduras					X
		-Turbantes de Lenguado					X
		-Camarones al ajillo	X				
	Sierra (20%)	-Churrasco a la napolitana.					X
		-Llapingacho					X
		-Mote con chicharrón	X				
		-Ensalada verde con jamón.		X			
		-Filete migñon					X
Extranjero (40%)	Franceses (15%)	-Ñoquis rellenos con salsa rosa	X				
		-Jamboneau de ave					X
		-Pollo a la normada.					X
		-Lomo steak pimienta.					X

Fuente: Investigación de campo **Realizado por:** Víctor Ortiz

CUADRO Nº 21 (B)
INCORPORACIÓN DE NUEVAS PREPARACIONES

Extranjero (40%)	Italianos (15%)	-Salmón a la parrilla						x	
		-Rissoto de setas y pollo						x	
		-fetuccini de res con salsa de hongos						x	
		-Spaguetti a la carbonara						x	
		-Macarrones a la bolognesa						x	
	Otras nacionalidades (10%) Postres	-Ensalada César.						x	
		-Ensalada de atún.						x	
		-Mousse de queso con salsa de frutos rojos.						x	
		-Queso de piña						x	
		-Cremoso de maracuyá						x	
		-Tiramisú					x		
		-Creepsseceline.					x		
TOTAL	100%	TOTAL: 26 preparaciones			5	3	4	9	5

Fuente: Investigación de campo **Realizado por:** Víctor Ortiz

Es así que tenemos un total de 26 preparaciones que está dentro del rango de una carta simplificada, se tomó en cuenta para la incorporación de las preparaciones la procedencia de los huéspedes, el análisis de la competencia y su rango de

precios, los factores internos y externos del establecimiento, y los parámetros ya descritos para la conformación de un menú.

3. Estandarización de recetas

- Se utilizó una fijación de precios par-impar, ya que está comprobado científicamente que los clientes tienen más atracción hacia los números impares como 5 ó 9 que a los que terminan en par o en cero.

ENTRADAS	% COSTO	P.V.P.
Muchines de yuca	32%	\$2.25
Mote con chicharrón	35%	\$2.95
Ceviche de pescado	33%	\$3.55
Camarones al ajillo	35%	\$3.95
Ñoquis rellenos con salsa rosa	32%	\$3.55

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR

PRODUCTO:

MUCHINES DE
YUCA



COG. RECETA E001
RACIONES 8
FECHA 28/01/14

		A	B	C		C/ RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cod. Ingrid	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por racion	total costo
	yuca	360	0.35	GR	720	GR	0.70
	huevos	1	0.12	U	2	U	0.24
	carne de res	454	2.00	GR	454	GR	2.00
	cebolla paiteña	6	0.50	U	1	U	0.08
	perejil	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	culantro	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	aceite	1000	2.25	ML	200	ML	0.45
	sal						
	pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							3.53
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.35
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							3.88
COSTO POR PORCION							0.49
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					32%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							1.53
IVA					12%		
PRECIO VENTA							1.71
PRECIO CARTA							2.25

PREPARACION

Hacer un refrito con la cebolla, perejil, culantro, sal, pimienta, comino, agregar la carne en cubos medianos y dejar por 4 minutos. Añadir un poquito de agua y dejar que se cocine. Una vez que se ha secado la carne, poner 2 cucharadas de aceite y sofreir, ponga los huevos cocinados cortados en dados pequeños. Luego, rallar la yuca y dejarla

escurrir, poner la sal 2 yemas de huevos y achiote hasta tener un color crema pálido. Forme pequeñas porciones de masa y rellénelas con la carne, freírlos con aceite muy caliente. Se deben colocar en papel absorbente para eliminar el exceso de grasa.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						COG. RECETA	E002
MOTE CON CHICHARRÓN						RACIONES	8
						FECHA	28/01/14
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingrid.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Lonja de cerdo	454	1.00	GR	200	GR	0.44
	Mote cocido	454	2.00	GR	200	GR	0.88
	Cebolla paiteña	6	0.50	U	1	U	0.08
	Cebolla blanca	5	0.50	U	1	U	0.10
	Culantro	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	Achiote	500	1.70	ML	20	ML	0.06
	mantequilla	250	1.25	GR	15	GR	0.08
	Sal						
	pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							1.67
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.17
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							1.84
COSTO POR PORCION							0.92
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					35%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							2.62
IVA					12%	0.32	
PRECIO VENTA							2.94
PRECIO CARTA					200%	2.95	
PREPARACION							
<p>Hacemos un sofrito con al achiote, la cebolla, las lonjas de cerdo en dados medianos, sal y comino, doramos hasta tener un color dorado obscuro. Servimos con el mote cocido caliente.</p>							

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						OG. RECETA	E003
CEVICHE DE PESCADO						ACIONES	8
						ECHA	
		A	B	C	C / RACIONES	B*C/A	
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Corvina	360	3.00	GR	720	GR	6.00
	Limón	8	0.50	U	4	U	0.25
	Cebolla	6	0.50	U	2	U	0.16
	Tomate	6	0.50	U	2	U	0.16
	Cilantro	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	Naranja	1	0.10	U	1	U	0.10
	salsa de tomate	100	0.30	GR	40	GR	0.12
	Sal						
	pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							6.82
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.68
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							7.50
COSTO POR PORCION							0.94
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					33%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							2.85
IVA					12%		0.34
PRECIO VENTA							3.19
PRECIO CARTA							3.55
PREPARACION							
Colocar el pescado en una ensaladera, sazonar con sal y bañar con el jugo de limón. Dejar que se “cueza” dentro del refrigerador mientras picas la verdura. Pica la cebolla, el							

juliana el tomate en concasse, el cilantro. Incorporar primero la cebolla a la ensaladera con el pescado y dejar reposar durante unos 10 minutos. Agrega el tomate, cilantro y. Exprime sobre la mezcla el jugo de la naranja dulce y pasta de tomate. Mezcla con cuidado y rectifica la sazón. Sirve en tostadas y agrega aguacate, y salsa picante al gusto.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						OG. RECETA	E004
CAMARONES AL AJILLO						RACIONES	4
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	camarón	454	3.00	GR	454	GR	3.00
	aceite	1000	2.25	ML	20	ML	0.05
	Ajo	30	0.50	GR	10	GR	0.17
	Cebolla perla	6	0.50	U	2	U	0.16
	Vino blanco	1000	4.50	ML	30	ML	0.14
	Mantequilla	250	1.25	GR	30	GR	0.15
	Limón	8	0.50	U	4	U	0.25
	Perejil	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	Rebanadas de pan	1	0.10	U	4	U	0.40
	Sal pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							4.35
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.43
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							4.78
COSTO POR PORCION							1.20
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					35%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							3.42
IVA					12%		0.41
PRECIO VENTA							3.83
PRECIO CARTA							3.95
PREPARACION							

Calentar la sartén a fuego mediano con aceite. Agregar los ajos hasta quedar ligeramente dorados. Aumentar el fuego y cocinar los camarones hasta que estén cocidos, agregar la cebolleta picadita, después el vino, mantequilla y jugo de limón. Reducir hasta la mitad. Luego, se agregan el perejil picadito y el ají molido. Sazonar con sal. Servir encima de la rodaja de pan como aperitivo adornando el plato con rodajas de limón y perejil.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO		COG. RECETA			E005		
ÑOQUIS RELLENOS CON SALSA ROSA		RACIONES			8		
		FECHA					
		A	B	C	C / RACIONES		B*C/A
		COMPRA	CONSUMO				
Cód. Ingrid.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo	
MASA							
	Papa	908	0.80	GR	700	GR	0.62
	Harina	454	0.60	GR	300	GR	0.40
	Huevo	1	0.12	U	1	U	0.12
	Polvo para hornear	30	1.00	GR	10	GR	0.33
	Nuez moscada	30	1.10	GR	5	GR	0.18
RELLENO							
	Queso fresco	200	2.00	GR	200	GR	2.00
	Jamón	454	4.00	GR	100	GR	0.88
	Orégano	10	0.15	GR	5	GR	0.08
SALSA							
	Zanahoria	8	0.50	U	3	U	0.19
Aceite							
	Remolacha	5	0.50	U	3	U	0.30
	Cebolla puerro	5	1.00	U	2	U	0.40
	Crema de leche	750	2.50	ML	300	ML	1.00
	Queso crema	200	2.50	GR	50	GR	0.63
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							7.13
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.71
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							7.84
COSTO POR PORCION							0.98
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					32%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							3.06

IVA	12%	0.37
PRECIO VENTA		3.43
PRECIO CARTA		3.55
PREPARACION		
<p>MASA: Pelar las papas cocidas pasarlas por el pasapurés, condimentarlas con sal, pimienta y nuez moscada. Tamizar la harina con el polvo de hornear, formar sobre la mesa una corona con el puré, colocar el huevo en el centro y unir sin amasar demasiado, cubrir con un paño y dejar reposar. Tomar porciones de masa y formar cordones de 1 cm de grosor, cortar trocitos de 2cm de largo. Condimentar el queso con sal pimienta y orégano, colocar un cubo de queso son un cubo de jamón y presionar hasta llegar al centro.</p> <p>SALSA</p> <p>Sudar en la manteca la remolacha y la zanahoria cortada en bastones, agregar el puerro, salpimentar, añadir la crema de leche y dejar que hierva. Cocinar los ñoquis y escurrirlos, colocar en la sartén con la salsa y servir. Se coloca la porción de salsa en el centro rodearla con una corola de ñoquis y disponer montones de verduras en la salsa.</p>		

VERDURAS Y ENSALADAS	%COSTO	P.V.P
Ensalada cesar	28%	\$3.95
Ensalada de atún	28%	\$4.55
Ensalada verde con jamón	28%	\$5.55

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR

PRODUCTO							COG. RECETA	En001
ENSALADA CESAR							RACIONES	6
							FECHA	
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A	
		COMPRA		CONSUMO				
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo		
	Pechuga de pollo	454	2.50	GR	200	GR	1.30	
	Lechugas romanas	1	0.50	U	2	U	1.00	
	Tostadas de pan	1	0.20	U	3	U	0.60	
	Queso parmesano	30	1.25	GR	30	GR	1.25	
ADEREZO								
	ajo	30	0.50	GR	5	GR	0.08	
	Limón	8	0.50	U	2	U	0.13	
	Salsa inglesa	115	0.75	ML	10	ML	0.06	
	Huevos	1	0.12	U	2	U	0.24	
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	80	ML	0.87	
	Mostaza	100	0.30	GR	10	GR	0.03	
	Sal							
	Pimienta negra							
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							5.30	
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.53	
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							5.83	
COSTO POR PORCION							0.97	
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					28%			
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							3.46	
IVA					12%	0.42		

PRECIO VENTA		3.88
PRECIO CARTA	200%	3.95
PREPARACIÓN		
<p>Lavar y partir la lechuga. Agregar en la ensaladera junto con la pechuga de pollo asada a la plancha y cortada en dados medianos, agregar los crotones de pan, y el queso parmesano. Hacer el aderezo mezclar el zumo de limón, el aceite, la salsa inglesa y dejar aparte. Agregar el ajo machacado, la pimienta y mezclar todo con el huevo batido. Por último, se añade la mezcla que teníamos aparte y se sirve.</p>		

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						COG. RECETA	En002
ENSALADA DE ATÚN						RACIONES	2
						FECHA	
		A	B	C	C / RACIONES	B*C/A	
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Lata de atún	140	0.97	GR	140	GR	0.97
	Lechuga romana	1	0.50	U	MITAD	U	0.25
	Tomate	6	0.50	U	1	U	0.08
	Zanahoria	8	0.50	U	1	U	0.06
	Cebolla perla	6	0.50	U	1	U	0.06
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	10	ML	0.11
	Vinagre	100	0.35	CC	15	GR	0.05
	huevos	1	0.12	U	2	U	0.24
	Maíz dulce	227	1.25	GR	20	GR	0.11
	Mayonesa	100	0.30	GR	30	GR	0.09
	Sal						
	Pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							2.02
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.20
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							2.22
COSTO POR PORCION							1.11
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					28%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							3.96
IVA					12%		0.33

PRECIO VENTA	4.29
PRECIO CARTA	4.55
PREPARACIÓN	
Se pone todos los ingredientes en un bowl la lechuga los huevos cocidos, la cebolla perla y el tomate en vichy, el maíz dulce, la zanahoria rallada se le incorpora al final, lo mezclas en un bowl, con el atún, previamente escurrido, mezclado con la mayonesa. Aderezar con aceite de oliva y vinagre, servir frio.	

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR						
PRODUCTO					COG. RECETA	En003
ENSALADA VERDE CON JAMÓN					RACIONES	2
					FECHA	
		A	B	C	C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO		
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo
	Lechuga crespa	1	0.50	U	MITAD	U 0.25
	Aguacate	1	0.20	U	1	U 0.20
	Tallos de apio	1	0.10	ATADO	1	ATADO 0.10
	Cebolla perla	6	0.50	U	1	U 0.06
	Pepinillo	100	0.50	GR	25	GR 0.10
	Vainita	454	2.00	GR	40	GR 0.08
	Jamón	454	4.00	GR	40	GR 0.35
	palmito	200	2.00	GR	30	GR 0.30
	Choclo	454	1.50	GR	40	GR 0.13
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	15	ML 0.16
	Mostaza	100	0.30	GR	10	GR 0.04
	Sal					
	Pimienta					
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						2.17
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.22
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						2.74

COSTO POR PORCION		1.37
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA	28%	
PRECIO POTENCIAL DE VENTA		4.89
IVA	12%	0.58
PRECIO VENTA		5.47
PRECIO CARTA		5.55
PREPARACIÓN		
Se pone todos los ingredientes en un bowl la lechuga los huevos cocidos, la cebolla perla el pepinillo en vichy, los tallos de apio en cubos medianos, el jamón cortado en tiras largas, el choclo y la vainita cocidos a la inglesa, Lo aderezamos con aceite de oliva y vinagre y mostaza, servirla bien fría.		

PASTAS Y ARROCES	% COSTO	P.V.P.
Rissoto de champiñones y pollo	31%	\$5.99
Fetuccini de res con salsa de hongos	31%	\$5.55
Spaguetti a la carbonara	31%	\$5.55
Macarrones en salsa bolognesa	30%	\$4.55

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR

PRODUCTO		COG. RECETA		PA001					
<p>RISSOTO DE CHAPIÑONES Y POLLO</p> 		RACIONES		2					
		FECHA							
		A		B		C			
		COMPRA		CONSUMO		C / RACIONES		B*C/A	
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo			
	Arroz arboleo	454	1.00	GR	200	GR	0.44		
	Champiñones	454	2.00	GR	100	GR	0.44		
	Pechuga de pollo	454	2.50	GR	200	GR	1.30		
	Cebolla	6	0.50	U	1	U	0.06		
	Salsa de tomate	100	0.30	GR	40	GR	0.12		
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	15	ML	0.16		
	Vino blanco	1000	4.00	ML	20	ML	0.08		
	Queso parmesano	80	1.25	GR	20	GR	0.31		
	Cubo magui	1	0.08	U	1	U	0.08		
	Sal pimienta								
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							2.99		
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.30		
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							3.29		
COSTO POR PORCION							1.64		

% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA	31.%
PRECIO POTENCIAL DE VENTA	5.29
IVA	12%
PRECIO VENTA	5.92
PRECIO CARTA	5.99

PREPARACIÓN

En una cazuela colocamos aceite de oliva. Salpimentamos y troceamos el pollo y doramos. Agregamos las cebollas en brunoise, las setas en juliana dejamos que se rehogue. Echamos el dash de vino blanco, subimos el fuego y dejamos que se evapore el alcohol. Incorporamos el arroz y las dos cucharadas de salsa de tomate y removemos todo bien. Por último añadimos el caldo caliente, cuando tengamos el arroz en el punto deseado, retiramos la cazuela del fuego, echamos el parmesano rallado, mezclamos y servimos inmediatamente.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR								
PRODUCTO					COG.	PA002		
FETUCCINI DE RES CON SALSA DE HONGOS					RECETA	RACIONES	2	
					FECHA			
		A	B	C	C / RACIONES	B*C/A		
		COMPRA	CONSUMO					
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo		
	Fetuccini	1000	4.50	GR	200	GR	0.90	
	Punta de lomo	454	1.50	GR	60	GR	0.19	
	Perejil	15	0.10	GR	5	GR	0.03	
	Coñac	750	CC	15.00	10	CC	0.16	
	Cubo magui	1	0.08	U	1	U	0.08	
	Cebolla	6	0.50	U	1	U	0.06	
	Ajo	30	0.50	GR	5	GR	0.08	
	Crema de leche	750	2.50	ML	50	ML	0.17	
	Hongos	100	0.50	GR	100	GR	0.50	
	Queso parmesano	80	1.25	GR	20	GR	0.31	
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	15	ML	0.16	
	Sal, pimienta							
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							2.66	

MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%	0.27
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION	2.93
COSTO POR PORCION	1.47
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA	31%
PRECIO POTENCIAL DE VENTA	4.59
IVA	12%
PRECIO VENTA	5.14
PRECIO CARTA	5.55

PREPARACIÓN

Hervir el hongo, retirarlos y cortarlos en brunoise. Calentar el aceite agregar la cebolla en brunoise, el ajo en concasse, la carne en dados medianos sofreír, añadimos el coñac, flambeamos, y dejamos a fuego bajo por unos 10 minutos.

Incorporar el jugo de los hongos y el consomé de res. Después, agregar la crema y dejar en lumbre suave sin que hierva. Cocer el fettuccini hasta que esté al dente. Escurrir la pasta, ponerla en un platón y ponerle la salsa encima. Revolver ligeramente y añadir el queso parmesano. Espolvorear perejil picado y servir.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR

PRODUCTO						COG.	PA003
ESPAGUETI A LA CARBONARA						RECETA	
						RACIONES	2
		FECHA					
	A	B	C	C / RACIONES	B*C/A		
	COMPRA	CONSUMO					
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantida d	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total	costo
	Espagueti	500	2.00	GR	200	GR	0.80
	tocino	20	1.00	GR	40	GR	1.25
	Huevos	1	0.12	U	2	U	0.12
	Crema de leche	750	2.50	ML	20	ML	0.06
	Queso parmesano	80	1.25	GR	20	GR	0.31
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	10	ML	0.10
	Sal						
	Pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							2.63
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.26
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							2.89
COSTO POR PORCION							1.45
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA							31%

PRECIO POTENCIAL DE VENTA		4.68
IVA	12%	0.56
PRECIO VENTA		5.24
PRECIO CARTA		5.55

PREPARACIÓN

Cocer los espaguetis hasta que estén al dente, las lonchas de tocineta córtalas en dados medianos. Pon el aceite a calentar en una cazuela, agregar los dados de tocineta y fríelos hasta que se doren, añadir los espaguetis, batir los huevos en un bowl y añadir crema de leche, verter sobre los espaguetis. Mezcla rápidamente, agregar el queso parmesano y servir.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						COG. RECETA	PA004
MACARRONES A LA BOLOGNESA						RACIONES	2
						FECHA	
		A	B	C	C / RACIONES	B*C/A	
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unid ad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Macarrones	1000	4.50	GR	200	GR	0.90
	Carne de res molida	454	1.50	GR	100	GR	0.33
	Cebolla perla	6	0.50	U	1	U	0.06
	Perejil	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	Salsa de tomate	100	0.30	GR	40	GR	0.12
	Ajo	30	0.50	GR	5	GR	0.08
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	10	ML	0.10
	Vino blanco	1000	4.50	ML	30	ML	0.14
	Laurel	10	0.10	GR	2	GR	0.02
	Queso parmesano	80	1.25	GR	20	GR	0.31
	Sal, pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							2.09

MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%		0.21
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION		2.20
COSTO POR PORCION		1.10
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA	30%	
PRECIO POTENCIAL DE VENTA		3.67
IVA	12%	0.44
PRECIO VENTA		4.11
PRECIO CARTA		4.55

PREPARACIÓN

Picar la cebolla en brunoise y sofreírla junto con la hoja de laurel en una cazuela con un poco de aceite de oliva, incorporar los dientes de ajo en concasse y continuar cocinando. Cuando el ajo comience a dorar, añade la carne y cocinamos sin dejar de remover para que así ésta quede bien suelta. Verter el vino blanco y espera a que se evapore el alcohol. Añadir la salsa de tomate. Y cocinar. Cocer los macarrones hasta que estén al dente, y escurrirla bien. Servir los macarrones salséalos con la boloñesa y espolvorear el queso parmesano.

PLATOS PRINCIPALES	% COSTO	P.V.P.
Témpura de corvina	33%	\$7.99
Turbantes de Lenguado	33%	\$8.25
Salmón a la parrilla	33%	\$8.75
Churrasco a la napolitana.	36%	\$6.99
Lomo steak pimienta	36%	\$6.99
Filete mignón	36%	\$8.55
Pollo a la normada	33%	\$7.25
Jamboneau de ave	33%	\$6.99

Llapingacho	36%	\$6.75
-------------	-----	--------

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO				CÓD. RECETA		PP001	
TÉMPURA DE CORVINA				RACIONES		3	
				FECHA			
				C /		B*C/A	
		RACIONES					
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	huevos	1	0.12	GR	2	GR	0.24
	leche	1000	0.75	ML	30	ML	0.02
	Aceite	1000	3.05	ML	100	ML	0.35
	Mostaza	200	0.80	GR	10	GR	0.04
	Filete de corvina	454	4.11	GR	454	GR	4.11
	Harina	454	0.60	GR	200	GR	0.26
	Apanadura	100	0.25	GR	200	GR	0.05
	limón	8	0.50	U	2	U	0.13
	Perejil	15	0.10	GR	5	GR	0.03
	Estragón	10	0.10	GR	2	GR	0.02

Zanahoria	8	0.50	U	2	U	0.12
Berenjena	80	0.25	GR	80	GR	0.24
Cebolla perla	6	0.50	U	1	U	0.06
brócoli	200	0.50	GR	40	GR	0.10
Papas	454	0.60	GR	300	GR	0.39
Sal, pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						6.16
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.62
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						6.78
COSTO POR PORCION						2.26
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA				33%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA						7.06
IVA				12%		0.85
PRECIO VENTA						7.91
PRECIO CARTA						7.99

PREPARACIÓN

Calentar una freidora con abundante aceite vegetal. Filetear la corvina, salpimentar y pasar a un plato con harina. Preparar la tmpura mezclando en un tazón grande, la harina, la mostaza, el aceite los huevos, la leche, y sal, mezclar. La zanahoria cortarla en juliana, la berenjena y el zapallito en dados y la cebolla en vichy. Ponemos en una bandeja engrasada las verduras con aceite de oliva sal y pimienta. Servir el tmpura de pescado con salsa de soja o gajos de limón guarnecido de papatas francesas y ratatouille

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR						
PRODUCTO				COG.	PP002	
TURBANTES DE LENGUADO				RECETA		
				RACIONES	4	
				FECHA		
		A	B	C	C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA	CONSUMO			
Cd. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo
	Aceite de oliva	1000	3.05	ML	60	ML 0.18

Champiñones	454	2.00	GR	250	GR	1.10
Espárragos	200	1.05	GR	200	GR	1.05
Camarones	454	3.00	GR	200	GR	1.32
Aceite	1000	3.05	ML	90	ML	0.27
Lenguado	454	3.00	GR	454	GR	3.00
Cebolla perla	6	0.50	U	1	U	0.06
Zanahoria	8	0.50	U	1	U	0.06
Pimiento	5	0.50	U	2	U	0.20
Crema de leche	750	2.50	ML	200	ML	0.60
Orégano	8	0.50	U	1	U	0.06
Zucchini	200	0.50	GR	200	GR	0.50
Yuca	360	0.45	GR	360	GR	0.45
Sal, pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						8.85
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.89
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						9.74
COSTO POR PORCION						2.43
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA				33%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA						7.36
IVA				12%		0.88
PRECIO VENTA						8.24
PRECIO CARTA						8.25
PREPARACIÓN						
<p>Saltear los champiñones fileteados. Reservar. Saltear los camarones limpios, los tallos de espárragos cortados en pequeños trozos. Salpimentar. Mezclar los champiñones con los camarones, los espárragos, y el zucchini en dados medianos. Rectificar.</p> <p>Turbantes: Salpimentar los filetes de lenguado. Hacerles una incisión en el extremos más ancho, para formar los turbantes. Rellenarlos. Acomodarlos en el micro o el horno, verter agua hasta que cubra 1 cm de altura. Cubrir con film.</p> <p>Salsa: Sudar las cabezas de los camarones en el aceite, junto con las zanahorias en paisanas. Añadir el jugo de cocción de los turbantes. Llevar a ebullición y espumar una sola vez. Cocinar, e incorporar la crema y cocinar muy lentamente 5 minutos más. Pasar por un chino. Si es necesario, espesar con un poco de maicena. Condimentar con sal, pimienta y estragón.</p> <p>Guarnición: la porción de bastones de yuca gratinados, aparte, sudar en la manteca las puntas de espárragos, los camarones y el zucchini, salpimentar. Colocar en cada plato un turbante y un poco de salsa. Repartir la guarnición en forma atractiva. Decorar con estragón fresco.</p>						

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR

PRODUCTO		A				B		C		COG. RECETA	PP003
SALMÓN A LA PARRILLA						RACIONES		2		FECHA	
						C / RACIONES		B*C/A			
		COMPRA		CONSUMO							
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración		total costo			
	Salmon	454	4.00	GR	400	GR		3.52			
	Aceite	1000	3.05	ML	60	ML		0.18			
	Culantro	8	0.50	U	1	U		0.06			
	Comino	8	0.50	U	1	U		0.06			
	Pimentón	8	0.50	U	1	U		0.06			
	Queso	227	0.50	GR	20	GR		0.04			
	Cebolla	6	0.50	U	1	U		0.06			
	Aguacate	5	1.00	U	1	U		0.20			
	Limón	8	0.50	U	4	U		0.25			
	Yuca	400	GR	0.45	200	GR		0.23			
	Sal pimentia										
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)								4.66			
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%								0.47			
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION								5.13			
COSTO POR PORCION								2.56			
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA						33%					
PRECIO POTENCIAL DE VENTA								7.75			
IVA						12%		0.93			
PRECIO VENTA								8.68			
PRECIO CARTA								8.75			
PREPARACIÓN											
Adobar el salmón con sal, cilantro, comino, pimentón, cebolla y pimienta.											

Caliente la parrilla, para preparar la salsa, combine las rodajas de aguacate, la cebolla en juliana, el cilantro, el jugo de limón, aceite de oliva y la sal en un tazón. Mezcle bien y refrigere hasta que esté listo para usar. Ase el salmón en la parrilla hasta que esté listo. Sirva el pescado asado con la salsa de aguacate, y croquetas de yuca rellenas de queso

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						COG. RECETA	PP004
CHURRASCO A LA NAPOLLITANA						RACIONES	3
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingrid.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo	
	Lomo	454	2.00	GR	600	GR	2.64
	Papas	454	0.60	GR	454	GR	0.60
	Lechuga	1	0.50	U	1	U	0.50
	Tomate	8	0.50	U	1	U	0.06
	Cebolla	6	0.50	U	1	U	0.06
	Pepinillo	50	0.50	GR	30	GR	0.30
	aguacate	5	1.00	U	2	U	0.40
	Ajo	30	0.50	GR	5	GR	0.08
	Comino	8	0.50	U	1	U	0.06
	Aceite	1000	3.05	ML	50	ML	0.18
	Jamón	454	4.00	GR	50	GR	0.35
	Queso mozzarella	200	2.00	GR	40	GR	0.30
	Pasta de tomate	250	1.60	GR	15	GR	0.10
	orégano	8	0.50	U	1	U	0.08
	Pimienta, sal						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							5.73
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.57
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							6.30
COSTO POR PORCION							2.10

% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA	36%	
PRECIO POTENCIAL DE VENTA		5.83
IVA	12%	0.70
PRECIO VENTA		6.53
PRECIO CARTA		6.99
PREPARACIÓN		
<p>Corte los tomates, los pepinillos en vichyla lechuga en chiffonnadey sazónelos con sal y aceite, corte las papas en bastones y frías. Prepare la carne, sazónela yfríala lentamente, arrime una porción de lechuga con el penino en rodajas los tomates y la cebolla sancochada, adornada con una tajada de aguacate. Una vez, frita la carne mande a gratinar con el jamón, el queso mozzarella, pasta de tomate y orégano encima.</p>		

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO				COG. RECETA		PP005	
LOMO STEAK PIMIENTA				RACIONES		2	
				FECHA			
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Lomo	454	2.00	GR	400	GR	1.76
	Pimienta negra	8	0.50	U	1	U	0.06
	Salsa inglesa	115	0.75	GR	40	GR	0.26
	Crema de leche	750	2.50	ML	20	ML	0.06
	coñac	750	14.00	ML	10	ML	0.19

Maicena	454	0.80	GR	10	GR	0.02
Aceite de oliva	1000	3.05	ML	80	ML	0.24
Papas	454	0.60	GR	454	GR	0.60
Lechuga	1	0.50	U	MITAD	U	0.25
Tomate	8	0.50	U	1	U	0.06
Pepinillo	50	0.50	GR	30	GR	0.30
Aceite de oliva	115	1.25	ML	10	ML	0.11
Vinagre	100	0.35	CC	15	GR	0.05
Mostaza	100	0.30	GR	30	GR	0.09
Sal, pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						4.10
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.41
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						4.51
COSTO POR PORCION						2.25
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA				36%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA						6.25
IVA				12%		0.75
PRECIO VENTA						7.00
PRECIO CARTA						6.99

PREPARACIÓN

Poner los granos de pimienta en un mortero y machacarlos ligeramente. Mezclar con la mostaza y la salsa inglesa. Adobar los filetes con la mezcla. Seguidamente, calentar el aceite en una sartén grande y dorar la carne por los dos lados, a fuego alto flambeear con coñac. Retirar la carne de la sartén y reservar. Agregar la maicena y el caldo a la sartén y cocinar durante unos minutos, revolviendo para que no se formen grumos, agregar finalmente la crema de leche. Por último, rociar los filetes con la salsa y servir acompañados de puré de papas y la ensalada con su respectiva vinagreta.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR			
PRODUCTO		COG.	PP006
FILETE MIGÑON EN SALSA DE CHAMPIÑONES		RECETA	
		RACIONE S	2
		FECHA	

		A	B		C	C / RACIONE S	B*C/A
		COMPRA	CONSUMO				
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Lomo	454	2.00	GR	400	GR	1.76
	Tocino	40	1.25	GR	20	GR	0.62
	Mantequilla	250	1.25	GR	30	GR	0.15
	Cebolla perla	6	0.50	U	1	U	0.06
	champiñones	454	2.00	GR	100	GR	0.44
	Vino tinto	1000	4.00	ML	20	ML	0.08
	Crema de leche	750	2.50	ML	20	ML	0.06
	Maicena	454	0.80	GR	10	GR	0.02
	Aceite de oliva	1000	3.05	ML	80	ML	0.24
	Papas	454	0.60	GR	454	GR	0.60
	Lechuga	1	0.50	U	MITAD	U	0.25
	Tomate	8	0.50	U	1	U	0.06
	Pepinillo	50	0.50	GR	30	GR	0.30
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	10	ML	0.11
	Vinagre	100	0.35	CC	15	GR	0.05
	Mostaza	100	0.30	GR	30	GR	0.09
	Sal						
	Pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							4.89
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.49
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							5.38
COSTO POR PORCION							2.69
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					36%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							7.47
IVA					12%		0.89
PRECIO VENTA							8.36
PRECIO CARTA							8.55
PREPARACIÓN							
Sazonar los medallones de res con sal y pimienta, albardarlos con tocino. En una sartén dorar los medallones por cada lado, retirar, mientras tanto, en la misma sartén, dorar cebolla y champiñones, verter el vino tinto y dejar evaporar el alcohol, agrega la carne, dejar espesar y verificar el sabor. Finalmente se añade la crema de leche. Servir con las papas fritas y la ensalada con su respectivo aderezo.							

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR

PRODUCTO						COG. RECETA	PP007
JAMBONEAU DE AVE						RACIONES	2
						FECHA	
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Pierna y muslo de pollo	454	1.50	GR	360	GR	1.19
	Huevos de codorniz	1	0.08	U	6	U	0.48
	Espinaca	10	0.25	GR	3	GR	0.02
	Queso crema	125	1.25	GR	20	GR	0.20
	Leche	1000	0.75	ML	100	ML	0.08
	Cubo magui	1	0.10	U	1	U	0.10
	Harina	454	0.80	GR	30	GR	0.06
	Mantquilla	250	1.25	GR	30	GR	0.15
	Nuez moscada	8	0.50	U	2	U	0.06
	Lechuga	1	0.50	U	¼	U	0.13
	Tomate	8	0.50	U	2	U	0.06
	Pepinillo	50	0.50	GR	30	GR	0.30
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	20	ML	0.22
	Vinagre	100	0.35	CC	15	GR	0.05
	Mostaza	100	0.30	GR	30	GR	0.09
	Papa	400	GR	0.45	200	GR	0.24
	Sal						
	Pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							3.42
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.34
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							3.76
COSTO POR PORCION							1.88
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					33%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							5.69
IVA					12%		0.68
PRECIO VENTA							6.67
PRECIO CARTA							6.99

PREPARACIÓN

Sobre papel film estirar las espinacas, colocar el queso crema sobre estas, colocar los huevos cortando previamente las puntas. Condimentar y envolver, mandar al frío para compactar. Deshuesar la pata y muslo solo la parte del muslo, deshuesar la pierna sin romper la piel (a bolsa), cortar el hueso del peroné, y dejarlo manchonner (completamente limpio), cortar la piel por el extremo y sacar el hueso, rellenar con lo anterior. Cocer con hilo y aguja, sellar en la sartén con el aceite y terminar su cocción en el horno hasta alcanzar la temperatura interna de 74°C.

Hacer un salsa bechamel, mezclamos la mantequilla con la harina añadimos la leche de poco en poco resolviendo los grumos, añadimos el cubo magui y terminamos con nuez moscada. Acompañamos de puré de papa y ensalada con respectiva vinagreta.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO		LOG.		RECETA		PP008	
POLLO A LA NORMADA				RACIONES		2	
				FECHA			
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Aceite	1000	3.05	ML	80	ML	0.24
	Camarones	454	3.00	GR	100	GR	0.66
	Crema de leche	750	2.50	ML	20	ML	0.06

Cebolla perla	6	0.50	U	1	U	0.06
Manzana	5	U	1.00	2	U	0.40
Pollo	454	1.50	GR	300	GR	0.99
Vino blanco	1000	4.00	ML	20	ML	0.08
Ron	750	8.00	ML	20	ML	0.21
azúcar	454	0.75	GR	20	GR	0.03
Lechuga	1	0.50	U	¼	U	0.13
Tomate	8	0.50	U	1	U	0.06
Pepinillo	50	0.50	GR	30	GR	0.30
Aceite de oliva	115	1.25	ML	20	ML	0.22
Vinagre	100	0.35	CC	15	GR	0.05
Mostaza	100	0.30	GR	30	GR	0.09
Papa	400	GR	0.45	200	GR	0.24
Sal, pimienta						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						3.82
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.38
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						4.20
COSTO POR PORCION						2.10
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					33%	
PRECIO POTENCIAL DE VENTA						6.37
IVA					12%	0.76
PRECIO VENTA						7.13
PRECIO CARTA						7.25
PREPARACIÓN						
Trozar el pollo en octavos, salpimentar. Dorarlas en aceite, retirarlas y descartar la materia grasa. En el mismo recipiente, agregar la cebolla cortado en brunoise y la manzana en macedonia, saltearlas ligeramente e incorporar las presas. Verter el vino blanco y dejar que se evapore. Añadir el ron y mantener un hervor suave. Incorporar la crema, dar vuelta las presas y cocinar 5 minutos más.						
Añadir los camarones limpios y cocidos, y cocer. Saltear las manzanas cortadas en octavos y torneadas en la manteca, cuidando que queden al dente. Flamearlas con el ron. Condimentar con azúcar y pimienta. Repartir las presas de pollo en los platos. Salsearlas y rodearlas con manzanas flameadas. Acompañar de croquetas de papa y ensalada con su respectiva vinagreta.						

PRODUCTO						COG. RECETA			
LLAPINGACHO						RACIONES		2	
						FECHA			
		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A		
		COMPRA		CONSUMO					
Cód. Ingrid.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo		
	Papa	454	0.60	GR	300	GR	0.40		
	Huevo	1	0.12	U	2	U	0.24		
	Achiote	500	1.70	ML	20	ML	0.07		
	Queso	400	3.50	GR	30	GR	0.26		
	Aceite	1000	3.05	ML	80	ML	0.24		
	Chorizo	454	2.00	GR	300	GR	1.32		
	Cebolla blanca	5	0.50	U	1	U	0.10		
	Ajo	30	0.50	GR	5	GR	0.08		
	Mani	454	0.75	GR	50	GR	0.08		
	Lechuga	1	0.50	U	¼	U	0.13		
	Tomate	8	0.50	U	1	U	0.06		
	Pepinillo	50	0.50	GR	30	GR	0.30		
	Aceite de oliva	115	1.25	ML	20	ML	0.22		
	Vinagre	100	0.35	CC	15	GR	0.05		
	Mostaza	100	0.30	GR	30	GR	0.09		
	aguacate	5	1.00	U	1	U	0.20		
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							3.83		
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.38		
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							4.21		
COSTO POR PORCION							2.11		
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					36%				
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							5.86		
IVA					12%		0.70		
PRECIO VENTA							6.56		
PRECIO CARTA							6.75		
PREPARACIÓN									
<p>Pelar las papas y cocerlas. Elaborar con estas un puré, agregando el huevo crudo, achiote, sazonar con sal y pimienta. Formar las tortillas con la mano, rellenarlas de queso y reservarlas. Dorarlas en un sartén o plancha con poco aceite. Dorar el chorizo en una sartén y freír los huevos en una sartén.</p>									

Elaborar la salsa de maní rehogando la cebolla blanca y ajo finamente picados, en achiote, agregar el maní licuado, un poco de agua, dejar cocer hasta espesar y sazonar con sal y pimienta.

Elaborar la salsa criolla, con el tomate y cebolla colorada cortados en juliana, añadir el jugo de limón, culantro picado y sazonar con sal y pimienta. Servirlas los llapingachos con lechuga en chiffonnade, el tomate en juliana, el pepinillo el aguacate, la salsa de maní, huevos fritos, y chorizo.

POSTRES	% COSTO	P.V.P.
Mousse de queso con salsa de frutos rojos.	18%	2.99
Queso de piña	18%	3.25
Tiramisú	18%	3.25
Cremoso de maracuyá	18%	3.55
Crepes suzette	18%	4.25

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO				LOG. RECETA		Ps001	
				RACIONE		4	
				FECHA			
		A	B	C	C/RACIONES	B*C/A	
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingrid.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo	
	Crema de leche	750	2.50	ML	175	ML	0.58



Queso crema	125	1.25	GR	20	GR	0.20
Huevos	3	0.12	U	3	U	0.36
Azucar	454	0.60	GR	30	GR	0.04
Frutos rojos	100	0.50	GR	100	GR	0.50
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						1.68
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.17
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						1.85
COSTO POR PORCION						0.46
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA				18%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA						2.56
IVA				12%		0.30
PRECIO VENTA						2.86
PRECIO CARTA						2.99

PREPARACIÓN

Hacer un almíbar, batir las yemas y verter el jarabe anterior, sin dejar de batir hasta que la mezcla se temple y esté esponjosa. Por otro lado, monta la crema bien fría con el queso crema, mezclar las yemas y la crema, verter en 2 copas individuales e introducirlos al frigorífico. Servir la mousse y adornar con virutas de chocolate y unas hojas de menta.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						COG. RECETA	Ps002
QUESO DE PIÑA						RACIONES	4
						FECHA	
	A	B	C	C / RACIONES	B*C/A		
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Crema de leche	750	2.50	ML	175	ML	0.58

Queso crema	125	1.25	GR	20	GR	0.20
Huevos	3	0.12	U	3	U	0.36
Azúcar	454	0.60	GR	30	GR	0.04
Piña	100	0.50	GR	100	GR	0.50
Canela	10	0.15	GR	5	GR	0.05
Pimienta de dulce	10	0.15	GR	5	GR	0.05
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)						1.78
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%						0.18
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION						1.96
COSTO POR PORCION						0.49
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA				18%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA						2.72
IVA				12%		0.33
PRECIO VENTA						3.05
PRECIO CARTA						3.25
PREPARACIÓN						
<p>Hacer un almíbar con la piña picada en dados medianos, la pimienta dulce y la canela, batir las yemas y verter el jarabe anterior, sin dejar de batir hasta que la mezcla se temple y esté esponjosa. Por otro lado, monta la crema bien fría, Mezcla las yemas y la crema, incorporando los pedazos de piña en el fondo de la bandeja, e introdúcelos al frigorífico. Sirve la mousse y adorna con unas hojas de menta.</p>						

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR					
PRODUCTO				COG. RECETA	Ps003
CREMOSO DE MARACUYA				RACIONES	4
				FECHA	
	A	B	C	C / RACIONES	B*C/A
	COMPRA		CONSUMO		

Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Crema de leche	750	2.50	ML	175	ML	0.58
	Queso crema	125	1.25	GR	20	GR	0.20
	Huevos	3	0.12	U	3	U	0.36
	Azúcar	454	0.60	GR	30	GR	0.04
	Maracuyá	100	0.80	GR	100	GR	0.80
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							1.98
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.20
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							2.17
COSTO POR PORCION							0.54
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					18%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							3.00
IVA					12%		0.36
PRECIO VENTA							3.36
PRECIO CARTA							3.55

PREPARACIÓN

Hacer un almíbar, batir las yemas y verter el jarabe anterior, sin dejar de batir hasta que la mezcla se temple y esté esponjosa. Por otro lado, monta la crema bien fría, mezcla las yemas con la pulpa de maracuyá y la crema, e introdúcelos al frigorífico. Sirve la mousse y adorna con unas hojas de menta.

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR			
PRODUCTO		COG. RECETA	Ps004
TIRAMISÚ		RACIONES	4
		FECHA	
	A B C	C / RACIONES	B*C/A

Cód. Ingred.	Ingredientes	COMPRA		CONSUMO			
		Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Crema de leche	750	2.50	ML	175	ML	0.58
	Queso crema	125	1.25	GR	20	GR	0.20
	Huevos	3	0.12	U	3	U	0.36
	Azúcar	454	0.60	GR	30	GR	0.04
	Bizcotelas	50	1.25	U	12	U	0.30
	Café	25	0.90	GR	5	GR	0.18
	Cacao en polvo	100	0.80	GR	10	GR	0.08
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							1.74
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.17
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							1.91
COSTO POR PORCION							0.48
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					18%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							2.67
IVA					12%		
PRECIO VENTA							2.99
PRECIO CARTA							3.25
PREPARACIÓN							
<p>Preparamos una cafetera de café bien fuerte, de calidad y dejamos enfriar. Hacer un almíbar, batir las yemas y verter el jarabe anterior, sin dejar de batir hasta que la mezcla se temple y esté esponjosa. Por otro lado, monta la crema de leche con el queso crema bien fría, en un molde rectangular ponemos una capa de bizcotelas en el fondo y empapamos de café, los cubrimos con una capa de crema y rallamos chocolate negro por encima. Hacemos lo propio con otra capa de bizcochos y finalizamos con una de crema con cacao espolvoreado por encima.</p>							

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR			
PRODUCTO		COG. RECETA	
CREPES SUZETTE		RACIONES	4
		FECHA	

		A	B	C		C / RACIONES	B*C/A
		COMPRA		CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración	total costo
	Leche	1000	0.75	ML	125	ML	0.09
	Harina	454	0.80	GR	125	GR	0.22
	Azucar	454	0.60	GR	50	GR	0.04
	Huevo	1	0.12	U	1	U	0.12
	Mantequilla	250	1.25	GR	100	GR	0.50
	Sal						
	Naranjas	10	1.00	U	5	U	0.50
	Ron	750	8.00	ML	100	ML	1.06
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							2.53
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							0.25
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							2.78
COSTO POR PORCION							0.69
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					18%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							3.83
IVA					12%		
PRECIO VENTA							4.29
PRECIO CARTA							4.25
PREPARACIÓN							
<p>Batimos los ingredientes de la masa de crepes hasta que quede una mezcla homogénea. Calentamos una sartén especial para crepes y la pincelamos con un trocito de mantequilla. Vertemos sobre ella una porción de la mezcla, formando una capa delgada, dejamos que se haga y reservamos. Cuando tengamos todas las crepes hechas las doblamos por la mitad dos veces. En una sartén, dejamos que se derrita la mantequilla junto con el azúcar. Añadimos el zumo de naranja y dejamos que cueza unos minutos para que se espese un poco. Colocamos los crepes sobre la salsa y dejamos que tomen calor durante un minuto. Rociamos con el vaso de licor y flambeamos. Servimos de inmediato.</p>							

4. Diseño de la carta del restaurante “De Linares”

Se determinaron las características óptimas que deberá tener la carta como objeto de ventas en sí, con relación a la concentración de la vista en el menú,

por parte de los clientes, por lo que a los platos se los ha dispuesto en la carta según su categoría, es decir: entradas, platos principales pastas y arroces; verduras y ensaladas y finalmente postres.

Se tomaron los siguientes parámetros para su elaboración:

- Formato tríptico 290 x 410 mm
- Impreso a color generalmente resaltan los colores rojos y negros, imposibles de pasarlos por alto, el rojo da la sensación de opulencia.
- Impreso a color sobre cartulina plastificada.
- La letra es de 12 pts con un interlineado de 1.5 para así dejar descansar un poco la vista con espacio en blanco.
- Incluimos además información básica del restaurante como instrumento de marketing.
- Se colocó imágenes de los platillos que se desea captar más la atención.
- Se desarrolló una correcta descripción de los platillos con los nombres de las preparaciones cortos y concisos y su descripción presenta además los ingredientes y gramos.

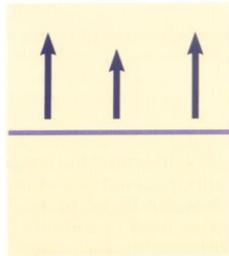
Aquí tenemos la secuencia de la concentración de la vista en el menú por parte de los clientes, este punto se tomó en cuenta para posicionar los platillos en la carta.

IMAGEN N°02

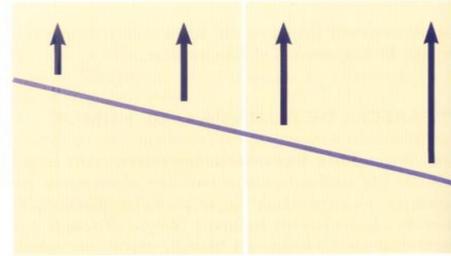
CONCENTRACION DE LA VISTA EN EL MENU

CONCENTRACIÓN DE LA VISTA EN LOS MENÚS

MENÚ DE UNA PÁGINA
CONCENTRACIÓN DE LA VISTA
EN LA MITAD SUPERIOR



MENÚ DE DOS PÁGINAS (DÍPTICO)
CONCENTRACIÓN DE LA VISTA EN LA
DIAGONAL SUPERIOR DERECHA



TRÍPTICO CARTA
CONCENTRACIÓN DE LA VISTA EN EL
CENTRO, 2/3ª PARTE SUPERIOR

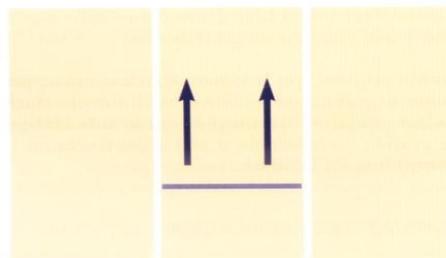
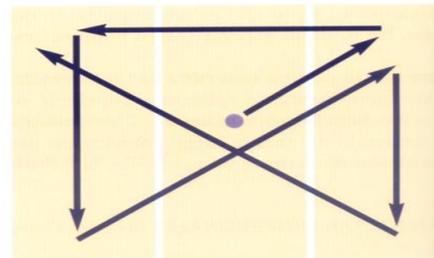


DIAGRAMA DEL MOVIMIENTO
DE LA VISTA
PANEL TRÍPTICO



Fuente: Anónimo

Generalmente en un tríptico la vista se concentra en los dos tercios de la parte superior de las paginas impares, donde se colocó los platos que generan mayor utilidad, los que siguen en orden de importancia se situaron en la parte superior izquierda e inferior derecha.

VI. CONCLUSIONES

- Se determinó la importancia de la elaboración de la carta como instrumento de marketing y ventas.
- Una carta bien estructurada debe ser funcional y estar en coherencia con el equipamiento de la cocina, por ello, la estandarización de las recetas describe la maquinaria y equipo a emplearse.
- La estandarización de las recetas asegura la homogeneidad de las preparaciones, tanto en términos de preparación como de presentación, y además, evita pérdidas de materia prima.
- La propuesta gastronómica se acondiciona a la clientela, por lo que es importante la continua innovación tras un determinado periodo de rendimiento de la producción, para evitar el estancamiento y declive empresarial.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los gerentes de establecimientos de alimentos y bebidas tener una amplia cartera de proveedores, con estrictos estándares para certificar su cumplimiento y calidad de entrega del producto.
- Los restaurantes primeramente deben identificar sus objetivos y hacia qué público dirigen sus servicios, para desarrollar la propuesta gastronómica.
- Se recomienda dentro de las ofertas del hotel incluir especiales y promociones para fines de semana o de algún día en particular con el objetivo de incrementar la propuesta gastronómica.
- Se recomienda llevar un control de inventarios para las existencias de materias primas y control de bienes.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Anónimo.** Elaboración de platos combinados y aperitivos. España: Vértice.

2009 (3)

2. **Anónimo.** Servicio básico de alimentos y bebidas y tarea de post-servicio en el restaurante: España: Vértice. 2009 (5)

3. **Becerra Torres, M.** Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de Aprovisionamiento. España: Paraninfo. 2012 (13)

4. **Felipe Gallego, J.** Gestión de Hoteles: Una nueva Visión. Australia: Paraninfo. 2002(8)

5. **Felipe Gallego, J.** Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y Restaurantes: España: Paraninfo. 2012. (9)

6. **Felipe Gallego, J. Peyrolon Melendo, R.** Diccionario de Hostelería: Hotelería y Turismo, Restaurante y Gastronomía, Cafetería y Bar. Australia: Paraninfo. 2004. (1), (4), (12), (14).

7. **Felipe Tablado, C. Felipe Gallego, J.** Manual de Higiene y Seguridad Alimentaria en Hostelería. Australia: Paraninfo. 2004 (10)

8. **Guerrero Luján, R.** Técnicas Elementales de Servicio. España: Paraninfo. 2012 (6)

9. Gil Martínez, A. Técnicas Culinarias. Ciclos formativos. Madrid: Akal. 2010 (15)

10. Hartjen H. El manejo de Restaurantes. Guía para gerentes y propietarios. Mexico: Limusa. 2012 (18)

11. López Benito, N. Marketing en Restauración. Madrid: Síntesis. 2009 (11)

12. Montes E. Lloret Irene. López M. Manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración. España: Díaz de Santos. 2009 (7)

13. RESTAURANTE (HISTORIA)

[Http://www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

2013-11-04 (2)

14. RECETA ESTANDAR

<http://www.slideshare.net>

2013-11-04 (17)

15. Sánchez Anaya, E. Manual de Administración y Gastronomía. México: Trillas. 2012 (16)

X. **ANEXOS**

ANEXO N° 01

ENCUESTA PARA LOS CLIENTES Y COMENSALES

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Con el objetivo de conocer opiniones sobre sus preferencias gastronómicas, para mejorar la carta del Restaurante “De Linares” sírvase contestar las siguientes preguntas, marcando una X en el paréntesis que usted elija.

1. ¿Cuál de las siguientes opciones considera Ud. debería ser la principal innovación en la preparación de un platillo?

Sabor ()

Variedad ()

Ingredientes ()

Presentación ()

2. ¿Cuál es el ingrediente base de su platillo favorito?

Verduras ()

Aves ()

Carnes ()

Pasta ()

Pescados y mariscos ()

3. ¿Le agradecería tener dentro de la carta una alternativa vegetariana?

Si ()

No ()

4. Marque dos aspectos que considera usted son los más importantes dentro de una carta.

Buenas ilustraciones ()

De fácil lectura ()

Colores llamativos ()

Originalidad ()

5. ¿Dentro de que tendencia culinaria le gustaría a Ud. que estuviesen los platillos de la nueva carta?

Cocina clásica ()

Elaboraciones con bases técnicas y artísticas que adoptamos de la cocina francesa basados en los ingredientes y elaboración fuertemente tradicionales que aplicamos en determinadas preparaciones de la cocina ecuatoriana.

La Nouvellecuisine ()

Es un enfoque a la cocina y presentación de comidas, se basa en platos más livianos y delicados, sin salsas pesadas ni vegetales cocidos en exceso, con una gran importancia a la presentación de las comidas.

Cocina fusión ()

Es la mezcla de ingredientes representativos de otros países, mezcla de condimentos y/o especias, prácticas culinarias, etc.

Cocina internacional ()

Platillos que diferencian a un país de otro ya sea por sus ingredientes, condimentos, o elaboraciones; es así que tenemos entre los más destacados cocina italiana, española, alemana, japonesa, china, etc.

6. ¿Le gustaría que el restaurante “De Linares tuviera comida típica nacional en su carta?

SI ()

NO ()

7. Enumere los platillos que más le agrada de la comida ecuatoriana

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 02

ENCUESTA PARA CLIENTES INTERNOS DEL HOTEL “CASA REAL”

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Con el objetivo de conocer opiniones para el mejoramiento de la carta del Restaurante “De Linares” sírvase contestar las siguientes preguntas, marcando una X en el paréntesis que usted elija.

1. ¿Qué platillos considera Ud. como símbolo del Restaurante “De Linares”?

.....

2. ¿Qué nivel de capacitación dentro de su área ha adquirido o domina?

Bajo ()

Intermedio ()

Medio ()

Avanzado ()

3. ¿Cree Ud. que la cocina este correctamente equipada para elaboraciones que soliciten mayor dominio de técnicas culinarias?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 03

Entrevista Ing. Juan Carlos Baquero

ADMINISTRADOR DEL HOTEL “CASA REAL”

- Habla sobre la carta del restaurante “De Linares”

El restaurante “De Linares” cuenta con una carta que tiene dos años y medio de funcionamiento, la cual fue elaborada por una cocinera de origen italiana, que actualmente no desempeña ningún cargo en el hotel, la carta ha tenido una serie de falencias por el hecho de no satisfacer las demandas de los clientes.

- Facilidad para conseguir los productos.

Se diría que es de facilidad media porque siempre se trata de conseguir materia prima de primera calidad y además no se cuenta con una cartera amplia de proveedores.

- Puntualidad de entrega de productos

Generalmente la puntualidad de entrega por parte de los productos cárnicos no es la adecuada, siendo este el único inconveniente en los productos que entran, por lo que se lleva un inventario de existencias.

- Consideraría la adquisición de nueva maquinaria y equipo para producción

Si se consideraría una inversión para maquinaria y equipo.

ANEXO N° 04

MODELO DE LA RECETA ESTANDAR

HOJA DE COSTEO DE RECETA ESTANDAR							
PRODUCTO						COG. RECETA	
						RACIONES	
						FECHA	
		A	B		C	C / RACIONES	B*C/A
COMPRA				CONSUMO			
Cód. Ingred.	Ingredientes	Cantidad	Costo	Unidad	Total Cant	cant por ración total costo	
	VERDE						
COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (DE LA RECETA ESTANDAR)							
MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN 10%							
COSTO TOTAL DE LA PREPARACION							
COSTO POR PORCION							
% COSTO MATERIA PRIMA ESTABLECIDA					32%		
PRECIO POTENCIAL DE VENTA							
IVA					12%		
PRECIO VENTA							
PRECIO CARTA							