



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
CAFETERÍA ESTILO MINIMALISTA EN LA PARROQUIA DE YARUQUÍES
CIUDAD DE RIOBAMBA, 2016”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Emprendimiento

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Elaborado por:

GABRIELA LORENA LEMA ESPINOZA

RIOBAMBA- ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento ha sido revisado y autorizado para su publicación.



Ing. Silvia Tapia S.
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Lunes 23 de enero de 2017

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento titulado “Propuesta de factibilidad para la implementación de una cafetería estilo minimalista en la Parroquia de Yaruquíes ciudad de Riobamba, 2016” de la señorita Gabriela Lorena Lema Espinoza ha sido revisada y autorizada para su publicación.



Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN



Ing. Verónica LLangari

MIEMBRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Gabriela Lorena Lema Espinoza, declaro que el siguiente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 04 de enero de 2017


Gabriela Lorena Lema Espinoza
CI. 060451913-2

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar una etapa más en mi vida, a mi familia por ser un pilar fundamental en mi camino y por la comprensión y apoyo en buenos y malos momentos.

Gabriela

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a toda mi familia por ser un ejemplo de unión trabajo y esfuerzo, por su comprensión y buenos consejos que me han alentado a seguir adelante y alcanzar un objetivo más planteado en mis metas.

Gabriela

RESUMEN

La presente investigación plantea: determinar la propuesta de factibilidad para la implementación de una cafetería estilo minimalista en la parroquia Yaruquíes ciudad de Riobamba; por medio de investigación descriptiva efectuada mediante técnicas de investigación bibliográfica y de campo para levantar información. Se determinó el perfil del cliente local y turista mediante la aplicación de encuestas a 137 habitantes de la parroquia, que dejaron un resultado positivo debido a la aceptación del servicio de alimentación tipo cafetería y a la búsqueda de nuevas formas de servicio en cafeterías por parte de los encuestados. Para demostrar el estudio de factibilidad y cumplir con los objetivos planteados se realizaron estudios como: técnicos , legales, administrativos, de medio ambiente y financiero, donde constan pasos a seguir y características necesarias para la ejecución del proyecto. Además se detalla el total de inversión en 20.816,60. Los resultados que se obtuvieron en esta propuesta de factibilidad fueron: en la evaluación financiera del proyecto, dio como resultado un VAN positivo de \$12.998,91, la TIR es de 30%, la relación B/C es de 2,12, un TMR de 23.827,26 y el periodo de recuperación de la inversión será en dos años cinco meses que indica que el proyecto es rentable. El proyecto es netamente viable desde el punto de vista económico, financiero, social ambiental y se recomienda la implementación de la cafetería minimalista en la parroquia de Yaruquíes.

Palabras clave: cafetería estilo minimalista, gastronomía, servicio de alimentación.



SUMMARY

The present research work proposes to determine the feasibility proposal for the implementation of a minimalist styling cafeteria in the Parroquia Yaruquíes, Riobamba city. Through descriptive research carried out bibliographical and field research techniques to collect information. It determined the profile about local and tourist client through the application of surveys to 137 inhabitants of the Parroquia, which showed a positive result due to the acceptance of the food service and the search for new forms of cafeteria service by the surveyed. To demonstrate the feasibility study and to comply with the objectives, performed technical, legal, administrative, environmental and financial studies, including important steps to follow and characteristics necessary for the execution of the project, beside the total investment in 20.816,60. The results obtained in the present this feasibility proposal were: the financial evaluation of the project showed a positive NPV of \$ 12.998,91, the IRR is 30%, the B / C ratio is 2.12, and TMR Of 23.827,26 and the period of recovery of the investment will be in two years, five months indicating that the project is profitable. The project is clearly viable from the economic, financial, social and environmental point of view and finally, it recommends the implementation of the minimalist cafeteria in the Parroquia Yaruquíes.

Keywords: minimalist styling cafeteria, gastronomy, food service.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
SUMMARY	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS.....	3
a. Objetivo General	3
b. Objetivos Específicos.....	3
III. MARCO TEÓRICO	4
1. Definición de propuesta de factibilidad	4
1.1. Importancia del Estudio de Factibilidad.	4
1.2. Objetivos que determinan la Factibilidad.	4
2. Estudios necesarios para una propuesta de factibilidad	5
2.1. Estudio de Mercado.....	5
2.2. Estudio Técnico	7
2.3. Análisis de la Inversión	8
2.4. Estudio Ambiental	10
2.5. Estudio Financiero	13
3. ¿Qué es una Cafetería?.....	17
3.1. Historia de cafetería.....	18
3.2. Clasificación de cafeterías	20
4. ¿Qué es Minimalista?.....	21
4.2. Cocina Minimalista	22
4.3. Arquitectura del plato	22
IV. MARCO CONCEPTUAL.....	24
V. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	26
A. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL	27
1. Selección inicial de las ideas	28
2. Evaluación final de las ideas	28

3.	Descripción de la idea seleccionada	28
B.	JUSTIFICACIÓN	30
1.	Descripción del servicio o del producto	31
2.	Nombre del Emprendimiento	32
3.	Descripción de empresa	32
4.	Misión.....	32
5.	Visión.....	32
6.	Objetivo	32
7.	Políticas	33
8.	Estrategias	33
9.	Valores.....	33
10.	Distingos y ventajas competitivas	34
11.	FODA	35
C.	METODOLOGÍA APLICADA	36
a.	Universo	36
b.	Muestra	36
c.	Instrumentos o técnicas a utilizarse.....	37
d.	Fuentes de investigación	38
D.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	39
VI.	ESTUDIO DE MERCADO.....	51
1.	Demanda	51
2.	Oferta	53
3.	Determinación demanda insatisfecha.....	54
4.	Mix de mercado.....	56
5.	Análisis del sector.....	59
6.	Cargos y funciones del área comercial	61
7.	Determinación de inversiones y gastos del área comercial	62
VII.	ESTUDIO TÉCNICO.....	63
1.	Determinación del tamaño de la empresa	63
2.	Capacidad de la planta	63
3.	Distribución de la planta	63
4.	Localización de la planta	64
5.	Recetas estándar	64
6.	Procesos de producción del producto (b/s)	65
7.	Proceso y flujo grama de producción	66
8.	Diseño de la planta	67
VIII.	ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN.....	68
1.	ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	68
a.	Consumo de servicios básicos	68
b.	Combustible	68
c.	Mantenimiento	69
d.	Depreciación.....	69
e.	Materia prima directa	70
f.	Mano de obra directa.....	71
g.	CIF.....	71
2.	REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	72

3. PROGRAMA PRE-OPERATIVO	75
a) Pruebas.....	75
b) Degustaciones	76
c) Muestras	77
d) Costos de control de calidad	77
IX. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	78
A. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (DEFINICIÓN DE ÁREAS)	78
1. Área administrativa.....	78
2. Área productiva.....	78
3. Área comercial.....	79
4. Área financiera	79
B. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	80
C. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO. 81	
1. Descripción de puestos de trabajo	81
2. Perfil de los trabajadores	85
3. Costos salariales	86
4. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo.....	86
D. MARCO LEGAL	86
1. Tipo de empresa.....	86
2. Trámites y permisos	88
3. Gastos de organización e impuestos	90
X. ESTUDIO AMBIENTAL	91
1) Mitigar el impacto ambiental	91
2) Acciones remediales 3r's.....	92
XI. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	94
1. Evaluación económica	103
2. Evaluación financiera	103
3. Evaluación social	108
4. Evaluación ambiental	108
XII. CONCLUSIONES	109
XIII. RECOMENDACIONES	110
XIV. BIBLIOGRAFÍA	111
I. ANEXOS	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Lluvia de ideas</i>	27
Tabla 2 <i>Selección de ideas</i>	28
Tabla 3 <i>Evaluación de ideas</i>	28
Tabla 4 <i>Aceptación de un lugar para compartir con amigos o familia</i>	39
Tabla 5 <i>Aceptación de una cafetería con un nuevo estilo</i>	40
Tabla 6 <i>Localización de la cafetería</i>	41
Tabla 7 <i>Aceptación de una nueva cafetería</i>	42
Tabla 8 <i>Logotipo de la cafetería</i>	43
Tabla 9 <i>Servicios que considera usted en una cafetería</i>	44
Tabla 10 <i>Menú para la cafetería</i>	45
Tabla 11 <i>Tiempo que visita una cafetería</i>	46
Tabla 12 <i>Valor que consume en una cafetería</i>	47
Tabla 13 <i>Publicidad para la cafetería</i>	48
Tabla 14 <i>Otras cafeterías</i>	49
Tabla 15 <i>Atención recibida por otras cafeterías</i>	50
Tabla 16 <i>Proyección demanda de cafeterías</i>	51
Tabla 17 <i>Crecimiento Poblacional</i>	52
Tabla 18 <i>Proyección oferta de cafeterías</i>	54
Tabla 19 <i>Proyección demanda insatisfecha</i>	55
Tabla 20 <i>Gastos área comercial</i>	62
Tabla 21 <i>Gasto publicidad</i>	62
Tabla 22 <i>Servicios básicos</i>	68
Tabla 23 <i>Combustibles y lubricantes</i>	68

Tabla 24 <i>Mantenimiento</i>	69
Tabla 25 <i>Depreciación</i>	69
Tabla 26 <i>Materia Prima</i>	70
Tabla 27 <i>Mano de obra directa</i>	71
Tabla 28 <i>Mano de obra Indirecta</i>	71
Tabla 29 <i>Maquinaria y equipos</i>	72
Tabla 30 <i>Equipo de cómputo</i>	72
Tabla 31 <i>Muebles y enseres</i>	72
Tabla 32 <i>Menaje y utensillos</i>	73
Tabla 33 <i>Suministros y materiales</i>	74
Tabla 34 <i>Materiales indirectos</i>	74
Tabla 35 <i>Requerimiento de activos fijos</i>	75
Tabla 36 <i>Gastos experimentación</i>	75
Tabla 37 <i>Ficha chef administrativo</i>	81
Tabla 38 <i>Ficha cajero</i>	82
Tabla 39 <i>Ficha mesero</i>	83
Tabla 40 <i>Cocinero</i>	84
Tabla 41 <i>Gastos organización</i>	90
Tabla 42 <i>Análisis de la inversión</i>	94
Tabla 43 <i>Estado de fuentes y usos</i>	95
Tabla 44 <i>Clasificación de las inversiones</i>	96
Tabla 45 <i>Total de la inversión</i>	97
Tabla 46 <i>Financiamiento</i>	97
Tabla 47 <i>Amortización de diferidos</i>	97
Tabla 48 <i>Amortización del préstamo</i>	98

Tabla 49 <i>Presupuesto de costos de producción</i>	98
Tabla 50 <i>Presupuesto de gasto de administración</i>	99
Tabla 51 <i>Presupuesto gasto ventas</i>	99
Tabla 52 <i>Ingresos y egresos</i>	100
Tabla 53 <i>Estado de resultados</i>	101
Tabla 54 <i>Balance General</i>	101
Tabla 55 <i>Flujo de Caja</i>	102
Tabla 56 <i>FNE</i>	104
Tabla 57 <i>Van</i>	104
Tabla 58 <i>TIR</i>	105
Tabla 59 <i>TMR</i>	105
Tabla 60 <i>PRI</i>	106
Tabla 61 <i>R/C</i>	106
Tabla 62 <i>Punto de equilibrio</i>	107
Tabla 63 <i>Evaluación social</i>	108

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Aceptación de un lugar para compartir con amigos o familia	39
<i>Figura 2</i> Aceptación de una cafetería con un nuevo estilo.....	40
<i>Figura 3</i> Localización de la cafetería	41
<i>Figura 4</i> Aceptación de una nueva cafetería	42
<i>Figura 5</i> Logotipo de la cafetería	43
<i>Figura 6</i> Servicios que considera usted en una cafetería.....	44
<i>Figura 7</i> Menú para la cafetería	45
<i>Figura 8</i> Tiempo que visita una cafetería.....	46
<i>Figura 9</i> Valor que consume en una cafetería.....	47
<i>Figura 10</i> Publicidad para la cafetería.....	48
<i>Figura 11</i> Otras cafeterías	49
<i>Figura 12</i> Atención recibida por otras cafeterías	50
<i>Figura 13</i> Proyección demanda de cafeterías.....	52
<i>Figura 14</i> Crecimiento poblacional	53
<i>Figura 15</i> Proyección de cafeterías	54
<i>Figura 16</i> Proyección demanda insatisfecha	55
<i>Figura 17</i> Canal de distribución	58
<i>Figura 18</i> Macro localización.....	60
<i>Figura 19</i> Micro localización	61
<i>Figura 20</i> Determinación de la localización.....	64
<i>Figura 21</i> Punto de equilibrio.....	107

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 <i>Clasificación de las cafeterías</i>	20
Cuadro 2 <i>FODA</i>	35
Cuadro 3 <i>Segmentación de mercado</i>	58
Cuadro 4 <i>Pruebas</i>	75
Cuadro 5 <i>Trámites y permisos</i>	88
Cuadro 6 <i>Impacto ambiental</i>	91
Cuadro 7 <i>Reducir</i>	92
Cuadro 8 <i>Reciclar</i>	93
Cuadro 9 <i>Reutilizar</i>	93
Cuadro 10 <i>Análisis Financiero</i>	103

I. INTRODUCCIÓN

Desde hace algunos años las cafeterías se han convertido en un negocio importante en el marco del sector servicios de alimentos a nivel global, la tradición del café como lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir, es representativa de algunas ciudades del mundo.

Las cafeterías que cuentan con decoraciones temáticas y sofisticadas son preferidas por una clientela más sobria, amantes de la cultura y el esparcimiento que junto a los amigos discuten el desarrollo y a los cambios de la sociedad, la importancia de la política y las reflexiones profundas que se pierden en el tiempo. Cabe destacar que, más allá de su función en el despacho de bebidas y comidas, las cafeterías tienen una gran relevancia social ya que se trata de lugares de encuentro.

La falta de establecimientos de alimentos y bebidas que brinden un servicio de calidad y un ambiente único y acogedor en la parroquia de Yaruquíes, ha provocado en la población el desconocimiento de nuevas formas de servicio que en la actualidad se están implementado, y esto da como resultado que el avance en el negocio de la restauración no haya progresado de manera constante en esta parroquia y por ende en nuestra ciudad.

Es por esto que se busca implementar una cafetería minimalista que represente un entorno original, tomando en cuenta la cultura gastronómica de nuestro país y la gastronomía internacional, para de esta manera brindar a las personas un local con un servicio de calidad y una decoración única.

Por lo cual es importante realizar la propuesta de factibilidad, ya que se definió la aceptación que tiene por parte de la población, cuales son los beneficios que aporta al negocio de la restauración y la viabilidad económica del proyecto.

La presente investigación consta de tres partes; en la primera se menciona los objetivos tanto generales como específicos, el marco teórico, la metodología utilizada, tipo, diseño, población, muestra.

En la segunda parte se analizó los resultados obtenidos después de haber aplicado los instrumentos para levantar información, mediante la utilización de tablas y gráficos que permiten determinar los puntos críticos y aceptación que tendrá el proyecto.

La tercera parte de la investigación consta el desarrollo de los siguientes estudios: técnico, legal, administrativo, medio ambiente y financiero con los cuales se desarrolló la propuesta sobre la implementación de una cafetería estilo minimalista y la viabilidad económica que tiene. Posterior a esto constan las conclusiones y recomendaciones obtenidas después de haber finalizado la investigación.

II. OBJETIVOS

a. Objetivo General

- Desarrollar la propuesta de factibilidad para la implementación de una cafetería estilo minimalista en la parroquia Yaruquíes ciudad de Riobamba.

b. Objetivos Específicos

- Determinar los clientes potenciales mediante un estudio de mercado.
- Demostrar los estudios técnico, legal, administrativo, ambiental y financiero del proyecto.
- Establecer la viabilidad financiera, económica y social para conocer su rentabilidad.

III. MARCO TEÓRICO

1. Definición de propuesta de factibilidad

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (Miranda J. J., 2005)

El estudio de factibilidad profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias en investigación de mercados, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos y rentabilidad económica del proyecto y es la base en la que se apoyan los inversionistas para tomar sus decisiones. (Urbina, 2006)

1.1.Importancia del Estudio de Factibilidad.

Con el estudio de factibilidad, se persigue la disminución de la incertidumbre en las inversiones de capital, asimismo busca la eficiencia y la eficacia en la utilización de los recursos, a través del análisis crítico de la localización, tamaño, tecnología, organización, mercado y legalidades.

1.2.Objetivos que determinan la Factibilidad.

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas

- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto.

2. Estudios necesarios para una propuesta de factibilidad

Existe una gran variedad de estudios tanto técnicos como financieros entre los más importantes, que son los más necesarios para poder determinar la viabilidad económica que tiene un proyecto a elaborar. A continuación se detallan los mismos.

2.1. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos

de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas.
(Valera, 2001)

2.1.1. Objetivo de un estudio de mercado

El objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.) Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad.

Los Objetivos específicos son:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

2.1.2. Etapas del estudio de mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos, pero en la práctica se aplican en campos bien definidos. Los pasos a seguir para llevar a cabo un análisis comercial, según bibliografía especializada, son los que a continuación se muestran:

- Análisis del producto
- Producto principal.
- Subproductos.
- Productos sustitutivos.
- Productos complementarios
- Clientes Potenciales
- Análisis del mercado
- Proveedores
- Distribuidores

(Ramírez Almaguer, 2009)

2.2. Estudio Técnico

El análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. (Sapag, 2003)

El estudio tecnico tiene dos propositos:

El primero, es el de proporcionar la información que permita realizar una evaluación económica del proyecto industrial para microempresa.

El segundo el de definir las bases técnicas con las que operara, en el caso que el proyecto justifique su viabilidad.

El desarrollo de esta fase se llevará a cabo considerando tres pasos:

- Consiste en realizar las actividades encaminadas a obtener información, lo que permitirá determinar cual es el proceso de producción mas adecuado que deberá utilizarse.
- Se deberán especificar las características de la maquinaria y equipo y de obra civil, en caso de que este sea necesaria, de lo cual resultará conocer las diferentes cotizaciones y elaborar los presupuestos correspondientes.
- Se lleva a cabo el diseño detallado de planta y/o local se realizará un cálculo preciso del monto de la inversión necesaria para realizar la construcción y/o instalación, así como, en el caso de un proyecto nuevo, la puesta en marcha.

(Pérez-Sandi, 2002)

2.3. Análisis de la Inversión

Permite saber si es conveniente su realización o no, además permite conocer de dos o más proyectos de inversión cual es el más aconsejable seguir desde el punto de vista financiero. (Coss, 2005)

Los criterios que permiten realizar una selección de inversiones en la siguiente:

- Que el valor del rendimiento sea superior al valor actual del coste de inversión. Es decir que el VAN (valor actual neto), sea positivo.
- Que la empresa pueda sortear el momento que se realiza la inversión financiera y el momento en que se obtienen los beneficios de la inversión.

En relación a los modelos de análisis de las inversiones, se tratan de modelos matemáticos, que pretenden realizar una simulación del proceso y así poder evaluar los resultados.

2.4. Estudio Legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. (Chain, 2003)

El objetivo del estudio legal es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal que regula la instalación y operación del proyecto.

Tiene que cumplir con dos áreas importantes:

- Viabilidad legal, estudia las normas y regulaciones existentes, relacionadas con la naturaleza y actividad económica del proyecto.
- Constitución y formalización de la empresa, analiza los aspectos legales que condiciona la operatividad y el manejo económico del proyecto (Molina, 2012)

2.4. Estudio Ambiental

Se conoce como Evaluación del Impacto Ambiental (EIA) al proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo. La EIA ha tenido su creciente aplicación en proyectos individuales, dando lugar a nuevas técnicas, como los estudios fitosanitarios y los de impacto social. (Miranda J. , 2005)

Una EIA suele comprender una serie de pasos:

- 1) Un examen previo, para decidir si un proyecto requiere un estudio de impacto y hasta qué nivel de detalle.
- 2) Un estudio a priori para identificar los impactos claves y su magnitud, significado e importancia.
- 3) Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones claves y determinar dónde es necesaria una información más detallada.
- 4) Para finalizar, el estudio en sí, el cual consiste en meticulosas investigaciones para predecir y evaluar el impacto.

A este último paso se hace imprescindible agregar uno que es de suma importancia, el cual consiste en la toma de medidas correctivas. Es necesario aclarar que hay impactos que pueden producir determinados proyectos sobre el medio que no es posible su corrección debido a su magnitud, en tal caso el proyecto debe rechazarse para su inversión puesto que no será factible desde el punto de vista ambiental. Por otra parte podemos enfrentarnos a situaciones en que sí es posible mitigar el impacto de la inversión a realizar. En dicha situación es que se procede a tomar medidas correctivas. Este proceso suele implicar igualmente la preparación de un informe llamado Declaración de Impacto Ambiental y el subsiguiente seguimiento y evaluación. En caso de llevarse a cabo el

proyecto se realiza una Auditoría sobre el terreno, para determinar hasta qué punto las predicciones de la EIA se ajustan a la realidad.

2.4.1. Consideraciones sobre la factibilidad medioambiental.

Los impactos ambientales provocados por el desarrollo de proyectos, por lo general, pueden ser positivos y negativos. La magnitud de estos impactos depende de su participación en el Valor Presente Neto y el efecto de este sobre la tasa interna de retorno del proyecto básico. Toda esta problemática, ha llevado a gobiernos y agencias internacionales a disponer en los estudios de viabilidad de los nuevos proyectos de inversión de estudios de valoración económica ambiental para analizar los impactos que las actividades económicas generan sobre la base de recursos naturales y ambientales de los países.

2.4.2. Los Costos Ambientales y el Análisis Costo – Beneficio (ACB).

Para cualquier procedimiento convencional de Análisis Costo - Beneficio, el objetivo es llevar a cabo un registro y estimación de todos los efectos que en términos de costos y beneficios puede generar un proyecto o política.

2.4.3. Valoración de los Efectos sobre el Medio Ambiente

La valoración de los efectos ambientales depende en parte, del tipo de valor que asignemos con anterioridad al bien y/o recurso ambiental. Por lo general, la literatura sobre economía ambiental ha propuesto tres conceptos básicos sobre valor:

- Valor de Uso
- Valor de Opción

- **Valor de Existencia (Tipo de Valor de No Uso)**

La aplicación de estos conceptos debe tratarse con mucho cuidado, ya que para el caso en que el medio ambiente cumple directamente múltiples funciones, se pueden cometer errores al sumar estos tres valores. Los economistas concluyen su trabajo al dar una conclusión a los tomadores de decisión acerca de que sí el proyecto y/o política resulta viable en términos de la generación de beneficios para la sociedad.

2.4.4. Requerimientos Adicionales en la Evaluación Económica de Impactos Ambientales.

La información necesaria para este tipo de evaluaciones debe ser diversa y representativa de las múltiples funciones del medio ambiente afectado por el proyecto. El daño o impacto negativo provocado sobre el medio ambiente puede evaluarse en términos de las pérdidas en el valor total del bien y/o recurso ambiental. O por el contrario, si lo que el proyecto genera es un impacto ambiental positivo, éste debe evaluarse a partir de las manifestaciones explícitas de mejora en el bien y/o recurso ambiental. Los daños y las mejoras en el ambiente se manifestarán de diferentes maneras dependiendo del tipo de recurso y de la manera en que los individuos lo utilicen. Por consiguiente, es necesario clasificar las diversas funciones del medio ambiente para luego hacer un buen levantamiento de datos y posteriormente asignar el método de valoración económica de impactos más adecuado. Los tipos de funciones que puede cumplir el medio ambiente se pueden clasificar en:

- Funciones Mercadeables.
- Funciones Comerciables.
- Funciones No Mercadeables.

2.4.5. Valoración Económica de Daños Ambientales.

A la hora de realizar la valoración económica de daños ambientales, es importante tomar en cuenta las múltiples funciones del medio ambiente como proveedor de bienes y servicios a los individuos. También se debe definir el valor del recurso ambiental ya sea como un bien intermedio o como un bien final.

Cada una de las funciones del medio ambiente necesita su propia demanda de datos. Por esta razón es de suma importancia que los datos recolectados representen la gran variedad de funciones que puede cumplir el medio ambiente. (Ramírez Almaguer, 2009)

2.5. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012)

2.5.1. Objetivos del Estudio Económico Financiero.

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación

Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene.

El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyecto. El beneficio constituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos.

2.5.2. Criterios de evaluación.

En la evaluación de proyectos de inversión para decidir si es conveniente o no acometerlo no debemos solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y beneficios, sino que se requiere también de criterios de evaluación, para seleccionar las oportunidades de inversión más rentables y por tanto más convenientes.

Los criterios de evaluación que se aplican con más frecuencia por los analistas de proyectos, consisten en comparar precisamente los flujos de ingresos con los flujos de costos y los mismos se clasifican en dos categorías generales, que son las técnicas para el análisis de la rentabilidad de la inversión (con y sin financiamiento) y las técnicas para el análisis financiero.

A la primera categoría pertenecen el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno y a la segunda los análisis de liquidez.

2.5.2.1. Valor actual neto (VAN)

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión. (Van Horney, 2002)

2.5.2.2. Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo de egresos en efectivo. En otros términos se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo. De esta forma se puede conocer hasta qué nivel puede crecer la tasa de descuento y aún el proyecto sigue siendo rentable financieramente. (Chaín, 2007)

2.5.2.3. Período de recuperación del capital (PR)

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.

2.5.2.4.Razón beneficio - costo

Este indicador, conocido también como Índice del valor actual, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el período de operación.

2.6.Aplicación de criterios de evaluación

De los criterios de evaluación expuestos, todos tienen ventajas e inconvenientes, pero las desventajas del Período de Recuperación y de la Razón Beneficio-Costo no los hacen aconsejables para decidir la ejecución o rechazo de un proyecto. Por lo tanto, se recomienda utilizar como criterios de decisión el VAN y la TIR.

2.7.Estados financieros

Los Flujos de Caja o Corrientes de Liquidez constituyen la base informativa imprescindible para realizar los análisis de rentabilidad comercial (económicos– financieros) que requiere el estudio de factibilidad del proyecto propuesto a ejecutar.

Este indicador muestra el movimiento del dinero en el tiempo, al reflejar el balance de los ingresos y egresos que implica el proyecto, además de programar, de existir déficit, las necesidades de financiamiento externo, los plazos de amortización de estos financiamientos y sus costos.

Los elementos que integran los flujos de caja se pueden agrupar en dos grandes partidas, las entradas y las salidas de fondos. Ellos se diferencian en lo fundamental en los elementos que se consideran cuando se van a conformar dichas partidas.

En todo proyecto debe realizarse obligadamente dos tipos de análisis económico-financiero, el Análisis de liquidez mediante el Flujo de caja para la planificación financiera o Corriente de liquidez y el Análisis de rentabilidad a partir de los Flujos de caja con y sin financiamiento. (Ramírez Almaguer, 2009)

3. ¿Qué es una Cafetería?

Una cafetería o simplemente café es un despacho de café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas, una cafetería comparte algunas características de un bar y algunas características de un restaurante.

El origen de la palabra cafetería es italiano, pero su etimología remite al tradicional café, lugar de conversación y bebida, y no a la moderna cafetería, que implica un consumo rápido y una socialización casi fortuita. La clientela que asiste a una cafetería es flotante, con alguno que otro cliente fijo. Pero generalmente son personas que pasan y desean comer o tomar algo rápido antes de seguir haciendo diligencias, y que no quieren sentarse en un restaurante, lo que sería más costoso.

El consumo de café constituye el objeto principal y en donde se puede ofrecer y adquirir un servicio rápido de comidas y bebidas, por lo tanto es un negocio de la actividad restauradora. El origen de la palabra cafetería es italiano, pero su etimología remite al tradicional café, lugar de conversación y bebida.

La clientela que asiste a una cafetería es flotante, con alguno que otro cliente fijo generalmente son personas que pasan y desean comer o tomar algo rápido antes de seguir

haciendo diligencias, y que no quieren sentarse en un restaurante, lo que sería más costoso.

A los cliente puede atenderseles en la barra o mostrador para un servicio rápido y ligero, o en las mesas, dentro de un amplio horario, y cuando el comensal cuenta con un poquito más de tiempo para disfrutar de un buen manjar. La cafetería ofrece además de café, los batidos, chocolate, jugos, refrescos e infusiones, además de comidas frías y calientes o a la plancha, como sándwiches, platos combinados, tostadas, tortitas, postres y helados.

Como idea comercial la cocina minimalista nace en Francia de la “nouvelle cuisine”, con el chef Adrián Ferrán a la cabeza y se difunde a medida del modo de vida americano y se extiende por el mundo. Las cafeterías son habituales en cualquier lugar donde exista tráfico de gente con poco tiempo para un refrigerio; por ejemplo, en las inmediaciones de lugares de trabajo, en las escuelas, estaciones de tren o aeropuertos.

Cuando estos locales son de tamaño reducido se ubican en espacios tales como parques o instituciones educativas se les conoce con el nombre de cafetín. (Mora, 2010)

3.1. Historia de cafetería

Las primeras cafeterías comenzaron a abrir en Estambul en el año 1550, cuyo número rápidamente creció. Dichos establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de la vida cotidiana. Si bien los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano.

Algunas cafeterías se distinguen por el sabor de sus productos (café, té, té helado, etcétera) y por la adecuación de sus establecimientos, lo más común es que sean lugares agradables y tranquilos.

Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de Café Procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamín Franklin entre otros. En 1692 se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres. Luego ocurrió lo mismo en Berlín, en Viena y Budapest. Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías como lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días. (Sánchez, 2012)

Ventajas

- Como todos los negocios, el de las cafeterías también presenta sus ventajas y sus inconvenientes.
- Analizar los pros y los contras nos puede ayudar a decidir si es la actividad que buscamos.
- Inversión muy reducida en relación a otros conceptos de hostelería.
- Elevada demanda, con fuerte capacidad de ventas.
- Alta capacidad de adaptación al medio en el que se instala.
- Negocio consolidado y con gran tradición.
- Altos márgenes brutos.
- Posicionamiento muy claro y diferencial.
- Operaciones sencillas dentro del sector restauración.
- Negocio estable.

Desventajas

- Falta de personal calificado.
- Alta rotación del personal.

- Dificultad para encontrar el local idóneo al precio adecuado (aumento de los alquileres).

3.2. Clasificación de cafeterías

“Existen tres tipos de cafeterías, especial, de primera y de segunda, identificadas por tres, dos y una taza, respectivamente. Los distintivos de categoría tienen que exhibirse a la entrada en un lugar visible, además de constar en cartas, propaganda impresa y facturas. La calidad de las instalaciones y los servicios que se ofrecen son los que califican al establecimiento y al igual que las estrellas de los hoteles y los cubiertos de los restaurantes, es una calificación universal.” (Mora, 2010)

Cuadro 1 Clasificación de las cafeterías

TIPO	CLASIFICACIÓN
Por su instalación (operación, calidad y precio.)	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Cafeterías
Por la venta de alimentos (servicios)	<ul style="list-style-type: none"> • Self service • Barra de alimentos • A la carta
Por la forma de ofrecer los alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • A la carta • Menú fijo • Combinación de ambos
Por el tipo de cocina	<ul style="list-style-type: none"> • Regional • Nacional • Internacional

Por su alta especialización	<ul style="list-style-type: none"> • Vegetarianos • Pescados, mariscos • Carnes, aves de caza.
Por la calidad de sus instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • De lujo • De primera • Medio • Económico

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Gabriela Lema

Las distintas categorías se diferencian por varios aspectos; en la distribución, en las instalaciones, equipos, tipo de material y en lo que se refiere al personal, exigen que esté debidamente uniformado, sea el adecuado a la categoría, así como, que el primer jefe de comedor en las categorías lujo y primera, conozca los idiomas inglés y francés, en segunda categoría, conozca uno de los dos idiomas. (Mora, 2010)

4. ¿Qué es Minimalista?

El minimalismo es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos. Por extensión, en el lenguaje cotidiano, se asocia el minimalismo a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio.

La intención del minimalismo, por lo tanto, es generar sentido a partir de lo mínimo. Esto requiere simplificar los elementos utilizados, apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. (Gardey, 2011)

4.2.Cocina Minimalista

Lo minimalístico en la gastronomía, se caracteriza por platos grandes y porciones pequeñas de alimentos. El detalle para destacar es que estas porciones pequeñas poseen muchos detalles y cada bocado contiene muchísimos sabores. Por lo que al degustar este plato se experimenta distintos sabores y texturas en el mismo plato pero en diferentes bocados, por lo tanto, los alimentos deben medir no más de 5 centímetros, además de tener figuras geométricas muy básicas, también juega con los colores negro y blanco. Esta corriente viene de la ‘nouvelle cuisine’, de Francia, con el chef Adrián Ferrán a la cabeza.

La ventaja de esta cocina es que se pueden degustar todos esos sabores que no podrían comerse en un solo menú. La desventaja es que las porciones son pequeñas, para aquellos a los que les gusta la comida abundante.

La deconstrucción en cocina consiste en utilizar y respetar armonías ya conocidas, transformando las texturas, formas y temperaturas de los ingredientes. Un plato deconstructivo conserva el “gen” de cada uno de los productos e incluso incrementa la intensidad de su sabor pero tiene una presentación novedosa. El resultado es un comensal que al probar el platillo relaciona el sabor con la receta clásica, a pesar de no haberlo reconocido a simple vista. Es decir, la gastronomía deconstructivista permite jugar con formas y con texturas de los platos y de los alimentos a consumir. Es una presentación futurista de una receta un poco antigua, su presentación cambia de tal manera que es casi imposible reconocerlos a simple vista y sin utilizar el sentido del gusto. (Alvarado, 2012)

4.3.Arquitectura del plato

Lo principal en este tipo de platos, es la forma que cada montaje adquiere con la adición de cada alimento. Así, no solo entra a jugar el olor, el sabor, la textura, sino que también son importantes el tamaño, los colores y la ubicación de cada pieza en el plato.

4.3.1. Características

Hay características importantes en el minimalismo, y fueron estas mismas las que desde un inicio marcaron su camino:

- Geometría Elemental Rectilínea.
- Precisión en los acabados.
- Reducción y Síntesis.
- Sencillez.
- Concentración.
- Desmaterialización.
- Abstracción.
- Uso literal de los materiales.
- Austeridad con ausencia de ornamentos.
- Purismo estructural y funcional.
- Orden

El término minimalista es referido a un plato que:

- Se haya desnudado a lo esencial.
- Haya sido despojado de elementos sobrantes.
- Que proporciona solo un diseño de su estructura.

La reducción de las formas a lo elemental, predilección por emocionar a través de la mínima expresión, el orden, la sobriedad y el alto influjo del racionalismo precedente.

(Camacho, 2011)

IV. MARCO CONCEPTUAL

Bebidas: Bebida es cualquier líquido que se ingiere y aunque la bebida por excelencia es el agua, el término se refiere por antonomasia a las bebidas alcohólicas y las bebidas gaseosas. Las infusiones también son un ejemplo de uso masivo de bebidas.

Cafetería: Es un establecimiento de hostelería donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados y no comida caliente propiamente dicha. Una cafetería comparte algunas características con un bar y otras con un restaurante.

Capital de trabajo: es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

Cocina minimalista: Lo minimalístico en la gastronomía, se caracteriza por platos grandes y porciones pequeñas de alimentos. El detalle para destacar es que estas porciones pequeñas poseen muchos detalles y cada bocado contiene muchísimos sabores.

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Flujo de caja: es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Gastronomía: Es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno.

Interés: en economía y finanzas, es un índice utilizado para medir la rentabilidad de los ahorros e inversiones así también el costo de un crédito bancario -por ejemplo crédito hipotecario para la compra de la vivienda. Se expresa como un porcentaje referido al total de la inversión o crédito.

Inversión: se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad económica o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Minimalista: En su ámbito más general, es la tendencia a reducir a lo esencial, a despojar de elementos sobrantes.

Propuesta: Aquel significa “puesta adelante” y es fruto de la suma de dos componentes claramente delimitados.

Rentabilidad: la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

TIR: Tasa interna de retorno es una inversión es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

VAN: El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto.

V. DESARROLLO DEL PROYECTO

En años recientes, la palabra “emprendedor” ha cobrado una relevancia inusitada, este concepto, que se refiere a las personas que se adentran por sus propios medios al complejo mundo de los negocios, asumiendo cierto riesgo financiero en el emprendimiento.

El espíritu emprendedor surge, desde la prehistoria desde que el ser humano decide ejecutar una idea, tomar decisiones y aceptar las consecuencias.

“El hecho de tomar una idea e inventar una organización para desarrollar dicha idea se llama espíritu del emprendedor. El emprendedor, se considera que el cambio en el ambiente le ofrece oportunidades, usa los factores de la producción para producir bienes y servicios nuevos”. (James, 1996)

La importancia de contar con un Espíritu Emprendedor radica fundamentalmente en la ambición de progresar, tener éxito y un constante crecimiento, que se puede reflejar tanto en las ganancias o ingresos como también en los campos o mercados que abarca la compañía, teniendo en cuenta un análisis del mercado y sobre todo el uso de los conocimientos y la formación profesional.

Las personas emprendedoras son aquellas que se atreven a romper con los esquemas establecidos, a crear nuevas empresas o que tienen ideas de negocios rentables, buscan soluciones creativas, originales, generan oportunidades de negocio y nuevos empleos para la sociedad.

Existen diversas razones que a las personas les gustaría crear una organización y también existen muchas maneras de iniciarla, básicamente depende de sus valores, objetivos personales, estilo de vida.

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, la razón de un proyecto es alcanzar las metas específicas dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.

Para empezar un proyecto requiere de un equipo de trabajo, que tiene que saber las ideas y aquí es que prevalecen las grandes ideas, emprender no está en la sangre de todos, opino

que no se nace emprendedor, sino que se hace, se forma, se aprende de la vida diaria, en la universidad y viendo a otros crecer.

En tiempos como los que vivimos, en los cuales los cambios en los negocios son permanentes, podemos decir que la presencia de un emprendedor nos permite enfrentar mejores los problemas y cambios constantes que sufren las empresas y como tal, también la sociedad. Los emprendedores son un elemento necesario para el desarrollo económico de una nación.

A. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

Tabla 1 Lluvia de ideas

SERVICIO Y/O BIEN	CARACTERISTICAS	PROBLEMA O NECESIDAD QUE SATISFACE
Cafetería	Minimalista, tradicional	Falta de un servicio que brinde el servicio de alimentación.
Bar cafetería	Tradicional ,típica	No existe lugares que brinde el servicio de bebidas y cafetería
Restaurante	Típico , temático	Existentes en la zona pero muchos de ellos el servicio y la alimentación que brindan es pésima.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

1. Selección inicial de las ideas

Tabla 2 Selección de ideas

CRITERIOS IDEA	Nivel de innovación	Merca do potencial	Conocimie nto técnico	Requerimie nto del capital	Tendenc ia nacional	TOTA L
Bar cafetería tradicional	4	3	4	3	3	17
Cafetería minimalista	5	5	5	5	5	25
Restaurante temático	3	4	3	2	3	15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

2. Evaluación final de las ideas

Tabla 3 Evaluación de ideas

CRITERIOS IDEA	Barreras de entrada	Disponibilidad de materia prima	Costo del producto	TOTAL
Cafetería minimalista	5	5	5	15
Bar cafetería tradicional	4	4	3	11
Restaurante temático	4	4	2	10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

3. Descripción de la idea seleccionada

La idea a realizar la propuesta de factibilidad para la implementación de la cafetería estilo minimalista en la parroquia Yaruquíes ciudad de Riobamba, 2016 es debido a que los últimos años la parroquia ha tenido un crecimiento de gran magnitud en el comercio,

por la gastronomía y el turismo siendo así está la magnífica oportunidad de implementar este proyecto de alta importancia e impacto social hacia la parroquia y a los habitantes.

La cafetería minimalista será una nueva opción de disfrutar en familia y amigos contará con productos innovadores a demás ofrecerá bebidas y postres de excelente calidad, y otras delicias de nuestra variada gastronomía.

Debido a que no existe ningún tipo de establecimiento que brinde el servicio de cafetería se ubicará en un espacio central que llame la atención de los habitantes para que visiten el lugar, además que la atención será excepcional para todos aquellos que deseen degustar de la magnífica gastronomía que brindará.

B. JUSTIFICACIÓN

El siguiente proyecto busca medir la factibilidad de introducir una nueva cafetería Street Lemes Coffee en la parroquia de Yaruquies, a través de estudios que permitan conocer las preferencias de las personas que conformaran el mercado objetivo. La cafetería estará enfocada a brindar un ambiente agradable, con una adecuada infraestructura, con alimentos y bebidas de calidad, dirigida a consumidores que busquen un servicio nuevo e innovador.

Implementar un negocio propio a más de constituir una realización personal, generará empleo y contribuirá al desarrollo del país. Un negocio propio permite buscar formas adicionales para hacerlos crecer a través de la aplicación de estrategias de marketing, mejorar el precio para diferenciarlo de la competencia y servicio.

Es de gran importancia para todo emprendedor que quiera crear una empresa desarrollar un proyecto de inversión porque el mismo permitirá conocer la viabilidad y rentabilidad del futuro negocio, será un instrumento de planificación, de coordinación y de evaluación y en el caso que se requiera de alguna fuente de financiación a través de una entidad crediticia o entidad de fomento al emprendimiento, con el proyecto se podrá demostrar que el negocio es atractivo y que generará los flujos de efectivo necesarios para cubrir la inversión inicial.

Por otro lado esta idea de negocio ofrece grandes oportunidades, puestos que generaría nuevas plazas de empleo mitigando el desempleo existente, contribuyendo de esta manera al desarrollo socio económico de la parroquia así como también el desarrollo comercial.

1. Descripción del servicio o del producto

Una cafetería o simplemente un despacho de café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas. Una cafetería comparte algunas características de un bar y algunas características de un restaurante.

Existen tres tipos de cafeterías, especial, de primera y de segunda, identificadas por tres, dos y una taza, respectivamente. Los distintos de categoría tienen que exhibirse a la entrada en un lugar visible, además de constar en cartas, propaganda impresa y facturas. La calidad de las instalaciones y los servicios que se ofrece son los que califican al establecimiento y al igual que las estrellas de los hoteles y los cubiertos de los restaurantes, es una calificación universal.

La idea a realizar la propuesta de factibilidad para la implementación de la cafetería estilo minimalista en la parroquia Yaruquíes ciudad de Riobamba, 2016 es debido a que los últimos años la parroquia de Yaruquíes ha tenido un crecimiento de gran magnitud en el comercio, por la gastronomía y el turismo siendo así está la magnífica oportunidad de implementar este proyecto de alta importancia e impacto social hacia la parroquia y a los habitantes.

La cafetería minimalista será una nueva opción de disfrutar en familia y amigos contará con productos innovadores además ofrecerá bebidas y postres de excelente calidad, y otras delicias de nuestra variada gastronomía.

Debido a que no existe ningún tipo de establecimiento que brinde el servicio de cafetería se ubicará en un espacio central que llame la atención de los habitantes para que visiten el lugar, además que la atención será excepcional para todos aquellos que deseen degustar de la magnífica gastronomía que brindará.

Actualmente existe un nuevo concepto de servicios que prestan alimentación. Los minimalistas en la ciudad de Francia desde hace un tiempo atrás se viene llevando como un negocio que vincula con los sabores y el juego continuo de texturas, sin perder la armonía del plato.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual

implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

2. Nombre del Emprendimiento

La cafetería se llamara *Street Lemes Coffee*

3. Descripción de empresa

La naturaleza del proyecto para la propuesta de factibilidad de la cafetería estilo minimalista en la parroquia de Yaruquies será de servicio porque brindará el consumo de productos gastronómicos y se caracterizará por el estilo que tiene platos grandes y porciones pequeñas de alimentos, el detalle para destacar estas porciones pequeñas poseen muchos detalles y cada bocado contiene muchísimos sabores, industrial porque se dedicará a transformar las materias primas en productos elaborados y comercial porque se dedicará a la comercialización de los productos que se ofrecerá.

4. Misión

La cafetería *Street Lemes Coffee* brinda alimentos de excelente calidad pensando en la nutrición y salud de las personas que lo visiten, trabajando en equipo para deleitar a los clientes, haciéndoles conocer que son la inspiración para nuestro trabajo.

5. Visión

Street Lemes Coffee ser una cafetería líder e innovadora en cinco años, en productos alimenticios con un valor agregado para el mercado local, generando una cultura de buen servicio y calidad.

6. Objetivo

La cafetería *Street Lemes Coffee* como una nueva opción, ofrecerá una exquisita gastronomía donde podrán degustar diferentes platos y bebidas que proporcionará satisfacción a los clientes que lo visiten.

7. Políticas

- Atención integral al cliente.
- Producir alimentos inocuos y garantizar sus estándares de calidad.
- Contar con personal capacitado

8. Estrategias

- Atención personalizada.
- Mejoramiento en la calidad de servicio
- Contar con proveedores certificados asegurando la calidad de los alimentos
- Manejar buenas practica de manufactura(BPM)
- Capacidad para Resolver problemas.
- Aumentar sus capacidades y habilidades para la atención del cliente.

9. Valores

- De trabajo

Compromiso: Estamos comprometidos a brindarles el mejor servicio a nuestros clientes.

Puntualidad: Esencial para cumplir con las obligaciones dadas

Responsabilidad: Respetamos y cumplimos los convenios pactados con nuestros clientes.

Trabajo en equipo: Implica compromiso, liderazgo, armonía, responsabilidad, creatividad, voluntad, organización y cooperación entre cada uno de los miembros

- Axiológicos

Creatividad: Generar nuevas ideas originales con beneficio hacia la empresa.

Honestidad: Transparencia en la ejecución de las actividades encomendadas en beneficio de nuestros clientes y partes interesadas.

Lealtad: Cumplir con las normas de fidelidad, honor, gratitud y respeto hacia la empresa.

Respeto: Hacia los clientes y con las personas que va a trabajar

10. Distingos y ventajas competitivas

Distingos competitivos

- Calidad y precio del producto que se ofrecerá en nuestra cafetería.
- La atención al cliente será única por ello se maneja con capacitaciones semestrales de atención al cliente.
- Con el concepto minimalista reduciremos a lo esencial con el fin de centrar la atención en el contenido, evitando que el visitante se distraiga con otros elementos que estén a su vista.

Ventajas competitivas

- Dentro del diseño la decoración minimalista para la cafetería se basará en espacios amplios donde el desorden no existe.
- Contará con excelentes espacios para el almacenamiento, armarios, estanterías y repisas del mismo color de las paredes en los que se colocaran distintos elementos que pueden o no estar a la vista.
- Promociones por el día de la madre, padre y fechas importantes.
- Llevar un registro de clientes fieles.
- Happy hour, en el que se ofrecen bebidas durante momentos concretos a un precio más barato.

11. FODA

Cuadro 2 FODA

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">- Servicio cálido y eficiente- Personal capacitado- Variedad en el producto- Precios accesibles al público- Preparación académica	Debilidades <ul style="list-style-type: none">- Somos nuevos en el mercado- Falta de experiencia- Falta de publicidad- No se dispone de un local propio
FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">- Ferias locales que permitan mostrar el producto.- Presencia de lugares turísticos- Buena aceptabilidad del café en la ciudad.- Abrir sucursales dentro de la ciudad.- Nuevas tecnologías	Amenazas <ul style="list-style-type: none">- Competencia- Crisis económica del país- Aparición de nuevos competidores- Impuestos- Falla de servicios públicos
<p>Podemos observar que las fortalezas y oportunidades de este estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería estilo minimalista son más fuertes, por lo que tendríamos una buena acogida en el negocio y una excelente aceptación por parte del cliente.</p>	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Gabriela Lema

C. METODOLOGÍA APLICADA

La presente es una investigación descriptiva, porque comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos, se utilizó técnicas de investigación bibliográfica e investigaciones de campo a un nivel descriptivo con la aplicación de encuestas a los habitantes de la parroquia Yaruquies.

a. Universo

El Universo de estudio para la presente investigación se constituye de 24.184 habitantes de la parroquia Yaruquies dato obtenido de acuerdo al último censo de población y vivienda, año 2010 (INEC)

b. Muestra

Para la aplicación de la muestra una vez identificado el universo de investigación (24.184) habitantes, se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula para población finita:

Datos
n= tamaño de la muestra
N= total de la población 24184 habitantes de la parroquia Yaruquies
Z= Valor estandarizado que resulta dependiendo de (E) error dispuesto (1,96)
P= probabilidad de éxito
Q= probabilidad de fracaso
E= error dispuesto a cometer

Elaborado: Gabriela Lema

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,90)(0,10)(24184)}{(24184)(0,05)^2 + 1,96^2(0,90)(0,10)}$$

$$n = \frac{3,8416(2176,56)}{60,46 + (0,345744)}$$

$$n = \frac{8361,4728}{60,8057}$$

$$n = 137 \text{ Encuestas}$$

c. Instrumentos o técnicas a utilizarse

- Técnicas

De acuerdo al tipo de investigación se tiene previsto realizar técnicas más idóneas para la recolección de la información necesaria para poder desarrollarla. Con esto pretenderemos justificar el presente estudio utilizando las siguientes técnicas:

- Cuantitativa

Las investigaciones cuantitativas se realizan mediante encuestas, que consisten en una recolección sistemática de información en una muestra de personas y mediante un cuestionario pre-elaborado. Estas técnicas permiten responder con precisión a preguntas que se orientan a obtener medidas numéricas y objetivas de hechos, hábitos, comportamientos u opiniones.

- La encuesta

La encuesta es una técnica de información en la cual se utilizan formularios destinados a un conjunto de personas, los formularios son idénticos para todos y contienen una serie de preguntas que se responden por escrito en el mismo formulario. Con la encuesta conseguimos especialmente datos cuantitativos acerca de un tema o problema, pero que pueden ser cotejados en un estudio cualitativo. (Trespalcios Gutierrez, 2005)

Para el desarrollo de la investigación la muestra se aplicara a 137 personas pertenecientes a la parroquia de Yaruquies, luego de obtener las respuestas se procederá a la tabulación y presentación de datos.

- Cuestionario

El Cuestionario es un instrumento de investigación, este instrumento se utiliza, de un modo preferente, en el desarrollo de una investigación en el campo de las ciencias sociales: es una técnica ampliamente aplicada en la investigación de carácter cualitativa. (Osario Rojas, 2005)

- Instrumentos

Documentos bibliográficos, cuestionario.

- Diseño del Cuestionario

Para el diseño de cuestionario se procedió a realizar doce preguntas las cuales se recopilará la información mediante una encuesta (Anexo N°01) hacia los habitantes del sector de Yaruquies, la encuesta, las preguntas deberán ser claras y de fácil entendimiento, como instrumento que los orientará para centrar su atención en lo que interesa que observen y es un referente para las diversas visitas.

d. Fuentes de investigación

- Fuentes primarias: Aplicación de encuestas a los habitantes de la parroquia Yaruquíes ver (Anexo N°1)
- Fuentes secundarias: Revisión de número de habitantes según el INEC de la parroquia de Yaruquíes.

D. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de los resultados mediante el desarrollo del proyecto, nos permitirá identificar los gustos, comportamientos, preferencias, actitudes y demás de los clientes a los que va ir dirigido el emprendimiento. Las encuestas se las realizó en la parroquia de Yaruquies, en la cual obtuvimos los siguientes datos:

1. ¿Le gustaría tener un lugar tranquilo donde pueda compartir con amigos o familia?

Tabla 4 Aceptación de un lugar para compartir con amigos o familia

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Si	125	91%
No	12	9%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

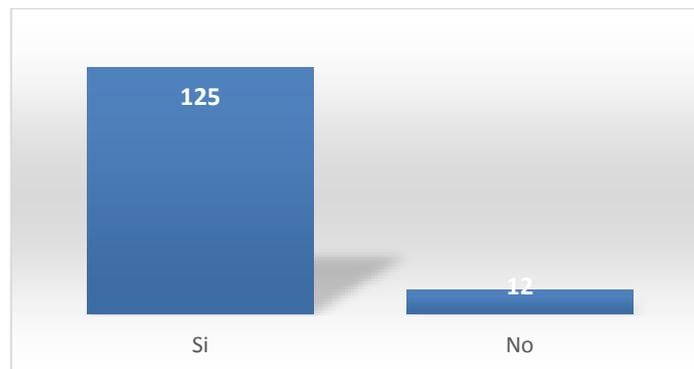


Figura 1 Aceptación de un lugar para compartir con amigos o familia

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Del total de las personas encuestadas el 91% le gustaría tener un lugar tranquilo donde compartir con amigos o familia mientras que el 9% manifestó que no.

Análisis interpretativo: La mayoría de personas encuestadas está de acuerdo en contar con un lugar tranquilo e innovador en el que se pueda compartir con amigos y familia debido a que la parroquia no cuenta con este tipo de servicio.

2. ¿Le gustaría que se implemente una cafetería con un nuevo estilo en la parroquia de Yaruquies?

Tabla 5 Aceptación de una cafetería con un nuevo estilo

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	108	79%
No	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

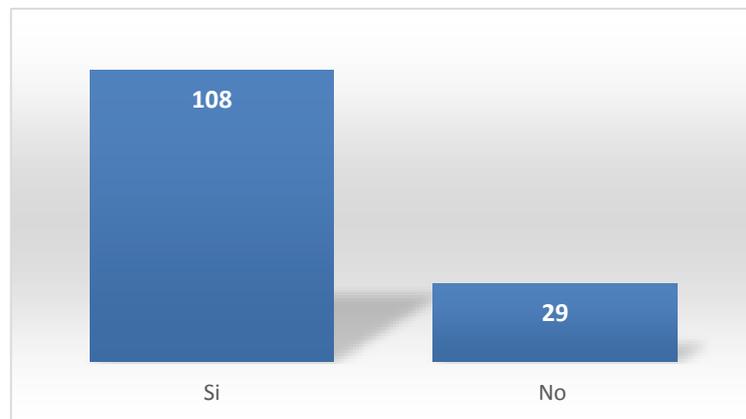


Figura 2 Aceptación de una cafetería con un nuevo estilo

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Del total de personas encuestadas manifestó el 79% está de acuerdo que se implemente una cafetería con un nuevo estilo en la parroquia de Yaruquies, con una negativa del 21%.

Análisis interpretativo: Podemos observar claramente que los habitantes de la parroquia Yaruquies considera con una cifra elevada que se implemente la cafetería con un nuevo estilo.

3. ¿En qué sector de Yaruquíes le gustaría que se implemente la cafetería?

Tabla 6 Localización de la cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Avenida principal	39	28%
Zona centro	57	42%
Iglesia	6	4%
Parque central	4	3%
Poli mercado	2	1%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquíes

Elaborado: Gabriela Lema

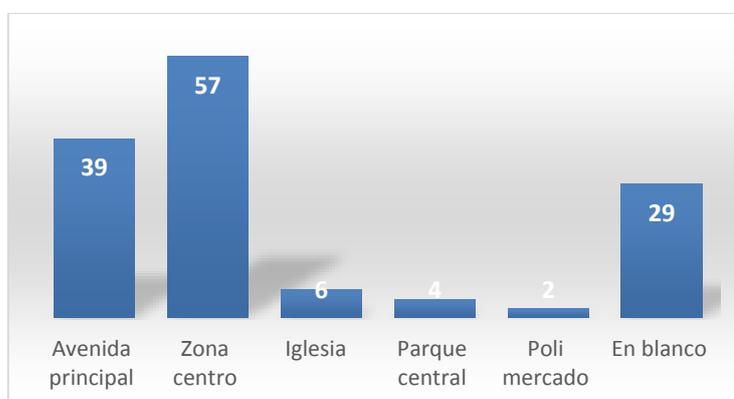


Figura 3 Localización de la cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquíes

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Del total de personas encuestadas hubo una aceptación del 42% para que la cafetería se implemente en la zona centro de la parroquia de Yaruquíes, seguido con el 29% en la avenida principal.

Análisis interpretativo: Se puede observar que la mayoría de habitantes prefiere que la cafetería sea ubicada en el centro de Yaruquíes.

4. ¿Estaría dispuesto a acudir a esta cafetería innovadora en la parroquia Yaruquies?

Tabla 7 Aceptación de una nueva cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	108	79%
No	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

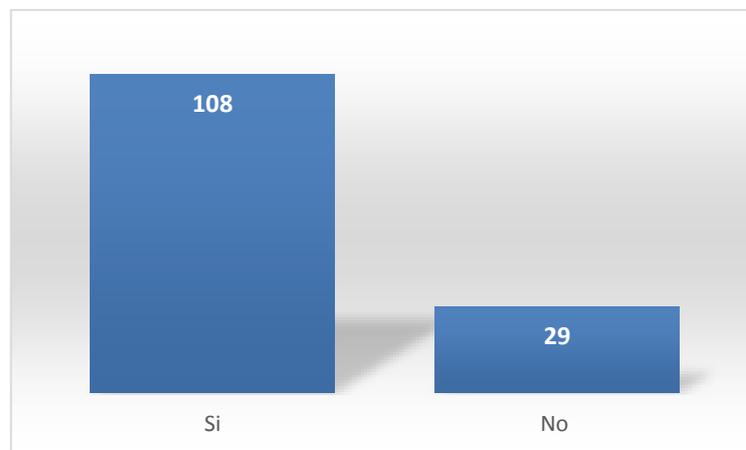


Figura 4 Aceptación de una nueva cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Según los resultados obtenidos el 79% de las personas encuestadas estaría dispuesto a acudir a esta cafetería innovadora.

Análisis interpretativo: Teniendo una gran aceptación y contando con una cifra alta de habitantes que aceptan acudir a la cafetería innovadora se continúa con el proyecto que dará una nueva opción en alimentación a la parroquia.

5. ¿De acuerdo a su opinión que logotipo elegiría usted para la cafetería?

Tabla 8 Logotipo de la cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Logo 1	27	20%
Logo 2	12	9%
Logo 3	16	12%
Logo 4	53	39%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

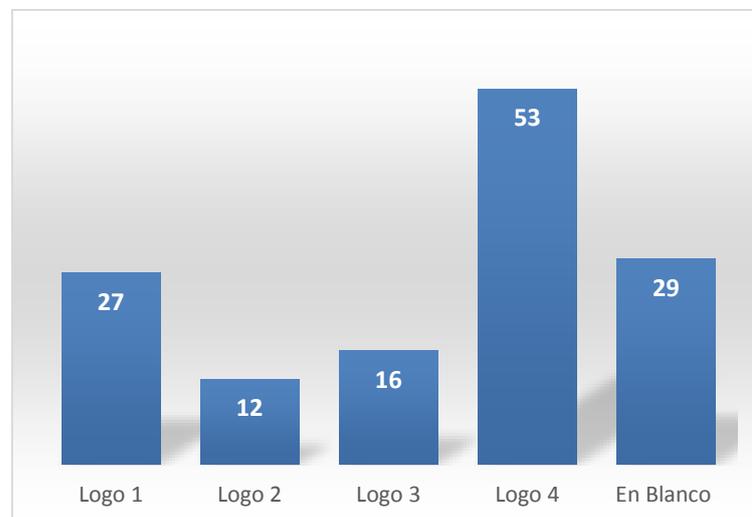


Figura 5 Logotipo de la cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Del total de personas encuestadas optaron por el logo 4, con una aceptación del 39% para la designación del logo para la cafetería.

Análisis interpretativo: La mayoría de personas opto por el logo cuatro el cual fue el más vistoso y acogedor para la implementación de la cafetería.

6. ¿Cuál de los siguientes servicios, considera usted el más importante en este tipo de establecimiento?

Tabla 9 Servicios que considera usted en una cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Comodidad	23	17%
Espacio acogedor	19	14%
Amabilidad	66	48%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

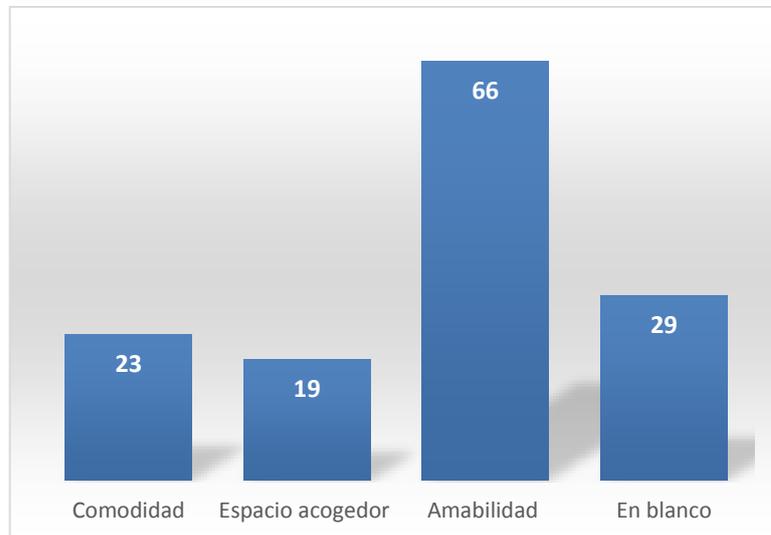


Figura 6 Servicios que considera usted en una cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: El 48% de personas consideran más importante la amabilidad seguido al 17% comodidad y el 14% espacio acogedor en la cafetería.

Análisis interpretativo: La mayoría de personas considera importante al encontrarse con este tipo de establecimiento la amabilidad y comodidad, teniendo muy en cuenta estos servicios al implementar la cafetería.

7. ¿Qué menú le gustaría que se ofrezca en este tipo de cafetería?

Tabla 10 Menú para la cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Regionales	37	27%
Nacionales	56	41%
Internacionales	15	11%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema



Figura 7 Menú para la cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Podemos observar que les gustaría optar por platillos nacionales con el 41% de aceptación seguido del 27% de platillos regionales y sin descartar la opción de platillos internacionales con el 11% del total de personas encuestadas.

Análisis interpretativo: Siendo unas cantidades aceptables se considerará optar platillos regionales, nacionales e internacionales para armar el menú de la cafetería.

8. ¿Con que frecuencia usted asiste a una cafetería?

Tabla 11 Tiempo que visita una cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Semanal	26	19%
Mensual	74	54%
Diario	8	6%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

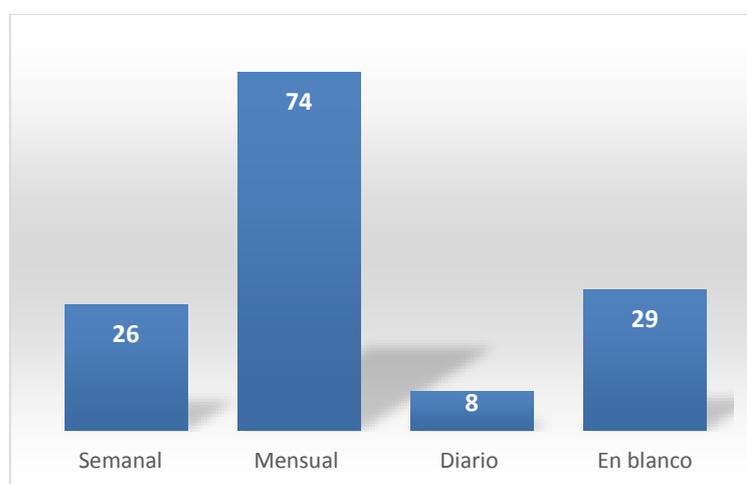


Figura 8 Tiempo que visita una cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Del total de personas encuestadas 54% asiste mensualmente a una cafetería mientras que el 19% asiste semanalmente y diario el 6%.

Análisis interpretativo: De acuerdo a las personas encuestadas existe una frecuencia de consumo, lo cual se tomará en cuenta para producir las cantidades necesarias en la cafetería.

9. ¿Cuál es el rango monetario que usted estaría dispuesto a gastar en este tipo de cafeterías?

Tabla 12 Valor que consume en una cafetería

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
2 a 5 \$	48	35%
6 a 10\$	56	41%
11 a 20\$	4	3%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

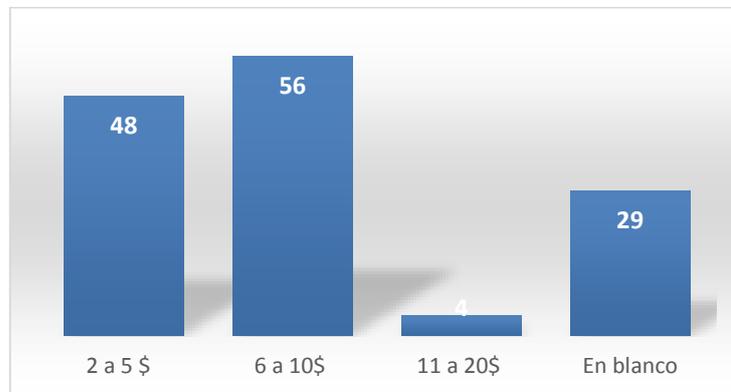


Figura 9 Valor que consume en una cafetería

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Del rango monetario que estarían dispuestos a gastar el 41% manifestó que gasta de 6 a 10 dólares cuando visitan una cafetería, seguido del 35% manifestando que consumen de 2 a 5 dólares.

Análisis interpretativo: La mayoría de encuestados manifestó que al visitar una cafetería está dispuesto a consumir un valor promedio de ocho dólares haciendo referencia este valor se tomará en cuenta para la proyección de la demanda.

10. ¿En qué medio de publicidad le gustaría que se transmita la publicidad de la cafetería?

Tabla 13 *Publicidad para la cafetería*

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Redes sociales	97	71%
Medios de comunicación	11	8%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

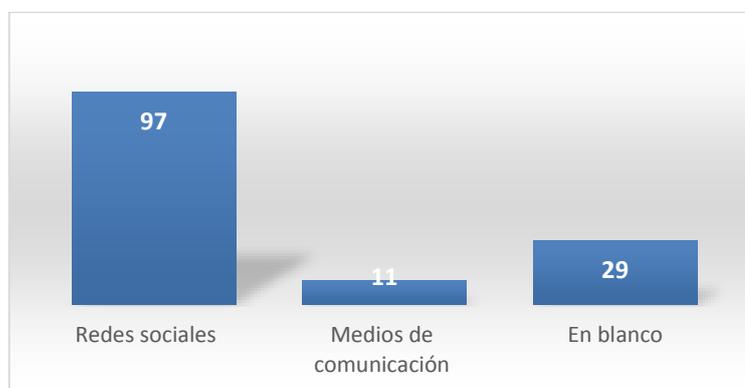


Figura 10 *Publicidad para la cafetería*

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis: Según los resultados obtenidos al 71% de personas le gustaría que se transmita en redes sociales como Facebook, Twitter, Whsaap, Instagram, mientras que el 8% desearía que se transmita en medios de comunicación como radio, televisión y periódico local.

Análisis interpretativo: Los habitantes presentaron mayores resultados en cuanto a las redes sociales debido a que hoy en día la tecnología es un medio muy importante en el cual se puede transmitir este tipo de información que será con benefició para la cafetería.

11. ¿Mencione otras cafeterías que usted ha visitado?

Tabla 14 Otras cafeterías

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
San Valentín	52	38%
Café Paola	18	13%
Verde limón	28	20%
Otros	10	7%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

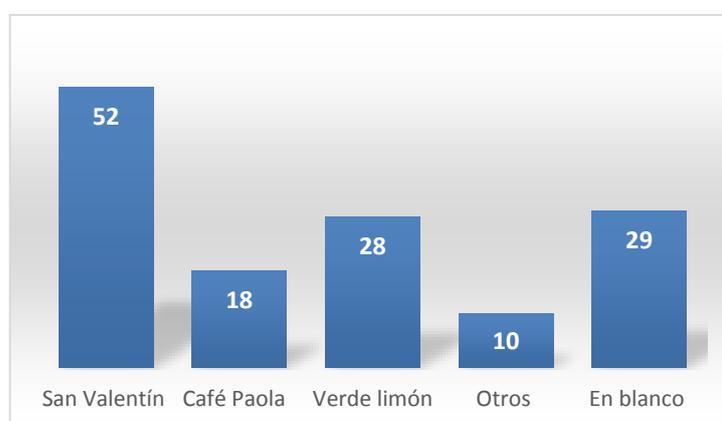


Figura 11 Otras cafeterías

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: Según la gráfica proyectada indicaron que visitan con más afluencia la cafetería San Valentín con un 38%, seguido de Verde Limón con un 21% y del Café Paola con un 13%, y el 7% corresponde a otras cafeterías que se mencionaron muy poco.

Análisis interpretativo: La totalidad de habitantes señaló que visitan la cafetería San Valentín, siendo así está la principal competencia en el sector céntrico de Riobamba, no obstante nombraron cafeterías de la ciudad de Riobamba ya que en la parroquia de Yaruquies no cuenta con este tipo de establecimiento.

12. ¿Usted se encuentra satisfecho con la atención recibida por parte de las cafeterías mencionadas anteriormente?

Tabla 15 Atención recibida por otras cafeterías

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	52	38%
No	56	41%
En blanco	29	21%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

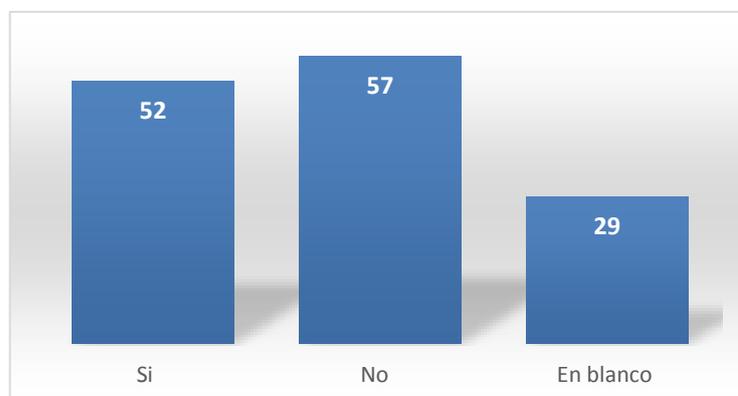


Figura 12 Atención recibida por otras cafeterías

Fuente: Encuesta a los habitantes de la parroquia Yaruquies

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis descriptivo: De los resultados obtenidos obtuvimos que el 41% de personas no se encuentren satisfechos debido a la mala atención, poca amabilidad y servicio lento, mientras que el 38% manifestó que en los locales escritos la atención era muy buena y el servicio era rápido.

Análisis interpretativo: En esta pregunta los resultados no fueron muy favorables ya que los establecimientos mencionados anterior mente la atención no es tan buena, siendo esto una oportunidad para la cafetería y se tomará en cuenta para poder sobresalir de otras cafeterías sin perder el toque que nos caracterizará.

VI. ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes. (Vargas, 2006)

1. Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado. (Altamirano, 2013)

1.1. Determinación del método de proyección de la demanda

La realización de este estudio se ejecutará en base a datos no históricos para lo cual se utilizó como instrumento de investigación datos tomados de la encuesta al grupo objeto de la parroquia de Yaruquies.

1.1. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se tomó la pregunta N° 2 de la encuesta realizada a los habitantes de Yaruquies.

Tabla 16 *Proyección demanda de cafeterías*

Años	Población	Consumo	Población objetiva	Consumo mensual	Demanda proyectada de consumo en cafeterías
2016	24578	79%	24578	800	43945464
2017	49156	79%	49156	800	87890928
2018	73735	79%	73735	800	131838180
2019	98313	79%	98313	800	175783644
2020	122891	79%	122891	800	219729108

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

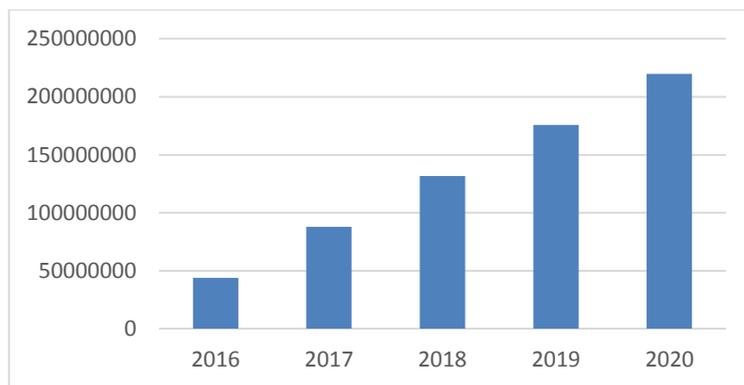


Figura 13 Proyección demanda de cafeterías

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis: Para determinar la proyección de demanda en cafeterías se tomó la población objetiva multiplicando el consumo mensual por 12 meses de al año se obtuvo la demanda, el 79 % está dispuesto a acudir a la cafetería, mientras que el valor de 800 dólares se fijó de la pregunta N°9 de la encuesta realizando un valor intermedio de cuanto estarían dispuestos a gastar cuando visitan una cafetería.

1.3. Proyección del crecimiento poblacional

Para la determinación del crecimiento poblacional se aplicó la fórmula de línea recta en el cual se identificó el índice de crecimiento población del cantón Riobamba.

Tabla 17 Crecimiento Poblacional

Años	Población	Proyección geométrica	Crecimiento poblacional
2015	24184	$(1+0,0163)x0$	24184
2016	24184	$(1+0,0163)x1$	24578
2017	24184	$(1+0,0163)x2$	49156
2018	24184	$(1+0,0163)x3$	73735
2019	24184	$(1+0,0163)x4$	98313
2020	24184	$(1+0,0163)x5$	122891

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

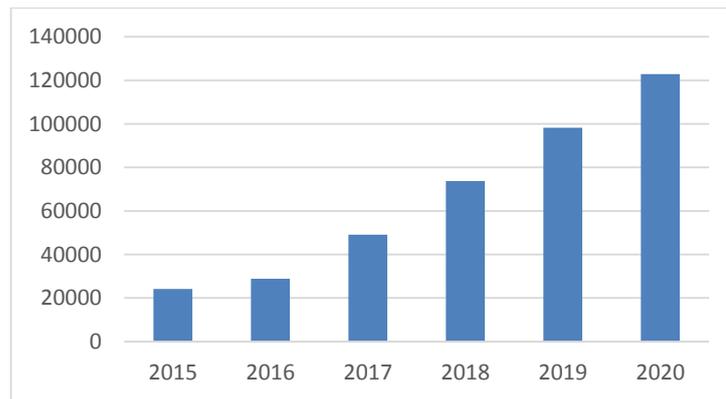


Figura 14 Crecimiento poblacional

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis: Para la determinación del crecimiento poblacional se tomó los datos del número de habitantes de la parroquia de Yaruquíes y el porcentaje del índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Riobamba, así logramos proyectar un crecimiento poblacional para cinco años de la parroquia.

2. Oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida. (Altamirano, 2013)

2.1. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó e de la pregunta N° 12 de la encuesta realizada en cuanto a la atención recibida por otras cafeterías.

Tabla 18 *Proyección oferta de cafeterías*

Años	Población	Consumo	Consumo en cafetería	Oferta local	Oferta proyectada de consumo en cafeterías
2016	24578	800	43945464	38%	22851641
2017	49156	800	87890928	38%	45703283
2018	73735	800	131838180	38%	68555854
2019	98313	800	175783644	38%	91407495
2020	122891	800	219729108	38%	114259136

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

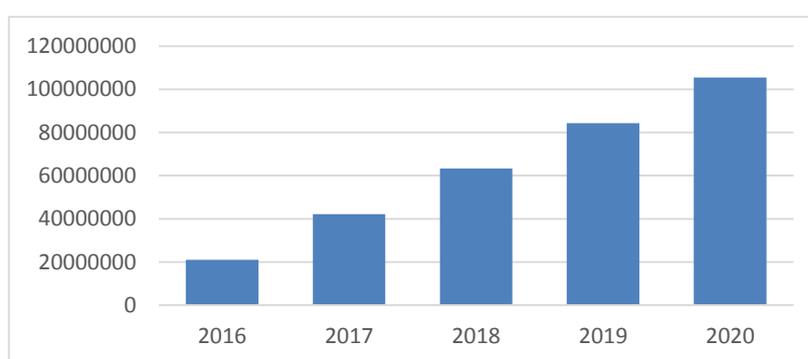


Figura 15 *Proyección de cafeterías*

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis: Para determinar la proyección de oferta en cafeterías se tomó los valores de la demanda por la oferta local, el 38% teniendo así el oferta proyectada para 5 años.

3. Determinación demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (Noriega, 2007)

Tabla 19 *Proyección demanda insatisfecha*

Años	Población	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha en cafeterías
2016	24578	43945464	21093823	22851641
2017	49156	87890928	42187645	45703283
2018	73735	131838180	63282326	68555854
2019	98313	175783644	84376149	91407495
2020	122891	219729108	105469972	114259136

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

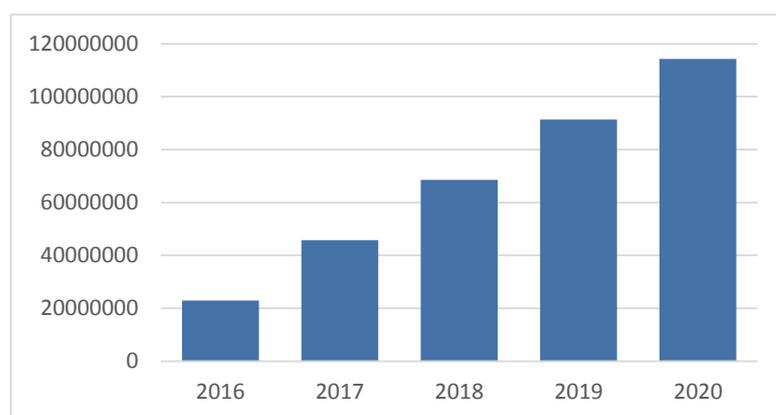


Figura 16 *Proyección demanda insatisfecha*

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis: Para la proyección de la demanda insatisfecha poseemos los valores; la demanda es mayor que la oferta.

4. Mix de mercado

a. Producto o servicio

Esta cafetería minimalista será una nueva opción de disfrutar en familia y amigos según los datos obtenidos en la encuesta el logotipo de la cafetería fue el siguiente:

b. Logo de la empresa



El nombre legal con el cual se constituirá el establecimiento de servicios será: *Street Lemes Coffee* “Una experiencia diferente” servicio de cafetería que corresponde a la necesidad de alimentación y presentación y la buena salud de la sociedad.

c. Colores de identificación de la empresa

Café: es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales. A menudo el color café se utiliza para transmitir un concepto de producto inocuo, que no transmite enfermedades y del que se puede confiar. (Gómez, 2013)

Marrón: El color marrón indica naturaleza, madera y utilidad. Debido a su calidez y neutralidad, es utilizado en logos relacionados a la construcción y leyes.

Lineas gruesas: Se utilizan para que el logo sea impactante.

Lineas curvas: Es movimiento y suavidad.

d. Identidad corporativa

(Tarjeta de presentación)



e. Precio

El precio se lo establecerá a través de la opinión del grupo objetivo se podrá conocer los gastos y costos de producción, la competencia, la ubicación del restaurante, y nuestros clientes potenciales que estará enfocado a prestar un servicio según su clase social. Tomaremos estos parámetros para establecer un costo a nuestras preparaciones de acuerdo a la inversión y tiempo que realizaremos.

f. Distribución o plaza

El canal de distribución que se ofrecerá en la cafetería minimalista *Street Lemes Coffee* será a través de una canal de distribución directa donde el productor llevará el producto al consumidor final.

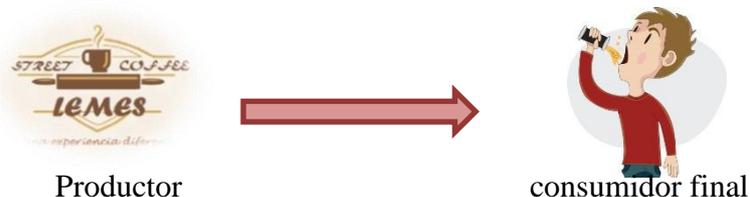


Figura 17 Canal de distribución

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

g. Comunicación

Según la encuesta los principales medios de comunicación serán mediante redes sociales los principales fueron: Facebook, Instagram, Twitter, Whatsaap en ellos se realiza la publicidad y las promociones que la cafería ofrecerá.

h. Segmentación del mercado

Cuadro 3 Segmentación de mercado

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
	GEOGRÁFICA
PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
UBICACIÓN	Parroquia Yaruquies, cantón Riobamba, provincia Chimborazo
NÚMERO DE HABITANTES	En Riobamba, según datos del INEC, realizados en el año 2010 hay 225 mil 741 habitantes.
TOTAL DE LA POBLACION DE YARUQUÍES	24.184 habitantes
DENSIDAD	Urbana
CLIMA	Frio
	DEMOGRÁFICO

EDAD	Múltiple
GÉNERO	Hombres y Mujeres
OCUPACIÓN	Estudiantes, Profesionales, amas de casa
EDUCACIÓN	Múltiple
RELIGIÓN	Múltiple
RAZA	Múltiple
	PSICOGRÁFICA
CLASE SOCIAL	Media, Media-Alta
ESTILO DE VIDA	Leal, extrovertida, creativa e innovadora.
PERSONALIDAD	Conservadora

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado: Gabriela Lema

i. Competencia

En la parroquia Yaruquíes no hay ningún tipo de establecimiento que brinde este servicio de alimentación, sin embargo en la ciudad de Riobamba existen cafeterías que son las principales competencias para nuestro negocio. Entre ellas tenemos la cafetería San Valentín, Verde Limón y Café Paola.

5. Análisis del sector

La cafetería Street Lemes Coffee en la parroquia de Yaruquíes si es apta debido a que esta zona cuenta con toda la infraestructura adecuada para la implementación de la cafetería, además que cuenta con sectores aledaños como son el Estadio de AFNACH, Poli Mercado, Iglesia de San Juan Bautista, Pucara tambo que son áreas de distracción.

- **Macro localización**



Figura 18 Macro localización

Fuente: Google maps

Elaborado: Gabriela Lema

La ciudad de Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo, se encuentra ubicada en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.750 msnm en el centro de la hoya de Chambo, rodeada de varios volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

- **Microlocalizacion**

La micro localización de la cafetería *Street Lemes Coffee* será en la ciudad de Riobamba, parroquia de Yaruquíes específicamente en las calles Av. Cristóbal Colón y Fray Astudillo, debido al grado de concurrencia de personas y se encuentran cerca varios atractivos turísticos de la parroquia

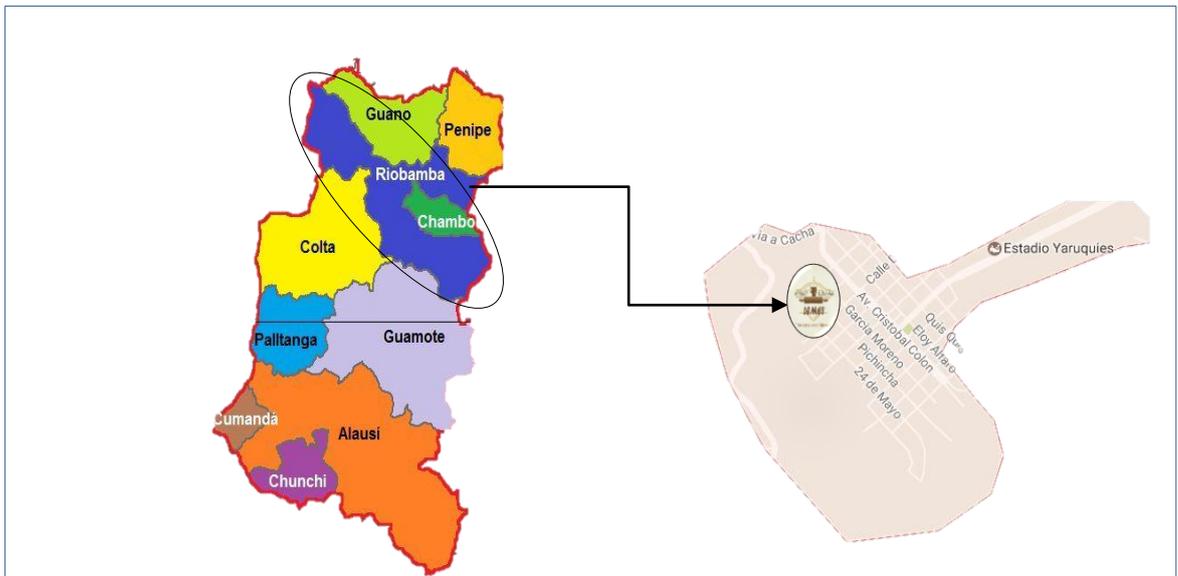


Figura 19 Micro localización

Fuente: Google maps

Elaborado: Gabriela Lema

6. Cargos y funciones del área comercial

Dentro del área comercial contamos en el área de ventas con la cajera y mesero que serán los encargados de recaudar los ingresos que realiza la cafetería por concepto de ventas, se determinará más a fondo las funciones que desempeña y el sueldo a pagar en la ficha profesigráfica.

7. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

a. Activos fijos área comercial

Tabla 20 Gastos área comercial

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
PLASMA DE 38 PULGADAS	1	800,00	800,00
CAJA REGISTRADORA ROYAL 585C X 280 CM	1	280,00	280,00
PARLANTES SONY	1	200,00	200,00
MESAS	5	45,50	227,50
SILLAS GIRATORIAS	4	60,00	240,00
SILLAS	16	16,90	270,40
BARRA DE MADERA MOVIL	1	780,00	780,00
ESTANTERIA METALICA 4 SEPARADORES	1	80,00	80,00
TOTAL	30	2.262,40	2.877,90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

b. Gastos área publicidad

Tabla 21 Gasto publicidad

TIPO	CANTIDAD	C.ANUAL
CARTA MENU	5	50,00
TARJETA DE PRESENTACION	1000	30,00
TRIPTICO	2	20,00
ROTULO	1	90,00
PUBLICIDAD INTERNET	1	50,00
TOTAL		240,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

VII. ESTUDIO TÉCNICO

1. Determinación del tamaño de la empresa

El tamaño de la cafetería está determinada por su estrecha vinculación con la inversión del proyecto, tomando en cuenta los costos y el volumen de venta, por consiguiente se puede mencionar que la capacidad de producción será en base a la capacidad instalada.

2. Capacidad de la planta

El tamaño de la empresa, o la capacidad instalada en la cafetería será de 5 mesas, 3 mesas para 4 personas y 2 mesas para 2 personas , 4 sillas se ubicaran frente a la barra a los cuales se les atenderá de una manera óptima y con un excelente servicio , sin tomar en cuenta la rotación de clientes.

3. Distribución de la planta

El tamaño del local el cual se va rentar para el proyecto de la cafetería tiene $10m^2$ largo por $5m^2$ ancho, dando un total de 50 metros cuadrados.

Área del local largo y ancho se distribuirá de la siguiente manera:

Cocina: $3m^2$ por $3m^2$

Baño: $2m^2$ por $2m^2$

Barra: $2m^2$ por $1m^2$

Área de servicio al cliente: $3m^2$ por $4m^2$

4. Localización de la planta

DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN				
	PARÁMETROS	A(AVENIDAD PRINCIPAL)	B(ZONA CENTRO)	C(POLI MERCADO)
A	DISPONIBILIDAD DE MERCADO	25%	50%	25%
B	MATERIA PRIMA CERTIFICADA	10%	25%	15%
C	VIAS DE COMUNICACIÓN	9%	10%	8%
D	SERVICIOS BÁSICOS	8%	9%	6%
	TOTAL %	52%	94%	54%

A	50%
B	30%
C	10%
D	10%
TOTAL	100%

Figura 20 Determinación de la localización

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Gabriela Lema

Análisis: Para determinar la localización de la planta se evaluó los siguientes parámetros como son: la disponibilidad del mercado, materia prima certificada, teniendo en cuenta que está dentro de una zona urbana donde está al alcance y se puede obtener cualquier producto, contando con excelentes vías de comunicación y acceso para llegar a la zona, fácilmente, contando con todos los servicios básicos para que el local se desempeñe.

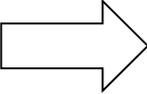
5. Recetas estándar

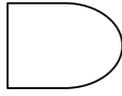
Para la elaboración de las recetas estándar de esta investigación se tomó un formato el cual nos permitió el cálculo de: costos de materia prima, costo variable, costo por pax, además se calculó el precio de venta y el precio de venta sugerido al público este nos ayudó para proporcionar un precio real a nuestros platos de la carta

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO:	NÚMERO DE PAX	
INGREDIENTES	CANTIDAD ()	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	
C.I.F 30% (PV)			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	
$\sum C.P = CxP + C.I.F$			FC=1+D		TOTAL	
$U1 = PV - \sum CP$			D=10%		C. PAX	
$U2 = P.V.S - PV$			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	
$U \text{ neta} = U1 + U2$					P.V	
					P.V.S	

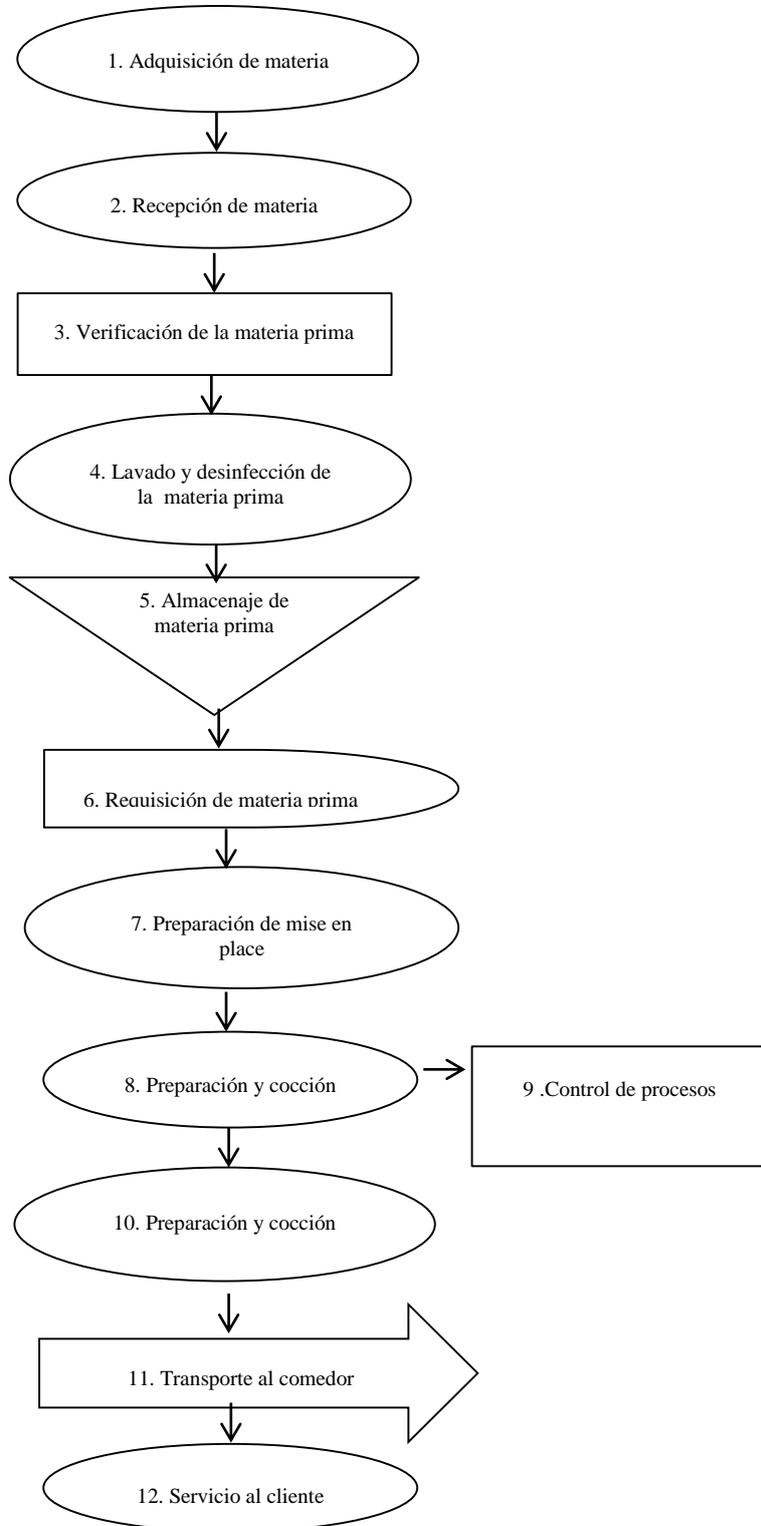
6. Procesos de producción del producto (b/s)

Para la elaboración de los diferentes productos se utilizó un diagrama analítico de procesos en donde se describe la sucesión de todas las operaciones, transportes, inspecciones, esperas y almacenaje que se representan durante un proceso o procedimiento, incluye el tiempo que toma la actividad. En su elaboración se utilizan cinco símbolos internacionalmente aceptados para representar las acciones efectuadas, a saber: operación, transporte, inspección, espera, almacenaje. Sus correspondientes símbolos son:

Actividad	Símbolo	Significado
Operación		Cuando se cambian las características físicas o químicas de algún componente del producto en proceso.
Inspección		Representa una actividad, la cual se describe brevemente dentro del rectángulo.
Almacenaje		Puede ser de materia prima, de productos en proceso, de subproductos, de residuos o de productos terminados.
Transporte		Cuando tales desplazamientos hacen parte de una operación o los realiza. Es la acción de desplazar un objeto de un lugar a otro, excepto el operatorio en el sitio de trabajo durante una operación o inspección.

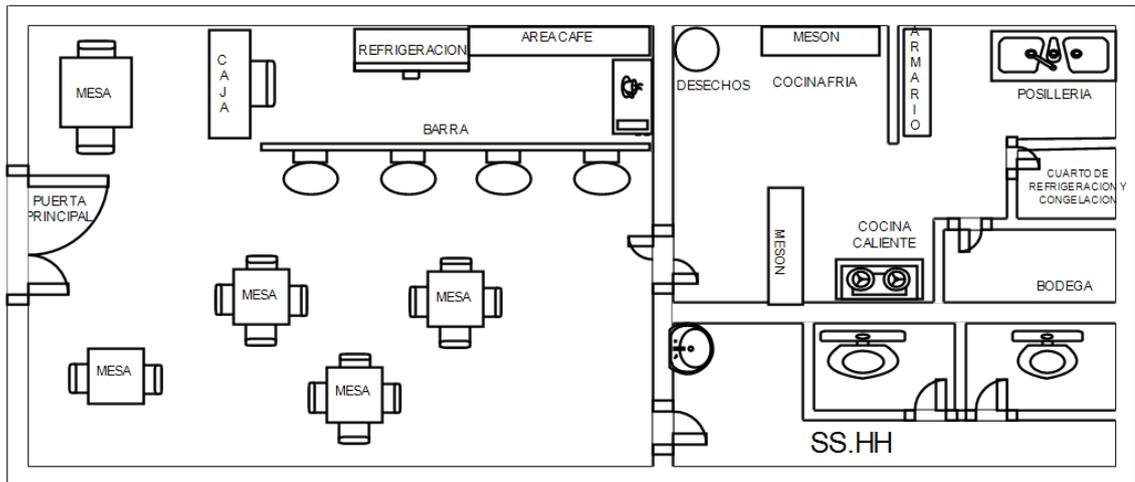
Demora		Generalmente ocurre cuando se lleva el objeto a una zona de espera.
--------	---	---

7. Proceso y flujo grama de producción



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Gabriela Lema

8. Diseño de la planta



- **Descripción de la planta**

La cafetería Street Lemes Coffee tendrá una área de 50 m², el cual se dividió de la siguiente manera: el área de servicio, tendrá 5 mesas 2 mesas con 2 sillas y 3 mesas con 4 sillas se optó por colocar la caja junto a la barra con capacidad para 4 personas lo que da un total de 20 sillas, por lo que se estima que la cafetería tendrá capacidad para 20 personas.

Dentro del área de producción se dividió por mesones a la cocina fría de la caliente además contará con el espacio para la limpieza de vajilla, también cuenta con la bodega un área pequeña donde hay una separación y conexión con el cuarto de refrigeración y congelación de los productos.

Los baños se ubicarán en la parte de atrás al lado derecho estarán separados por una pared para evitar ruidos y malos olores.

Procesos de Street Lemes Coffee estará abierta de lunes a viernes de 10:00 a 18:00 horas en las cuales se dará un excelente servicio de entradas postres y bebidas deliciosos para cada uno de los clientes.

VIII. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

En este punto detallaremos los requerimientos que exige la empresa para su creación y estará reflejado patrimonialmente en el activo fijo y puede tratarse de una inversión o activos fijos.

1. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

a. Consumo de servicios básicos

Tabla 22 Servicios básicos

TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	200	0,11	kw/h	22,78	68,34	273,37
Teléfono	150	0,09	mm	13,50	40,5	162
Internet	Ilimitado	30,00	Megas	30,00	90	360
Agua	16	0,64	m3	10,24	30,72	122,88
TOTAL				76,52	229,56	918,25

100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN 50%	ADMINISTRACIÓN 25%	VENTAS 25%
918,25	459,12	229,56	229,56

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

b. Combustible

Tabla 23 Combustibles y lubricantes

COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GAS DOMESTICO	1	4	6,00	72,00
GAS INDUSTRIAL	1	2	36,00	432,00
TOTAL				504,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

c. Mantenimiento

Tabla 24 Mantenimiento

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO ANUAL
MAQUINA AUTOMATICA DE CAFÉ MODELO SPRNT 5S	1	1 AÑO	NESTLÉ	20,00
REFRIGERADORA MABE	1	1 AÑO	MABE	15,00
MICROONDAS MABE	1	1 AÑO	MABE	10,00
CAMPANA EXTRACTORA DE OLOR ELECTROLUX 90 CM	1	1 AÑO	ELECTROLUX	25,00
BATIDORA KITCHEN AID 5 LITROS	1	1 AÑO	TVENTAS	10,00
MOLINO PARA CAFÉ	1	1 AÑO	TVENTAS	10,00
LICUADORA OSTER MOTOR REVERSIBLE 6 ASPAS 600WTS	1	1 AÑO	TVENTAS	10,00
TUBERIAS Y PLAGAS	1	1 AÑO		60,00
		TOTAL		320,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

d. Depreciación

Tabla 25 Depreciación

BIEN	VALOR (SIN IVA)	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	4.911,18	10	491,12	442,01
EQUIPO DE COMPUTO	921,05	3	303,95	205,70
MUEBLES Y ENSERES	1.000,35	10	100,04	90,03
TOTAL	6.832,59		895,10	737,74

MAQUINARIA Y EQUIPO → 100% PRODUCCIÓN

EQUIPO DE COMPUTO → 100% ADMINISTRACIÓN

MUEBLES Y ENSERES →	VALOR 100%	ADMINISTRACIÓN 50%	VENTAS 50%
	90,03	45,02	45,02

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

e. Materia prima directa

Tabla 26 Materia Prima

TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	COSTO POR PAX	PRECIO TOTAL	PVP	P.TOTAL	VENTAS ANUAL 1	VENTAS ANUAL 2	VENTAS ANUAL 3	VENTAS ANUAL 4	VENTAS ANUAL 5
EMPANADAS DE CARNE	4	0,16	0,65	1,50	6,02	1.503,22	1.565,01	1.629,33	1.696,29	1.766,01
EMPANADA DE QUESO	4	0,11	0,43	1,00	4,02	1.004,00	1.045,26	1.088,22	1.132,95	1.179,51
EMPANADA DE POLLO	4	0,22	0,87	1,50	6,00	1.499,06	1.560,67	1.624,82	1.691,60	1.761,12
BOLON CHICHARON	4	0,42	1,66	1,50	6,00	1.499,40	1.561,02	1.625,18	1.691,98	1.761,52
BOLON QUESO	4	0,39	1,55	1,25	4,99	1.246,50	1.297,73	1.351,07	1.406,60	1.464,41
PAN DE YUCA	12	0,15	1,80	2,00	23,98	5.991,38	6.237,62	6.493,99	6.760,89	7.038,76
SANDUCHE DE QUESO	3	0,31	0,92	1,00	2,99	746,81	777,50	809,45	842,72	877,36
SANDUCHE MIXTO	3	0,48	1,44	1,50	4,51	1.126,66	1.172,97	1.221,17	1.271,36	1.323,62
SANDUCHE DE POLLO	3	0,75	2,24	2,00	6,00	1.499,18	1.560,80	1.624,95	1.691,73	1.761,27
SANDUCHE DE PERNIL	2	0,56	1,13	2,00	4,00	999,55	1.040,63	1.083,40	1.127,93	1.174,29
TRES LECHES	3	0,68	2,03	2,50	7,50	1.873,53	1.950,53	2.030,70	2.114,16	2.201,05
TIRAMISU	3	0,81	2,42	2,50	7,50	1.874,82	1.951,88	2.032,10	2.115,62	2.202,57
CHEESECAKE DE LA CASA	3	0,73	2,18	3,00	9,00	2.249,95	2.342,43	2.438,70	2.538,93	2.643,28
TORTA DE CHOCOLATE CON	3	0,92	2,77	3,00	8,99	2.245,29	2.337,57	2.433,64	2.533,66	2.637,80
BROWNIE CON HELADO	3	1,00	3,01	3,25	9,75	2.435,44	2.535,54	2.639,75	2.748,24	2.861,19
AMERICANO	2	0,19	0,37	1,75	3,50	874,17	910,10	947,51	986,45	1.026,99
EXPRESO	2	0,09	0,19	1,50	3,00	749,49	780,30	812,37	845,75	880,51
CAPUCHINO	2	0,38	0,76	2,00	3,99	997,28	1.038,27	1.080,94	1.125,37	1.171,62
TE	2	0,11	0,23	1,00	1,99	497,41	517,86	539,14	561,30	584,37
AGUA AROMATICA	3	0,10	0,30	1,00	3,00	750,43	781,27	813,38	846,81	881,62
CHOCOLATE	3	0,35	1,04	1,75	5,24	1.310,37	1.364,23	1.420,30	1.478,67	1.539,45
SHAKE DE VAINILLA	4	0,67	2,70	2,50	10,00	2.499,04	2.601,75	2.708,68	2.820,01	2.935,91
SHAKE DE CHOCOLATE	4	0,73	2,91	2,50	10,00	2.497,80	2.600,46	2.707,34	2.818,61	2.934,45
SHAKE DE FRUTILLA	4	0,73	2,91	2,50	10,00	2.497,80	2.600,46	2.707,34	2.818,61	2.934,45
SHAKE DE OREO	4	0,97	3,89	3,00	12,01	3.001,09	3.124,43	3.252,85	3.386,54	3.525,73
FRAPE DE COCO	2	0,52	1,05	2,00	4,00	1.000,60	1.041,73	1.084,54	1.129,12	1.175,52
BATIDO DE FRESA	3	0,32	0,95	1,00	3,00	750,04	780,87	812,96	846,37	881,16
BATIDO DE GUANABANA	3	0,46	1,38	1,50	4,50	1.124,52	1.170,74	1.218,86	1.268,95	1.321,11
BATIDO DE DURAZNO	3	0,45	1,34	1,50	4,50	1.124,65	1.170,88	1.219,00	1.269,10	1.321,26
JUGO DE NARANJA	4	0,43	1,72	1,50	6,01	1.500,97	1.562,66	1.626,89	1.693,75	1.763,36
JUGO DE MORA	4	0,47	1,89	1,50	6,00	1.500,38	1.562,05	1.626,25	1.693,09	1.762,68
JUGO DE COCO	4	0,36	1,42	1,50	6,02	1.503,00	1.564,77	1.629,09	1.696,04	1.765,75
TOTAL	111	15,00		59,50	208,01	51.973,85	54.109,98	56.333,90	58.649,22	61.059,71

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

f. Mano de obra directa

Tabla 27 Mano de obra directa

			BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
COCINERO	356,58	4.278,96	519,89
TOTALES:	356,58	4.278,96	519,89

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

g. CIF

Tabla 28 Mano de obra Indirecta

			BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
MESERO	357,29	4.287,48	520,93
CAJERA	360,00	4.320,00	524,88
TOTALES:	717,29	8.607,48	1.045,81

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

2. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

Tabla 29 Maquinaria y equipos

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA EQUIPOS			
MAQUINA AUTOMATICA DE CAFÉ MODELO SPRNT 5S	1	1.990,99	1.990,99
REFRIGERADORA MABE	1	800,99	800,99
MICROONDAS MABE	1	199,99	199,99
COCINA INDUSTRIAL 4 QUEMADORES CON HORNO DE 2 LATAS	1	420,00	420,00
CAMPANA EXTRACTORA DE OLORELECTROLUX 90 CM	1	135,00	135,00
MIXER DE MANO CON VASO PROCESADOR 750 W	1	28,78	28,78
BATIDORA KITCHEN AID 5 LITROS	1	425,00	425,00
PLASMA DE 38 PULGADAS	1	800,00	800,00
CAJA REGISTRADORA ROYAL 585C X 280 CM	1	280,00	280,00
PARLANTES SONY	1	200,00	200,00
TANQUE DE GAS INDUSTRIAL	2	190,00	380,00
LICUADORA OSTER MOTOR REVERSIBLE 6 ASPAS 600WTS	1	128,00	128,00
TOTAL	13	5.598,75	5.788,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 30 Equipo de cómputo

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE COMPUTO			
COMPUTADORA	1	850,00	850,00
IMPRESORA	1	200,00	200,00
TOTAL		1.050,00	1.050,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 31 Muebles y enseres

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
MESAS DE TRABAJO	2	158,00	316,00
MESAS	5	45,50	227,50
SILLAS GIRATORIAS	4	60,00	240,00
SILLAS	16	16,90	270,40
BARRA DE MADERA MOVIL	1	780,00	780,00
ESTANTERIA METALICA 4 SEPARADORES	1	80,00	80,00
TOTAL		1.140,40	1.913,90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 32 Menaje y utensilios

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MENAJE Y UTENSILLOS			
CUCHARONES	2	2,00	4,00
TAMIZ	2	2,60	5,20
MANGA PASTELERA	1	24,00	24,00
BOLWS GRANDES	5	7,00	35,00
BOLWS MEDIANOS	10	2,25	22,50
BOLWS PEQUEÑOS	10	1,00	10,00
JUEGO DE 3 PYREX CUADRADOS UMCO	1	40,00	40,00
ESPATULA DE GOMA 10 HR	2	10,00	20,00
BATIDOR DE GLOBO DE ALAMBRE PARA PASTELERIA	2	6,50	13,00
LATA DE HORNO PEQUEÑAS	2	12,25	24,50
BOQUILLAS WILTON 54 PIEZAS	1	58,00	58,00
TABLA DE PICAR	2	10,25	20,50
CEBOLLERO	2	10,00	20,00
PUNTILLA	2	2,50	5,00
SARTEN DE TEFLON PEQUEÑO TRAMONTINA	2	18,20	36,40
MOLINO PARA CAFÉ	1	28,00	28,00
OLLA TRAMONTINA PEQUEÑA	2	43,00	86,00
VAJILLA DE CERAMICA CUADRADA PARA POSTRE PE	24	1,75	42,00
VAJILLA DE CERAMICA CUADRADA PARA CAFÉ	24	2,00	48,00
VAJILLA DE CERAMICA CUADRADA MEDIANA	24	2,75	66,00
VASO CAPUCHINO	12	1,25	15,00
CRISTALERIA VASO GRANDE 8 ONZ	12	0,40	4,80
CUCHARITAS PARA POSTRE	12	0,45	5,40
TENEDORES POSTRE	12	0,40	4,80
TENEDORES GRANDES	12	0,45	5,40
CUCHARAS SOPERAS	12	0,30	3,60
BANDEJAS PLASTICAS CUADRADAS ANTIDESLIZANTE	4	4,50	18,00
JARRAS DE 20 ONZ	4	2,00	8,00
TAZAS DE CAFÉ DE CERAMICA	24	1,50	36,00
TOTAL	225	295,30	709,10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 33 Suministros y materiales

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMINISTROS Y MATERIALES			
PAPEL	1	4,00	5,00
ESFEROS	2	0,60	2,60
CARPETAS	1	0,25	1,25
GRAPADORA	1	0,50	1,50
PERFORADORA	1	0,75	1,75
ESCOBA	2	5,00	7,00
DESINFECTANTE FLORAL 1000 ML	1	1,80	2,80
COLORO 1 LT	1	1,25	2,25
GEL ANTIBACTERIAL 1000 ML	1	4,90	5,90
JABON LIQUIDO 500ML	1	3,50	4,50
TRAPEADOR 360 GRADOS LAVADO Y CENTRIFUGADO	1	18,99	19,99
DESENGRASANTE PARA LOS PLATOS	1	2,40	3,40
JABON DE COCINA	1	3,30	4,30
ESPONJA LAVAPALTOS	1	1,50	2,50
CREMA LAVA VAJILLAS 1000G	5	15,00	20,00
CONTENEDOR PLASTICO DE BASURA PEQUEÑO	2	7,00	9,00
CONTENEDOR PLASTICO DE BASURA GRANDE	1	10,30	11,30
FUNDA PARA BASURA (CIENTO)	1	5,00	6,00
PAPEL HIGIENICO	5	10,00	15,00
AROMATIZANTES	5	2,50	7,50
RECOJEDOR DE BASURA	2	9,00	11,00
TOTAL	37	107,54	144,54
		TOTAL ANUAL	433,62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 34 Materiales indirectos

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIALES INDIRECTOS			
FUNDAS NEGRAS PEQUEÑAS 50	1	2,80	2,80
PLASTICO FILM	1	2,30	2,30
PAPEL ALUMINO	1	5,00	5,00
PAPEL DE DESPACHO FAMILIA 1000 M	1	18,50	18,50
CONTENEDOR DE ALIMENTOS 5X5 LLANO COLOR BLA	1	2,38	2,38
PALILLOS DE DIENTES	1	1,00	1,00
SERVILLETAS 300	1	2,13	2,13
CUCHARAS PLASTICAS X 100	1	0,70	0,70
LIMPIONES	5	1,00	5,00
AZUCARERAS	5	1,50	7,50
SALEROS	5	1,00	5,00
TOTAL	23	38,31	52,31
		TOTAL ANUAL	470,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 35 Requerimiento de activos fijos

ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.598,75	5.788,75
EQUIPO DE COMPUTO	1.050,00	1.050,00
MUEBLES Y ENSERES	1.140,40	1.913,90
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		8.752,65
INVENTARIOS		
MATERIALES INDIRECTOS	38,31	470,79
MENAJE Y VAJILLA	295,30	709,10
SUMINISTROS Y MATERIALES	107,54	433,62
SUB-TOTAL INVENTARIOS		1.613,51

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

3. PROGRAMA PRE-OPERATIVO

Tabla 36 Gastos experimentación

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF ADMINISTRADOR	1:00	9	3,45	13,79
MUESTRAS	CHEF ADMINISTRADOR	1:00	3	2,99	5,98
DEGUSTACIONES	COCINERO	1:00	3	2,23	4,45
CONTROL DE CALIDAD	CHEF ADMINISTRADOR	1:00	0	1,60	3,15
TOTAL				10,26	27,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

a) Pruebas

Cuadro 4 Pruebas

Pan de yuca	
Prueba 1	Con esta formulación el pan tiene una consistencia dura como de un biscocho el tiempo de vida útil es poca, un día.
Prueba 2	Con esta formulación el pan tiene una consistencia más suave pero aún se mantiene un poco duro, el tiempo de vida útil es poca, un día.
Prueba 3	Con esta formulación el pan tiene una consistencia dorada por fuera y por dentro es chiclosa el tiempo de vida útil dos días.
Tres leches	
Prueba 1	Con esta formulación el biscocho es muy duro por lo que las tres leches no le

	permite que absorba liquido vida útil es poca, un día
Prueba 2	Con esta formulación el biscocho es muy muy suave por lo que al poner las tres leches el biscocho tiende a encogerse vida útil es poca, un día.
Prueba 3	Con esta formulación el biscocho es esponjoso por la consistencia es muy buena para que absorba la dulce mezcla el tiempo de vida útil en refrigeración a temperatura no mayor de 5°C es de 5 días.
Shake de chocolate	
Prueba 1	Con esta formulación el shake de chocolate contiene demasiada leche y es muy líquido, su vida útil media hora.
Prueba 2	Con esta formulación el shake de chocolate contiene demasiado helado y es muy grasoso, su vida útil media hora.
Prueba 3	Con esta formulación el shake de chocolate tiene una consistencia buena un poco cremosa, su vida útil es 1 hora

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

b) Degustaciones

Se realizó un test de aceptabilidad ver (Anexo N°3) del producto estrella de la carta donde nos permitio conocer su nivel de aceptabilidad , conociendo sus principales características obtuimos como resultado el color, el olor, textura, sabor, apariencia.

Dentro de la carta contamos con el plato estrella, el cual fue el indicado para realizar la degustacion, para ello se tomó cinco parámetros fundamentales el cual nos sirvió para analizar y verificar si el producto era aceptable, los resultados que se obtuvieron fueron:

Color	Gusta mucho
Olor	Gusta moderadamente
Textura	Gusta mucho
Sabor	Gusta mucho
Apariencia	Gusta moderadamente

Con estos resultados nos permitio seguir con el proyecto teniendo una aceptacion positiva del plato. Podemos decir que para realizar una degustación, es necesario saborear aquello que se consume, no se trata de comer o beber de manera casi automática, sino de tomarse unos momentos para ser consciente de la acción y potenciar su disfrute. Con esto los degustadores describirán el sabor, textura, color, olor apariencia de los productos.

c) Muestras

Se sacaran porciones de los productos que dan como resultado de las pruebas, todos de un mismo porcentaje, y serán colocados en recipientes adecuados y atractivos para el cliente.

d) Costos de control de calidad

El proyecto de la cafetería tendrá mucho cuidado en la adquisición de insumos, frescos y de buena fuente productora , utilizará desde el primer momento equipos e instalaciones en acero y material especial que evite la contaminación al momento de efectuar las operaciones de producción. Con respecto a la conservación y congelación se verificará por separado cuidando en todo momento el uso de envases (bolsas, tapers) a fin de evitar los olores y la contaminación cruzada.

En cuanto al personal, habrá un control estricto de la higiene y vestimenta de todo el personal que permita garantizar la inocuidad de los productos (usando el uniforme adecuado para el proceso de elaboración).

IX. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

A. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (DEFINICIÓN DE ÁREAS)

1. Área administrativa

Dentro de esta área el chef administrador es el que estará a la cabeza de la empresa se encargara de garantizar la correcta elaboración de productos y del buen manejo de equipos y la supervisión general de la atención al cliente.

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACIÓN
Chef Administrador	Planificación, dirección y supervisión del personal. Administración Control de bodega	Resolver problemas con efectividad y rapidez. Garantizar la correcta elaboración diaria de los productos. Dirección de personal Verificación del buen manejo de equipos	360,12 + beneficios de ley

2. Área productiva

En esta área se encuentra el cocinero que se encontrara realizando la producción que la empresa ofrecerá a sus clientes.

Cocinero	Ayudar a la recepción de los productos receptados. Alistar todos los productos y maquinaria a utilizar Prepara salsas que se utilizaran	Tener equipos y productos listos al momento de la preparación Dar un informe al chef de los productos faltantes en bodega.	356,58
----------	---	---	--------

3. Área comercial

Dentro de esta área contaremos con la cajera y el mesero que serán las personas encargadas del control servicio y atención al cliente además la cajera llevara el registro contable de la empresa.

Cajera	Llevar el control diario contable Recepción de eventos si los hubiere Informe de quejas	Realizar el balance diario de la cafetería Informe de productos faltantes y caducos de la barra.	357,65
Mesero	Dar la bienvenida al cliente Recibir y servir los pedidos del cliente Llevar la comida a la cocina	Responder a las inquietudes del cliente sobre la carta y otros	357,29

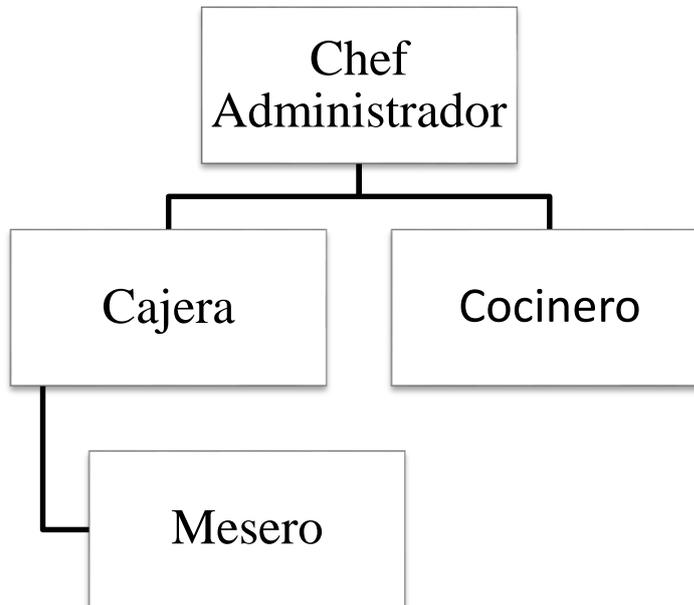
4. Área financiera

En esta área financiera el chef se encargara de cuanto hay que invertir en materia prima la cantidad óptima de dinero que se va a necesitar, la obtención del préstamo bancario se encargara de que la empresa tenga el suficiente capital fijo mantener las operaciones de la empresa a un nivel rentable con los fondos y recursos disponibles.

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACION
Chef Administrador	Planificación, dirección y supervisión del personal. Administración Control de bodega	Resolver problemas con efectividad y rapidez. Garantizar la correcta elaboración diaria de los productos. Dirección de personal Verificación del buen manejo de equipos	360,12 + beneficios de ley

B. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

STREET LEMES COFFEE



Leyenda	
	Dirección
	Operativa
Realizada por: Gabriela Lema	
Fecha de Elaboración: 4 Agosto de 2016	

C. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO.

1. Descripción de puestos de trabajo

Tabla 37 Ficha chef administrativo

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	CHEF ADMINISTRADOR	1	4	9:00 a 17:00	Lunes a viernes
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
GERENCIA L	NINGUNO (PROPIETARIO)	29/06/2016		\$372,00	
RESUMEN DEL CARGO					
La cabeza de la empresa y el grado superior en jerarquía.					
FUNCIONES					
Planificación, dirección y supervisión del personal					
Administración					
Control de bodega					
RESPONSABILIDADES					
Resolver problemas con efectividad y rapidez					
Garantizar la correcta elaboración diaria de los productos					
Dirección de personal					
Verificación del buen manejo de equipos					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 38 Ficha cajero

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	CAJERO	1	0	10:00 a 18:00	Lunes a viernes
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración	Salario Neto	
Comercial	CHEF ADMINISTRADOR		15/06/2016	360.00	
RESUMEN DEL CARGO					
Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos de la empresa entregando balances y arqueo de caja diario.					
FUNCIONES					
Llevar el control diario contable					
Recepción de eventos si los hubiere					
Informe de quejas					
RESPONSABILIDADES					
Realizar el balance diario de la cafetería					
Informe de productos faltantes y caducados de la barra					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 39 Ficha mesero

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	MESERO	1	0	10:00 a 18:00	Lunes a viernes
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
SERVICIO	CHEF ADMINISTRADOR	29/06/2016		357,29	
RESUMEN DEL CARGO					
Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de las cuentas y disposiciones financieras que sean delegadas, donde la información sea fidedigna para la toma de decisiones de las empresas a su cargo.					
FUNCIONES					
Dar la bienvenida al cliente					
Recibir y servir los pedidos del cliente					
Llevar la comanda a la cocina					
RESPONSABILIDADES					
Responder a inquietudes del cliente sobre la carta y otros					
Servir al cliente					
Limpieza en las mesas comedor y barra					
Trabajar conjuntamente con la cajera					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Tabla 40 Cocinero

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
					
Departamento	Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Hora a	Jornada
RRHH	COCINERO	1	0	10:00 a 18:00	Lunes a viernes
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Comercial	CHEF ADMINISTRADOR	29/06/2016		\$356,58	
RESUMEN DEL CARGO					
Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de las cuentas y disposiciones financieras que sean delegadas, donde la información sea fidedigna para la toma de decisiones de las empresas a su cargo.					
FUNCIONES					
Ayudar a la recepción de los productos					
Realizar la puesta a punto de ingredientes y maquinaria a utilizar					
Ayudar a realizar las preparaciones					
RESPONSABILIDADES					
Tener equipos y productos listos al momento de la preparación					
Dar un informe al chef de los productos faltantes en bodega					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

2. Perfil de los trabajadores

Chef Administrador

PERFIL
Ser Lic. En Gestión Gastronómica ; Ing. Administración de Empresas o afines
Experiencia mínima 1 año en cargos similares
Sexo indistinto
Condiciones físicas y mentales en buen estado.

Cajero /a

PERFIL
Bachiller en contabilidad, Administración o afines
experiencia mínima 1 año en cargos similares
Condiciones físicas y mentales en buen estado.

Mesero/a

PERFIL
Ser bachiller
Experiencia mínima 1 año en cargos similares
Sexo indistinto
Condiciones físicas y mentales en buen estado.

Cocinero

PERFIL
Estudiante de primeros años de gastronomía
Sexo indistinto
Condiciones físicas y mentales en buen estado.

3. Costos salariales

ÁREA O CARGO	SUELDO
Chef Administrador	372,00
Cocinero	356,58
Mesero/a	357,29
Cajero/a	360,00

4. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo

Para los procesos de reclutamiento y selección y contratación del personal se realizó un manual de funciones ver (Anexo N°2) en el que se detalla las funciones derechos, obligaciones de los trabajadores.

D. MARCO LEGAL

1. Tipo de empresa

La forma jurídica para este proyecto es:

ARTESANO

Será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, que desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500.

BENEFICIOS

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

LABORALES

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

SOCIALES

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

TRIBUTARIOS

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías

- Exoneración del pago del impuesto a la renta

- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales

- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal (Vélez, 2009)

2. Trámites y permisos

Cuadro 5 Trámites y permisos

Tramite	Lugar	Requisito	Otros documentos	Otros
Registro en el historial laboral del IESS	Instituto ecuatoriano de seguridad social Riobamba	Copia del RUC y la solicitud para entrega de clave firmada	Copia de pago de luz o teléfono	La solicitud de la clave consiste en un numero entregado por el IESS al empleador
Afiliación de los empleados trabajadores al IESS	Instituto ecuatoriano de seguridad social Riobamba	Contratos de trabajos nombramientos que indiquen la relación de dependencia laboral	Copia de cedula y papeleta de votación de los empleados	
Afiliación a la Cámara de Turismo de Chimborazo	Cámara de turismo de Chimborazo	Copia de la patente, copia del registro de Ministerio de Turismo y 2 fotos tamaño carnet.	Copia cedula de ciudadanía, papeleta de votación y copia del ruc	
Obtención del registro único del contribuyente RUC	Servicio de rentas internas sucursal Riobamba SRI	Copia y original de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.	Plantilla de pago de cualquier servicio básico de los últimos tres meses de luz , agua,	Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica se deberá presentar copia del

			potable o teléfono	formulario 106 que trata sobre multas Ruc
Declaración del Iva.	Servicio de rentas internas sucursal Riobamba SRI	Comprar el formulario 104 del SRI presentar el RISE		La declaración se lo puede realizar mensualmente o semestralmente.
Permiso de funcionamiento dirección provincial de salud	Dirección Provincial de Salud de Chimborazo	Realizar la solicitud de inspección dirigida al director provincial de salud	Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación	Informaran la fecha de la inspección y luego se otorgara el permiso de funcionamiento.
Registro en el Ministerio de Turismo	Ministerio de Turismo regional centro	Copia de cedula de ciudadanía, papeleta de votación y del RISE	Título de propiedad inscrito y la lista de precios de los productos que se van a ofertar en el negocio	Inscripción del título de propiedad en el Registro de la propiedad
Licencia anual de funcionamiento	Municipio de Riobamba departamento de turismo	Copia del ruc Patente municipal actualizada, certificado del registro otorgado por el ministerio de turismo	Certificado actualizado de afiliación a la cámara de turismo. Lista de precios de los productos que se van a ofertar en el negocio.	La solicitud de registro turístico se lo dirigirá al alcalde.
Patente municipal	Municipio de Riobamba departamento municipal de rentas	Copia de la cedula de ciudadanía, papeleta de votación y del Ruc y permiso de los bomberos	Comprar el formulario de patente de actividades económicas	
Permiso del cuerpo de bomberos	Cuerpo de bomberos Riobamba	Realizar una solicitud dirigida al jefe	Nombre y dirección del negocio y propietario.	Tener extintores detectores de humo salida de emergencia.

		del cuerpo de bomberos		
Certificación de documentos	Cualquier notaria publica de Riobamba	Copia de cedula de ciudadanía, papeleta de votación. Todos los documentos que van hacer certificados		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

3. Gastos de organización e impuestos

Tabla 41 Gastos organización

TIPO	GASTO ANUAL
INSCRIPCION DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO	-
TASA DE HABILITACION DE ESTABLECIMIENTO	30,00
NOTARIA	30,00
BOMBEROS	10,00
ARCSA	84,26
MUNICIPIO (PATENTE)	60,00
PERMISOS	30,00
TOTAL	214,26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

X. ESTUDIO AMBIENTAL

Impacto ambiental es el “termino que define el efecto que se produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente”.

Los problemas ambientales generados por parte del proyecto se enmarcan en la contaminación atmosférica por gases de combustión, emisión de ruido, contaminación del suelo especialmente por la generación y manejo de residuos, se determina por la concentración de contaminantes en el aire, los cuales pueden ser gases, vapores, humus u olores emitidos por el área de producción que son causantes de efectos adversos en el medio ambiente, los recursos naturales renovables y la salud humana.

1) Mitigar el impacto ambiental

Cuadro 6 Impacto ambiental

DAÑOS OCASIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y POR LAS ACTIVIDADES PRE OPERATIVAS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTO
Al Agua	Implementación de filtros de agua.	Tener grifo de cocina con filtro de agua.	10,00
	Aguas residuales: Grasas Aceites	Mantenimiento y reparación (tubería de agua)	30,00
Al Suelo	Emplear métodos de sistema contra las plagas y roedores.	Tener exterminador de plagas.	25,00
	Sustituir el pozo séptico por el sistema de alcantarillado.	Usar tuberías correspondientes para el uso del alcantarillado.	80,00
Al Aire	Optar por menos embalaje en los productos.	Tener fundas biodegradables.	5,00
	Clasificar la basura según los basureros	Contar con basureros ecológicos.	30,00

	Contaminación atmosférica por la concentración de contaminantes (gases, vapores, humos u olores del área de producción)	Contar con un extractor de olores.	135,00
	Reducción consumo energético	Evitar meter alimentos calientes al refrigerador. Cerrar correctamente las cámaras frigoríficas. Desconectar electrodomésticos como la licuadora o microondas. Verificar la puerta del refrigerar se cierre. Apagar las luces luego que se termine la jornada.	30,00
TOTAL			\$335,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

2) Acciones remediales 3r's

Cuadro 7 Reducir

REDUCIR	DETALLE	COSTO
Focos incandescentes	Utilizar focos ahorradores	5,00
Bolsas de plástico	Utilizar fundas plásticas biodegradables	3,00
TOTAL		8,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Cuadro 8 Reciclar

RECICLAR	DETALLE	COSTO
Plásticos	Guardar residuos de aceites.	0,30
	Apilar botellas plásticas	0,30
Vidrios	Para guardar salsa o mermeladas.	0,50
	Guardar otras clases de alimentos como: sal, harina, azúcar.	0,50
Cartón	Colocar productos para transportarlos.	0,50
	Almacenar las facturas o comandas	0,50
TOTAL		2,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Cuadro 9 Reutilizar

REUTILIZAR	DETALLE	COSTO
Fundas	Utilizar fundas de basura.	0,05
	Para guardar alimentos no perecibles o enlatados.	0,05
TOTAL		0,10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

XI. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Tabla 42 Análisis de la inversión

RUBROS	INVERSION REALIZAD	INVERSI N POR	TOTAL DE INVERSION
1. INVERSIONES FIJAS			
MAQUINARIA Y EQUIPO		5.788,75	5.788,75
EQUIPO DE COMPUTO		1.050,00	1.050,00
MUEBLES Y ENSERES		1.913,90	1.913,90
MENAJE Y VAJILLA		709,10	709,10
IMPREVISTOS (1%)		94,62	94,62
2. ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		214,26	214,26
GASTOS DE INSTALACIÓN		107,90	107,90
GASTOS DE PUBLICIDAD		80,00	80,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		27,37	27,37
IMPREVISTOS (1%)		4,30	4,30
3. CAPITAL DE TRABAJO			
MATERIA PRIMA		4.173,73	4.173,73
MATERIALES INDIRECTOS		470,79	470,79
MANO DE OBRA DIRECTA		1.559,68	1.559,68
MANO DE OBRA INDIRECTA		1.562,79	1.562,79
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		126,00	126,00
SERVICIOS BÁSICOS		229,56	229,56
GASTO ARRIENDO		525,00	525,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(sueldos)		1.627,13	1.627,13
SUMINISTROS Y MATERIALES		144,54	144,54
CAJA - BANCOS	300,00		300,00
CONTINGENCIA (1%)		107,19	107,19
TOTAL DE INVERSION	300,00	20.516,60	20.816,60

20.816,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Al realizar esta tabla se logró determinar el total de las inversiones tanto realizada como por realizarse que se deberá realizar para la implementación del proyecto, teniendo así una inversión de \$20.816,60.

Tabla 43 Estado de fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
1. INVERSIONES FIJAS				
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.788,75		5.788,75	
EQUIPO DE COMPUTO	1.050,00		1.050,00	
MUEBLES Y ENSERES	1.913,90		1.913,90	
MENAJE Y VAJILLA	709,10		709,10	
IMPREVISTOS (1%)	94,62		94,62	
2. ACIVOS DIFERIDOS				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	214,26		214,26	
GASTOS DE INSTALACIÓN	107,90		107,90	
GASTOS DE PUBLICIDAD	80,00		80,00	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	27,37		27,37	
IMPREVISTOS (1%)	4,30		4,30	
3. CAPITAL DE TRABAJO				
MATERIA PRIMA	4.173,73			4.173,73
MATERIALES INDIRECTOS	470,79		470,79	
MANO DE OBRA DIRECTA	1.559,68		1.559,68	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.562,79		1.562,79	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	126,00		126,00	
SERVICIOS BASICOS	229,56		229,56	
GASTO ARRIENDO	525,00		525,00	
SUELDOS ADMINISTRITATIVOS(sueldos)	1.627,13		1.627,13	
SUMINISTROS Y MATERIALES	144,54		144,54	
CAJA - BANCOS	300,00	300,00		
CONTINGENCIA (1%)	107,19		107,19	
TOTAL	20.816,60	300,00	16.342,87	4.173,73

20.816,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

En esta tabla se determina el total en cada fuente de inversión del proyecto, para saber con exactitud el monto del crédito bancario que se debe realizar en este caso el crédito bancario es de \$20.816,60. El resto de la inversión se dividirá en proveedores y recursos propios.

Tabla 44 Clasificación de las inversiones

DETALLE	VALOR
1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJAS	
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.788,75
EQUIPO DE COMPUTO	1.050,00
MUEBLES Y ENSERES	1.913,90
MENAJE Y VAJILLA	709,10
IMPREVISTOS (1%)	94,62
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	9.556,37

DETALLE	VALOR
2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	214,26
GASTOS DE INSTALACIÓN	107,90
GASTOS DE PUBLICIDAD	80,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN	27,37
IMPREVISTOS (1%)	4,30
TOTAL	433,82

DETALLE	VALOR
3. CAPITAL DE TRABAJO	
MATERIA PRIMA	4.173,73
MATERIALES INDIRECTOS	470,79
MANO DE OBRA DIRECTA	1.559,68
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.562,79
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	126,00
SERVICIOS BÁSICOS	229,56
GASTO ARRIENDO	525,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(sueldos)	1.627,13
SUMINISTROS Y MATERIALES	144,54
CAJA - BANCOS	300,00
CONTINGENCIA (1%)	107,19
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	10.826,41

Para un obtener un mejor resultado con la ayuda de estas tablas podemos conocer los valores de cada inversión como es de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 45 Total de la inversión

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	9.556,37
ACTIVOS DIFERIDOS	433,82
CAPITAL DE TRABAJO	10.826,41
TOTAL	20.816,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Mediante esta tabla conocemos el total de la inversión en cada uno de los activos y capital de trabajo.

Tabla 46 Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	16342,87
PROPIO	300,00
PROVEEDORES	4173,73
TOTAL FINANCIAMIENTO	20816,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

En esta tabla detallaremos de manera concisa el origen del dinero que se utilizó en la inversión del proyecto para su puesta en marcha.

Tabla 47 Amortización de diferidos

INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	214,26					
GASTOS DE INSTALACION	107,90					
GASTOS DE PUBLICIDAD	240,00					
GASTOS EXPERIMENTACIÓN	27,37					
IMPREVISTOS (1%)	4,30					
TOTAL GASTO DIFERIDO	593,82	118,76	118,76	118,76	118,76	118,76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Con la creación de esta tabla logramos diferir, el valor de gastos para los años, siendo este un valor fijo.

Tabla 48 Amortización del préstamo

PRÉSTAMO: 16342,87

PLAZO : 3 AÑOS

INTERES: 12%

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

PERIODO	CAPITAL PRESTABLE	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	16342,87	1961,14	5.447,62	7.408,77	10.895,24
2	10895,24	1307,43	5.447,62	6.755,05	5.447,62
3	5447,62	653,71	5.447,62	6.101,34	-
TOTAL		3.922,29	16.342,87	20.265,16	16.342,87

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Al realizar esta tabla conoceremos el total a pagar de la cuota anual del interés que este nos servirá para ubicar los valores en las siguientes tablas.

Tabla 49 Presupuesto de costos de producción

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I.COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	16.694,93	17.381,09	18.095,45	18.839,17	19.613,46
MANO DE OBRA DIRECTA	6.238,72	6.495,14	6.762,09	7.040,01	7.329,35
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	156,93	163,38	170,09	177,09	184,36
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	504,00	524,71	546,28	568,73	592,11
MANTENIMIENTO	320,00	333,15	346,84	361,10	375,94
SERVICIOS BÁSICOS	459,12	477,99	497,64	518,09	539,38
SUMINISTROS Y MATERIALES	433,62	451,44	470,00	489,31	509,42
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	54,73	56,98	59,32	61,76	64,30
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	442,01	442,01	442,01	442,01	442,01
CONTINGENCIA 1%	107,19	107,19	107,19	107,19	107,19
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	24.527,24	25.549,07	26.612,90	27.720,45	28.873,52

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Se encuentra detallado en esta tabla los costos relacionados a la elaboración de los productos, en este caso total de costos de producción en el primer año es de \$24.527,24 de aquí partiremos para realizar la proyección de cinco años tenido así un costo de producción en el quinto año de 28.873,52.

Tabla 50 Presupuesto de gasto de administración

2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	1.575,00	1.639,73	1.707,13	1.777,29	1.850,33
GASTO ORGANIZACIÓN	214,26	214,26	223,07	232,23	241,78
SERVICIOS BÁSICOS	229,56	239,00	248,82	259,05	269,69
SUELDOS	6.508,51	6.776,01	7.054,51	7.344,45	7.646,30
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	45,02	45,02	45,02	45,02	45,02
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	205,70	205,70	205,70	205,70	205,70
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	593,82	118,76	118,76	118,76	118,76
IMPREVISTOS 1%	4,30	4,47	4,66	4,85	5,05
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	8.874,73	8.741,52	9.106,22	9.485,91	9.881,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Mediante esta tabla podemos detallar los gastos que corresponden al área administrativa teniendo así el valor en el primer año de 8.874,73 los mismos que están distribuidos en arriendo del local, servicios básicos entre otros.

Tabla 51 Presupuesto gasto ventas

3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	240,00	249,86	260,13	270,82	281,96
SUELDOS	6.251,15	6.508,07	6.775,55	7.054,02	7.343,95
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	45,02	45,02	45,02	45,02	45,02
SERVICIOS BÁSICOS	229,56	239,00	248,82	259,05	269,69
IMPREVISTOS 1%	94,62	98,51	102,55	106,77	111,16
TOTAL GASTO DE VENTAS	6.770,31	7.050,42	7.342,04	7.645,65	7.961,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

En esta se detalla los gastos que se realizaran en el proyecto tomando en cuenta las ventas correspondientes a la comercialización de los productos elaborados en la empresa.

Tabla 52 Ingresos y egresos

ESTRUCTURA DE COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	16.694,93	17.381,09	18.095,45	18.839,17	19.613,46
MANO DE OBRA DIRECTA	6.238,72	6.495,14	6.762,09	7.040,01	7.329,35
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	156,93	163,38	170,09	177,09	184,36
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	504,00	524,71	546,28	568,73	592,11
MANTENIMIENTO	320,00	333,15	346,84	361,10	375,94
SERVICIOS BÁSICOS	459,12	477,99	497,64	518,09	539,38
SUMINISTROS Y MATERIALES	433,62	451,44	470,00	489,31	509,42
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	54,73	56,98	59,32	61,76	64,30
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	442,01	442,01	442,01	442,01	442,01
CONTINGENCIA 1%	107,19	107,19	107,19	107,19	107,19
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	24.527,24	25.549,07	26.612,90	27.720,45	28.873,52
2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	1.575,00	1.639,73	1.707,13	1.777,29	1.850,33
GASTO ORGANIZACIÓN	214,26	214,26	223,07	232,23	241,78
SERVICIOS BÁSICOS	229,56	239,00	248,82	259,05	269,69
SUELDOS	6.508,51	6.776,01	7.054,51	7.344,45	7.646,30
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	45,02	45,02	45,02	45,02	45,02
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	205,70	205,70	205,70	205,70	205,70
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	593,82	118,76	118,76	118,76	118,76
IMPREVISTOS 1%	4,30	4,47	4,66	4,85	5,05
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	8.874,73	8.741,52	9.106,22	9.485,91	9.881,20
3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	240,00	249,86	260,13	270,82	281,96
SUELDOS	6.251,15	6.508,07	6.775,55	7.054,02	7.343,95
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	45,02	45,02	45,02	45,02	45,02
SERVICIOS BÁSICOS	229,56	239,00	248,82	259,05	269,69
IMPREVISTOS 1%	94,62	98,51	102,55	106,77	111,16
TOTAL GASTO DE VENTAS	6.770,31	7.050,42	7.342,04	7.645,65	7.961,74
4. GASTOS FINANCIEROS					
INTERES BANCARIO	1.961,14	1.307,43	653,71		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.961,14	1.307,43	653,71		
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	42.133,43	42.648,44	43.714,87	44.852,01	46.716,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

En esta estructura podemos observar los costos y gastos que se realizarán en la implementación, siendo así estos los fundamentales para la elaboración del proyecto.

Tabla 53 Estado de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	51.973,85	54.109,98	56.333,90	58.649,22	61.059,71
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	24.527,24	25.549,07	26.612,90	27.720,45	28.873,52
(=) UTILIDAD BRUTA	27.446,61	28.560,91	29.721,00	30.928,77	32.186,19
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8.874,73	8.741,52	9.106,22	9.485,91	9.881,20
(-) GASTO DE VENTAS	6.770,31	7.050,42	7.342,04	7.645,65	7.961,74
(=) UTILIDAD OPERATIVA	11.801,57	12.768,97	13.272,74	13.797,22	14.343,25
(-) GASTO FINANCIERO	1.961,14	1.307,43	653,71		
(=) UTILIDAD NETA	9.840,43	11.461,54	12.619,03	13.797,22	14.343,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

En esta parte se puede verificar la factibilidad del proyecto, siendo así está la parte esencial de la proyección del emprendimiento ya que nos muestra detalladamente las utilidades dentro de un periodo determinado.

Tabla 54 Balance General

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	10826,41	18393,16	14650,67	10444,56	11706,78	12990,55
ACTIVO FIJO	9556,37	9556,37	9556,37	9556,37	9556,37	9556,37
DEPRECIACION ACUMULADA		-737,74	-1475,48	-2213,22	-2950,96	-3688,70
DIFERIDOS (Valor amortizacion anual)	593,82	118,76	118,76	118,76	118,76	118,76
TOTAL ACTIVOS	20976,60	27330,55	22850,33	17906,47	18430,95	18976,98
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE (Interes Bancario)		1961,14	1307,43	653,71		
PASIVO LARGO/PLAZO (Credito Bancario)	16342,87	10895,24	5447,62			
TOTAL PASIVO	16342,87	12856,39	6755,05	653,71	0,00	0,00
PATRIMONIO						
Capital	4633,73	4633,73	4633,73	4633,73	4633,73	4633,73
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)	0	9840,43	11461,54	12619,03	13797,22	14343,25
TOTAL PATRIMONIO	4633,73	14474,16	16095,27	17252,76	18430,95	18976,98
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	20976,60	27330,55	22850,33	17906,47	18430,95	18976,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

En esta tabla muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio).

Tabla 55 Flujo de Caja

RUBROS	0	1	2	3	4	5
Ventas		51.973,85	54.109,98	56.333,90	58.649,22	61.059,71
Costos Producción		24.527,24	25.549,07	26.612,90	27.720,45	28.873,52
Gasto Administrativo		8.874,73	8.741,52	9.106,22	9.485,91	9.881,20
Gasto Ventas		6.770,31	7.050,42	7.342,04	7.645,65	7.961,74
Gasto Financieros		1.961,14	1.307,43	653,71	-	-
Amortización act. Diferido		118,76	118,76	118,76	118,76	118,76
Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		9.840,43	11.461,54	12.619,03	13.797,22	14.343,25
Utilidad Neta		9.840,43	11.461,54	12.619,03	13.797,22	14.343,25
Depreciaciones		737,74	737,74	737,74	737,74	737,74
Amort.Act.Nominal		118,76	118,76	118,76	118,76	118,76
Inversion Maq. Y Equip.	5.788,75					
Inv. Terreno y Obra Física						
Inversion Otros	3.673,00					
Inv. Act. Nominal	433,82					
Inv. Capital de Trabajo	10.826,41					
Vehiculo						
Imprevisto	94,62					
Recup. Capital Trabajo						
Préstamo						
Amort. Prestamo		- 5.447,62	- 5.447,62	- 5.447,62		
FLUJO DE CAJA	20.816,60	5.249,31	6.870,42	8.027,91	14.653,72	15.199,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Mediante esta tabla nos permitió determinar la liquidez de la empresa, es decir de su capacidad de generar efectivo.

EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL

1. Evaluación económica

Para determinar la evaluación económica del proyecto se determinó el indicador de liquides.

a. Prueba ácida

Pretende medir como la empresa responde ante deudas a corto plazo.

$$PRUEBA \acute{A}CIDA = \frac{ACTIVO \text{ CORRIENTE} - INVENTARIOS}{PASIVO \text{ CORRIENTE}}$$

$$PRUEBA \acute{A}CIDA = \frac{10.826,41 - 1.613,51}{5.447,62}$$

$$PRUEBA \acute{A}CIDA = \frac{9.212,90}{5,447,62}$$

$$PRUEBA \acute{A}CIDA = 1,69$$

La evaluación económica contempla, en su análisis, a la prueba ácida del proyecto teniendo así que por cada dólar de deuda a corto plazo tenemos 0,69 Para cubrir la deuda.

2. Evaluación financiera

Cuadro 10 Análisis Financiero

Análisis financiero de rentabilidad	
Tasa interna de retorno (TIR)	30%
Valor Actual neto (VAN)	\$ 12.998,91
Relación beneficio costo (R/C)	2,12
Tasa mínima de retorno (TMR)	23.827,26
Periodo recuperación de la inversión(PRI)	2 años 5 meses
Punto de equilibrio (PE)	7.785

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Para evaluar la viabilidad de la presente propuesta se realizaron los siguientes análisis:

a. Flujo neto de efectivo (FNE)

Tabla 56 FNE

DATOS	VALORES
NUMERO DE PERIODOS	5
TIPO DE PERIODOS	ANUAL
TASA DE DESCUENTO (i)	12%

DETALLE	PERIODOS ANUALES					
	0	1	2	3	4	5
FNE (FLUJO NETO DE EFECTIVO)	- 20.816,60	5.249,31	6.870,42	8.027,91	14.653,72	15.199,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Son datos tomados del flujo de caja que son la base para determinar los diferentes índices financieros.

b. Valor actual neto (VAN)

Tabla 57 Van

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
Nº	FNE	$(1 + i)^n$	$FNE / (1 + i)^n$
INVERSION	- 20.816,60		- 20.816,60
1	5.249,31	1,12	4.686,88
2	6.870,42	1,25	5.477,06
3	8.027,91	1,40	5.714,11
4	14.653,72	1,57	9.312,70
5	15.199,75	1,76	8.624,75
TOTAL			12.998,91

VAN	\$ 12.998,91
------------	---------------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

El Valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de: \$ 12.998,91

Al obtener un saldo del VAN positivo se concluye que el proyecto ES VIABLE

c. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 58 TIR

AÑO	FNE
0	- 20.816,60
1	5.249,31
2	6.870,42
3	8.027,91
4	14.653,72
5	15.199,75
TIR	30%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

La Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida en este proyecto es de: 30%

Al obtener una TIR mayor que la Tasa de Descuento se concluye que el proyecto ES RENTABLE

d. Tasa máxima de retorno (TMR)

Tabla 59 TMR

AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	VAN
		12%
INVERSION INICIAL	- 20.816,60	- 20.816,60
1	5.249,31	4.686,88
2	6.870,42	6.134,31
3	8.027,91	7.167,78
4	14.653,72	13.083,68
5	15.199,75	13.571,21
TOTAL	29.184,52	23.827,26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Es la tasa de rentabilidad que el inversionista necesita tener para implementar en el negocio en este caso es de 23.827,26 dólares.

e. Periodo recuperación de la inversión (PRI)

Tabla 60 PRI

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)					
AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSION	PARCIAL DEL AÑO	PRI
0	- 17.120,75				
1	7.708,22	7.708,22	7.708,22		
2	17.215,73	24.923,96	24.923,96	1,45	2,45
3	17.952,67	42.876,63	42.876,63	2,39	3,39
4	21.125,71	64.002,34	64.002,34	3,03	4,03
5	30.724,14	94.726,49	94.726,49	3,08	4,08
TOTAL	77.605,73			9,95	13,95

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

La inversión de este proyecto se recupera en el 2 año en el 5 mes.

f. Relación beneficio costo (R/C)

Tabla 61 R/C

TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	- 20.816,60		
1,00		51.973,85	24.527,24
2,00		54.109,98	25.549,07
3,00		56.333,90	26.612,90
4,00		58.649,22	27.720,45
5,00		61.059,71	28.873,52
		TOTAL INGRESO	166.911,37
		TOTAL COSTO	78.826,27
		(=) COSTO+INVERSI	58.009,67

RB/C	2,12
-------------	-------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

La relación beneficio- costo para la cafetería se obtiene dividiendo el valor del flujo de ingresos, por el valor de flujo de costos obteniendo una R/C de \$2,12, indicando que por cada \$1 invertido se tendrá una utilidad de 1,12 centavos.

g. Punto de equilibrio (P.E)

Tabla 62 Punto de equilibrio

DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	10.826,41
PRECIO	1,86
COSTO VARIABLE	0,47
PUNTO DE EQUILIBRIO	7.785
UTILIDAD	0

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

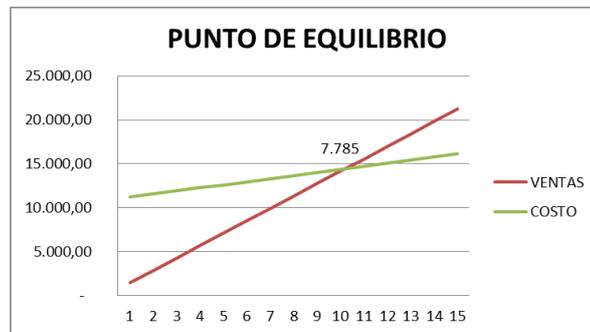


Figura 21 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Podemos darnos cuenta fácilmente que en la marca de las 7.785 unidades suceden dos cosas importantes:

- La línea de ventas y costos se intersecan y a partir de ese punto las ventas son mayores
- La línea de unidades cruza el eje horizontal indicando que a partir de las 7.785 unidades vendidas comenzaremos a tener una ganancia en el negocio

3. Evaluación social

Tabla 63 *Evaluación social*

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0,0024%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Gabriela Lema

Mediante esta evaluación social nos permitirá aportar a la generación de empleo en la ciudad de Riobamba, considerando la tasa de desempleo en Chimborazo, logrando así la implementación de la cafetería que contribuirá al desarrollo social de la parroquia de Yaruquies.

4. Evaluación ambiental

Dentro de la matriz realizada en la mitigación ambiental del proyecto evaluó el impacto ambiental que genera el proyecto los principales daños que ocasionará por los procesos de producción y las actividades que se realizaran dentro del establecimiento.

Entre los principales se determinó daños ocasionados al agua, suelo, aire, estos daños contarán con medidas de mitigación acorde según el caso además con su requerimiento y su respectivo costo.

Dentro del proyecto también se tomó acciones remediales las cuales se basan específicamente en las 3r's que son reducir, reciclar, reutilizar estas acciones ayudaran al proyecto a reducir la cantidad de impactos ambientales que generará nuestro establecimiento.

XII. CONCLUSIONES

- Una vez realizado el estudio de mercado un 79% tendrá la aceptabilidad por parte de los habitantes de la parroquia Yaruquies, datos que se obtuvieron al aplicar, tabular y analizar las encuestas.
- Se ha logrado determinar que a, través de la recopilación y selección de bases teóricas y de los diferentes estudios desarrollados, la implementación de la cafetería es factible, desde luego dentro del área urbana de la ciudad Riobamba, esta ubicación estratégica será clave para la recepción de clientes de los diversos estratos sociales y segmentos de mercado.
- En cuanto a los aspectos económicos y financieros se ha logrado determinar la factibilidad de la implementación de una cafetería estilo minimalista en la parroquia de Yaruquies, los indicadores financieros demuestran los siguientes valores obtenidos Valor Actual Neto (VAN) positivo y es igual a 12.998,91; la tasa interna de Retorno (TIR) es de 30%, la relación beneficio/costo es de 2,12, una Taza Maxima de Retorno (TMR) de 23.827,26 y el periodo de recuperación de la inversión sera en dos años cinco meses, que indica que el proyecto es rentable.

XIII. RECOMENDACIONES

- En base al estudio realizado se ha determinado que el proyecto es netamente viable desde el punto de vista económico, financiero, social y ambiental en consecuencia se recomienda la implementación de la cafetería minimalista en la parroquia de Yaruquies, ubicada en la zona céntrica , donde detectará una alta circulación de clientes potenciales.
- Es importante realizar contratos de arrendamiento a largo plazo del local con el objetivo de mayor captación y constancia de la clientela y evitar repentinos aumentos de arrendamiento de local.
- Es recomendable utilizar el estudio financiero y económico como un importante recurso en el desarrollo del proyecto.

XIV. BIBLIOGRAFÍA

- Altamirano, F. (13 de Junio de 2013). *Economía Web Site*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
- Alvarado, P. (2012). Cocina Minimalista. *Revista Mistura Solo Buen Gusto*, 12,13.
- Anzil, F. (10 de Enero de 2012). *Zona económica: Estudio financiero* . Recuperado el 5 de Julio de 2016, de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Camacho, K. (2011). *Minimalismo Gastronómico*. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <http://kellygastronomia.blogspot.com/2011/09/minimalismo-gastronomico.html>
- Chain, N. S. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos* . México: McGraw-Hill Interamericana.
- Chaín, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México: Pretience Hall.
- Coss, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Mexico: LIMUSA.
- Gardey, J. P. (2011). *Definición de : minimalismo*. Recuperado el 13 de Julio de 2016 , de <http://definicion.de/minimalismo/>
- Gómez, D. (23 de abril de 2013). *La psicología del color en marketing (infografía)*. Recuperado el 26 de julio de 2016 , de <http://www.significado-colores.com/2009/03/significado-color-cafe.html>
- James, S. (1996). *Gestipolis: Espiritu Emprendedor* . Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <http://www.gestipolis.com/espirtu-del-emprendedor/>

- Jimenez, G. M. (26 de 7 de 2016). *La cafeteria como negocio*. Obtenido de <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/1/la-cafeteria-como-negocio-11681-completo.pdf>
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financier, social ,ambiental*. Bogotá: MM Editores.
- Molina, E. (2012). *ESTUDIO LEGAL DE UN PROYECTO*. Recuperado el 4 de Julio de 2016, de <https://www.clubensayos.com/Negocios/ESTUDIO-LEGAL-DE-UN-PROYECTO/438631.html>
- Mora, G. (26 de Julio de 2010). *La cafeteria como negocio*. Recuperado el 7 de Julio de 2016, de <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/1/la-cafeteria-como-negocio-11681-completo.pdf>
- Noriega, F. (13 de junio de 2007). *Estudio de demanda y estimacion de costos*. Recuperado el 21 de Julio de 2016, de <https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQLYoE4kqcbnQU5SChoM3qF7BS7Zfnkec/edit?pli=1>
- Osario Rojas, R. A. (22 de 11 de 2005). *Google Academico: instrumento de investigación cuestionario*. Recuperado el 16 de Julio de 2016 , de https://scholar.google.com.ec/scholar?q=el+cuestionario+RICARDO+ARTURO+OSORIO+ROJAS&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5
- Pérez-Sandi, P. (2002). *Del Ocio... Al Negocio / From Leisure Time... To Business: Preguntas Y Retos Para Iniciar Un Negocio*. Mexico: Panorama Editorial.

- Ramírez Almaguer, V. M. (21 de Marzo de 2009). *Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico en Contribuciones a la Economía*. Recuperado el 1 de Julio de 2016, de Etapas estudio de Mercado: <http://www.eumed.net/ce/2009a/>
- Sánchez, F. (17 de Mayo de 2012). *Cafelogia*. Recuperado el 9 de Julio de 2016, de <http://cafearomadiez.blogspot.com/2012/05/historias-de-las-cafeterias.html>
- Sapag. (2003). *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Mexico: MacGraw Hill Interamericana, 4ta ed.
- Tamayo, M. T. (2004). *Diccionario de la investigacion cientifica* . Mexico: Limusa .
- Trespalacios Gutierrez, J. V. (2005). *Investigación de mercados*. Madrid: Paraninfo.
- Urbina, G. B. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México : McGraw-Hill Interamericana.
- Valera, R. (2001). *Innovación Empresarial (2da ed)*. Bogotá: Prentice Hall.
- Van Horney, J. y. (2002). *Fundamentos de la adminstracion financiera* . México : Prentice Hall.
- Vargas, J. (13 de Junio de 2006). *Bienvenido al mundo de las ventas*. Recuperado el 17 de Julio de 2016, de <http://www.jorgevargasguzman.com/386919908>
- Vélez, L. (2009). *Beneficios del artesano* . Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15>

I. ANEXOS

(Anexo N°01)



ESCUELA SUPERIOR POLITÈCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA



**ENCUESTA PARA LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO DE
EMPRESARIOS “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA CAFETERÍA ESTILO MINIMALISTA EN LA PARROQUIA DE YARUQUÍES
CIUDAD DE RIOBAMBA 2016”**

OBJETIVO:

Conocer la aceptabilidad y preferencias del grupo objetivo para poder adaptar a la cafetería minimalista en la parroquia Yaruquíes acorde a sus necesidades.

INSTRUCCIONES:

Marque con una x según su criterio:

1. ¿Le gustaría tener un lugar tranquilo donde pueda compartir con amigos o familia?

Si ()

no ()

2. ¿Le gustaría que se implemente una cafetería con un nuevo estilo en la parroquia de Yaruquíes?

Si ()

no ()

porqué?.....

3. ¿En qué sector de Yaruquíes le gustaría que se implemente la cafetería?

Avenida principal () zona centro () otros cuál? (.....)

4. ¿Estaría dispuesto a acudir a esta cafetería innovadora en la parroquia Yaruquíes?

Si () no ()
porqué?.....

5. ¿De acuerdo a su opinión que logotipo elegiría usted para la cafetería?



()



()



()



()

6. ¿Cuál de los siguientes servicios, considera usted el más importante en este tipo de establecimiento?

Comodidad () espacio acogedor () amabilidad ()

7. ¿Qué menú le gustaría que se ofrezca en este tipo de cafetería?

Regionales () nacionales () internacionales ()

8. ¿Con que frecuencia usted asiste a una cafetería

Semanal () mensual () diario ()

9. ¿Cuál es el rango monetario que usted estaría dispuesto a gastar en este tipo de cafeterías?

2 a 5 dólares () 6 a 10 dólares () 11 a 20 dólares ()

10. ¿En qué medio de publicidad le gustaría que se transmita la publicidad de la cafetería?

Redes sociales ()

medios de comunicación ()

otros

Cuál? (.....)

11. ¿Mencione otras cafeterías que usted ha visitado?

.....

12. ¿Usted se encuentra satisfecho con la atención recibida por parte de las cafeterías mencionadas anteriormente?

Si ()

no ()

Porqué?.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

(Anexo N°02)



ÍNDICE

BIENVENIDA.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. HISTORIA DE LA EMPRESA.....	4
3. MISIÓN.....	5
4. VISIÓN.....	5
5. NUESTROS VALORES.....	5
6. NUESTRA FILOSOFÍA FUNDAMENTAL ES LA CALIDAD EN EL SERVICIO.....	6
7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	7
8. FUNCIONES.....	8
9. DERECHOS GENERALES	10
10. OBLIGACIONES.....	10
11. RECOMENDACIONES GENERALES	13
12. GENERALIDADES.....	14

BIENVENIDA

A partir de este momento usted pertenece a nuestro equipo de trabajo ya que sus habilidades y aptitudes le han servido para su ingreso a la cafetería Street Lemes Coffee es por eso que le damos la más cordial bienvenida a este equipo de trabajo que siempre está buscando lo mejor en calidad y servicio al cliente.

Esperamos que su gran espíritu de colaboración y servicio estén disponibles en nuestro equipo de trabajo mediante la realización eficiente de las tareas que el puesto requiere.

Asimismo deseamos que la cafetería Street Lemes Coffee sea un importante medio que te permita la superación mediante la interacción con personas con un alto sentido del compromiso dispuestos a la mejora continua.

Al pertenecer en nuestro grupo de trabajo posees derechos así como también una serie de obligaciones y responsabilidades que son necesarios cumplir y respetar.

En este manual encontraras una breve semblanza de los que es la cafetería Street Lemes Coffee y sus inicios, nuestra Misión, Visión y Valores, además de información que te resultara de gran utilidad para tu trabajo.

Bienvenido a lo que es ahora tu equipo de trabajo... la cafetería Street Lemes Coffee.

Atentamente
"La administración"

1. INTRODUCCIÓN

El manual que tienes en tus manos, ha sido elaborado con el propósito de servirte de guía para tu adecuada integración al que desde ahora es tu lugar de trabajo.

Este documento está dirigido a todas las áreas administrativas que conforma la cafetería Street Lemes Coffe, para que se conozca su historia, misión, visión, valores, organigrama, funciones, derechos, obligaciones y generalidades, para que se integre e identifique plenamente y de esta forma colabore con determinación en el logro de las metas que tiene encomendadas.

Posteriormente, cuando se lleve a cabo algún cambio que afecte la estructura y/o funciones de esta subdirección u órganos que la integran, será necesario nuevamente actualizar este documento, para cumplir con su cometido.

En este manual se encuentra la información primordial para tu adaptación a tu medio ambiente de trabajo.

Al integrarte a nuestro equipo de trabajo te hace partícipe de alcanzar el logro de nuestra visión y misión al brindar un servicio de calidad a través de tu trabajo.

2. HISTORIA DE LA EMPRESA

CAFETERÍA "STREET LEMES COFFEE"

La idea de la cafetería surge como trabajo de titulación de la Carrera de Gastronomía de la Espoch, que se escogió como proyecto para ser presentado como trabajo de emprendimiento para la obtención del título de gastronoma.

La estructura del proyecto es muy buena y con bases muy sólidas que se lo va a poner en marcha; y es así como la cafetería "Street Lemes Coffee" empezará en el campo empresarial.

La empresa contará con un pequeño establecimiento ofreciendo entradas san duches, postres, bebidas calientes, bebidas frías, batidos y jugos los mismos que serán preparados bajo normas para la inocuidad y montaje de platos.

La cafetería "Street Lemes Coffee" alcanzará un gran alto nivel de aceptación por la sociedad ya que los productos que le vamos a ofrecer tienen un gusto muy peculiar entre los otros; el servicio y el ambiente que nos rodea es muy cálido; asiéndonos muy diferentes de la competencia que tenemos en el mercado y sobre todo en nuestros precios que serán accesibles a la cartera del cliente.

3. MISIÓN

La cafetería Street Lemes Coffee brindará alimentos funcionales de excelente calidad pensando en la nutrición y salud de las personas que lo visiten, trabaja en equipo para deleitar a los clientes, haciéndoles conocer que son la inspiración para nuestro trabajo.

4. VISIÓN

Street Lemes Coffee ser una cafetería líder e innovadora en el año 2016, en productos alimenticios con un valor agregado para el mercado local, generando una cultura de buen servicio y calidad.

5. NUESTROS VALORES

Responsabilidad

Respetamos y cumplimos los convenios pactados con nuestros clientes.

Compromiso

Estamos comprometidos a brindarles el mejor servicio a nuestros clientes.

Trabajo en equipo

Implica compromiso, liderazgo, armonía, responsabilidad, creatividad, voluntad, organización y cooperación entre cada uno de los miembros

Puntualidad

Esencial para cumplir con las obligaciones dadas

Respeto

Hacia los clientes y con las personas que va a trabajar

Honestidad

Transparencia en la ejecución de las actividades encomendadas en beneficio de nuestros clientes y partes interesadas.

Lealtad

Cumplir con las normas de fidelidad, honor, gratitud y respeto hacia la empresa

Creatividad

Generar nuevas ideas originales con beneficio hacia la empresa.

6. NUESTRA FILOSOFÍA FUNDAMENTAL ES LA CALIDAD EN EL SERVICIO.

Estamos comprometidos al cien por ciento a brindarles a nuestros consumidores el servicio y la higiene necesaria para así lograr ser más eficientes en nuestra labor, ofreciéndoles una alta calidad de nuestros productos ofrecidos; para ello hemos establecido las siguientes políticas y estrategias:

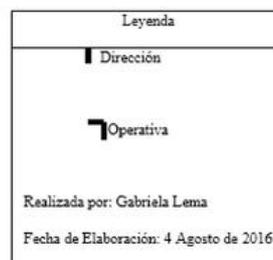
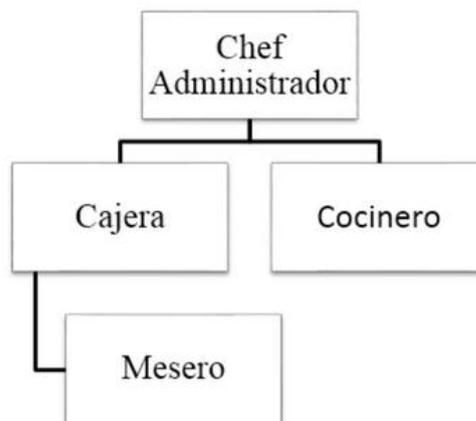
Políticas

- Atención integral al cliente.
- Producir alimentos inocuos y garantizar sus estándares de calidad.
- Contar con personal capacitado

Estrategias

- Atención personalizada.
- Mejoramiento en la calidad de servicio
- Contar con proveedores certificados asegurando la calidad de los alimentos
- Manejar buenas practica de manufactura(BPM)
- Capacidad para Resolver problemas.
- Aumentar sus capacidades y habilidades a hacia la atención del cliente.

7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



8. FUNCIONES

CHEF ADMINISTRADOR

La cabeza de la empresa y el grado superior en jerarquía.

FUNCIONES

- Planificación, dirección y supervisión del personal
- Administración
- Control de bodega

RESPONSABILIDADES

- Resolver problemas con efectividad y rapidez
- Garantizar la correcta elaboración diaria de los productos
- Dirección de personal
- Verificación del buen manejo de equipos

CAJERO/DESPACHADOR

Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos de la empresa entregando balances y arqueo de caja diario.

FUNCIONES

- Llevar el control diario contable
- Recepción de eventos si los hubiere
- Informe de quejas

RESPONSABILIDADES

- Realizar el balance diario de la cafetería
- Informe de productos faltantes y caducados de la barra

MESERO/A

Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de las cuentas y disposiciones financieras que sean delegadas, donde la información sea fidedigna para la toma de decisiones de las empresas a su cargo.

FUNCIONES

- Dar la bienvenida al cliente
- Recibir y servir los pedidos del cliente
- Llevar la comanda a la cocina

RESPONSABILIDADES

- Responder a inquietudes del cliente sobre la carta y otros
- Servir al cliente
- Limpieza en las mesas comedor y barra
- Trabajar conjuntamente con la cajera

AYUDANTE DE COCINA

Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de las cuentas y disposiciones financieras que sean delegadas, donde la información sea fidedigna para la toma de decisiones de las empresas a su cargo.

FUNCIONES

- Ayudar a la recepción de los productos
- Realizar la puesta a punto de ingredientes y maquinaria a utilizar
- Ayudar a realizar las preparaciones

RESPONSABILIDADES

- Tener equipos y productos listos al momento de la preparación
- Dar un informe al chef de los productos faltantes en bodega

9. DERECHOS GENERALES

- Desempeñar el trabajo en un ambiente seguro.
- Recibir un trato respetuoso.
- Contar con las herramientas necesarias para el cumplimiento de las labores requeridas.

10. OBLIGACIONES

Tus obligaciones como trabajador serán:

1. Jornada de trabajo.

Los horarios de trabajo para La Cafetería Street Lemes Coffee serán de:

Lunes a viernes: 10:00 a 18:00horas

De lunes a viernes con un dos días de descanso en la semana; se contará con una tolerancia de 15 minutos y a su vez contarán con 60 minutos para consumir sus alimentos.

2. Retrasos, Ausencias y Permisos.

Retrasos

La tolerancia en el horario de entrada es de 15 minutos.

¿Qué debe hacer el empleado si llega tarde?

- Si llega después de la hora de tolerancia es decir de 10:16 según sea el caso, deberá reportarse con su jefe inmediato.
- Si decide retirarse, el empleado deberá presentarse al día siguiente en su horario habitual de trabajo.

¿Cómo afecta la ausencia en la percepción salarial del trabajador?

- Si el empleado se quedara a laborar se le pagará medio día de sueldo
- Si se le descansa, se le descontará el día completo más la parte proporcional correspondiente a sábado y domingo.

Ausencias

Cuando el empleado necesite ausentarse de sus labores por motivos distintos a los de una enfermedad, deberá:

- Pedir autorización a su jefe inmediato con anticipación.
- Si el permiso es otorgado, deberá entregar un documento en el que haga constancia de la inasistencia acompañada de la firma del jefe inmediato.
- Presentarse al día siguiente del que se le autorizó faltar.

¿Cómo afectará la ausencia en las percepciones del empleado?

- Si el jefe otorga el permiso a cuenta de vacaciones, se pagará el día como si fuera de vacaciones.

- En el caso de ser un permiso justificado, se descontará un día más el proporcional de sábado y domingo.

Permisos

En el caso de que un empleado necesite retirarse antes de su horario de salida o entrada después de su horario habitual de ingreso por motivos distintos a la enfermedad.

¿Qué debe hacer el empleado?

- Deberá pedir permiso a su jefe inmediato con anticipación.
- Si el jefe autoriza el permiso, deberá completar el formato de permiso y hacerlo firmar por el jefe inmediato superior (antes de retirarse o el día anterior a su llegada tarde).

¿Cómo afectará los permisos en las percepciones del empleado?

- Si el jefe otorga el permiso a cuenta de vacaciones, se pagará el día como si fuera de vacaciones.
- En el caso de ser un permiso justificado, se descontará un día más el proporcional de sábado y domingo.

11. RECOMENDACIONES GENERALES

a. Portar el uniforme indicado por la empresa que consta de:

- Pantalón negro.
- Camisa blanca.
- Chaleco negro
- Corbata
- Zapatos negros.

b. Portar las herramientas de trabajo proporcionado por la empresa:

- Delantal.
- Trapo para limpiar mesas.
- Malla para el cabello

12. GENERALIDADES

- LIMPIEZA

Como miembro de nuestro equipo de trabajo deberás de tomar todas las medidas de higiene y seguridad en tu ambiente de trabajo; ya que los productos que se ofrecen al consumidor deben de ser de la más alta calidad y contar con la higiene adecuada.

- BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS

Dentro de nuestras instalaciones contamos con un botiquín de primeros auxilios para ser utilizado en caso necesario; con existencia de medicamentos y utensilios de curación; así como también el personal que labora en Cafetería Street Lemes Coffee cuenta con capacitación de primeros auxilios.

TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES

1. Terminación de contrato individual de trabajo.
2. Tres faltas consecutivas sin previo aviso ni justificación son motivo de baja en el trabajo.
3. Inasistencias, permisos y retardos consecuentes.
4. Bajo de desempeño laboral.
5. Contrariedad con algún cliente.

(Anexo N°03)



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



NOMBRE:

FECHA:

EDAD:

MUESTRA:

Indica su nivel de agrado marcando una x en la escala que mejor describa su reacción para cada uno de los atributos.

CARACTERISTICAS	COLOR	OLOR	TEXTURA	SABOR	APARIENCIA
Me gusta mucho					
Me gusta moderadamente					
Me gusta poco					
No me gusta ni me disgusta					
Me disgusta poco					
Me disgusta moderadamente					
Me disgusta mucho					
OBSERVACIONES					
MUCHAS GRACIAS					

(Anexo N°04)

Recetas estándar

- Entradas

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
EMPANADAS DE CARNE				TIEMPO 45 MIN	NÚMERO DE PAX	25	
INGREDIENTES	CANTIDAD (25)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
discos de empanada	25	25	gr	1,6	FUNDA	1,60	
carne molida	454	454	gr	1,6	c/lb	1,60	
cebolla blanca	200	200	gr	0,5	c/lb	0,22	
zanahoria	100	100	gr	0,2	c/lb	0,04	
arverja	100	100	gr	1	c/lb	0,22	
achiote	50	50	ml	1,9	botella	0,19	
comino							
pimienta							
sal							
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	3,87	
C.I.F 30% (PV)	0,15			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,19
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,31			FC=1+D		TOTAL	4,07
U1=PV-ΣCP	0,18			D=10%		C. PAX	0,16
U2=P.V.S-PV	1,01			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,19			0		P.V	0,49
						P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
EMPANADAS DE QUESO				TIEMPO 45 MIN	NÚMERO DE PAX	25	
INGREDIENTES	CANTIDAD (25)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
discos de empanada	25	25	gr	1,6	c/lb	1,60	
Queso fresco	200	200	gr	2,3	bloque	0,92	
achiote	20	20	ml	1,5	c/lt	0,03	
sal							
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	2,55	
C.I.F 30% (PV)	0,10			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,13
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,20			FC=1+D		TOTAL	2,68
U1=PV-ΣCP	0,12			D=10%		C. PAX	0,11
U2=P.V.S-PV	0,68			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,80			0		P.V	0,32
						P.V.S	1,00

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
EMPANADAS DE POLLO				TIEMPO 45 MIN	NÚMERO DE PAX	25	
INGREDIENTES	CANTIDAD (25)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
discos de empanada	25	25	gr	1,6	c/lb	1,60	
Pechuga de pollo	454	454	gr	2,5	c/lb	2,50	
cebolla perla	200	200	gr	1	c/lb	1,00	
achiote	50	50	ml	1,5	c/lt	0,08	
sal	15	15	gr	0,5	c/lb	0,02	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	5,19	
C.I.F 30% (PV)	0,20			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,26
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,42			FC=1+D		TOTAL	5,45
U1=PV-ΣCP	0,24			D=10%		C. PAX	0,22
U2=P.V.S-PV	0,84			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,08			0		P.V	0,66
						P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:		
BOLONES QUESO				TIEMPO	45 MIN	ENTRADA
				NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
verde	1200	1200	gr	0,15	c/u	1,80
queso	200	200	gr	2,6	c/lb	1,15
huevos	1	1	gr	0,15	c/lb	0,15
cebolla	80	40	gr	1	c/lb	0,09
ajo	40	40	gr	3	c/lb	0,26
aceite	200	200	ml	2	c/l	0,20
achiote	10	10	gr	1,5	c/lb	0,02
sal	30	30	gr	0,5	c/lb	0,03
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,70
C.I.F 30% (PV)	0,35		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,18
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,74		FC=1+D		TOTAL	3,88
U1=PV-ΣCP	0,44		D=10%		C. PAX	0,39
U2=P.V.S-PV	0,07		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,51		0		P.V	1,18
					P.V.S	1,25

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:		
BOLONES DE CHICHARON				TIEMPO	45 MIN	ENTRADA
				NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (20)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
verde	1200	1200	gr	0,15	c/u	1,80
chicharon	200	200	gr	3	c/lb	1,32
huevos	1	1	gr	0,15	c/lb	0,15
cebolla	80	80	gr	1	c/lb	0,18
ajo	40	40	gr	3	c/lb	0,26
aceite	200	200	ml	2	c/l	0,20
achiote	10	10	gr	1,5	c/lb	0,02
sal	30	30	gr	0,5	c/lb	0,03
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,96
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,20
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,79		FC=1+D		TOTAL	4,16
U1=PV-ΣCP	0,47		D=10%		C. PAX	0,42
U2=P.V.S-PV	0,24		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,71		0		P.V	1,26
					P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:		
PAN DE YUCA				TIEMPO	30 MIN	ENTRADA
				NÚMERO DE PAX	25	
INGREDIENTES	CANTIDAD (25)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Queso fresco	500	500	gr	2	c/lb	2,00
almidon de yuca	250	250	gr	1,85	c/lb	1,02
huevos	1	1	gr	0,15	c/lb	0,15
margarina	100	100	gr	2	c/lb	0,44
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,61
C.I.F 30% (PV)	0,14		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,18
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,29		FC=1+D		TOTAL	3,79
U1=PV-ΣCP	0,17		D=10%		C. PAX	0,15
U2=P.V.S-PV	1,54		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,71		0		P.V	0,46
					P.V.S	2,00

- Sanduches

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
SANDUCHE DE QUESO				TIEMPO	10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Pan molde	2	2	u	1,5	FUNDA	0,15	
mantequilla	5	5	gr	2	c/lb	0,02	
queso mozzarella	20	20	gr	3	bloque	0,12	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,29	
C.I.F 30% (PV)	0,28		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,01	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,59		FC=1+D		TOTAL	0,31	
U1=PV-ΣCP	0,34		D=10%		C. PAX	0,31	
U2=P.V.S-PV	0,07		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,41				P.V	0,93	
					P.V.S	1,00	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
SANDUCHE DE POLLO				TIEMPO	10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Pan molde	2	2	u	1,5	rebanada	0,15	
mantequilla	5	5	gr	2	c/lb	0,02	
pechuga de pollo	80	80	gr	1,25	c/lb	0,22	
queso cheddar	2	2	u	3,5	rebanada	0,32	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,71	
C.I.F 30% (PV)	0,68		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,04	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,43		FC=1+D		TOTAL	0,75	
U1=PV-ΣCP	0,84		D=10%		C. PAX	0,75	
U2=P.V.S-PV	-0,27		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,57		0		P.V	2,27	
					P.V.S	2,00	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
SANDUCHE MIXTO				TIEMPO	10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Pan molde	2	2	u	1,5	FUNDA	0,15	
jamon	1	1	u	2,2	u	0,16	
queso mozzarella	20	20	gr	3	bloque	0,12	
aceite de oliva	5	5	ml	4,5	c/b	0,03	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,46	
C.I.F 30% (PV)	0,44		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,92		FC=1+D		TOTAL	0,48	
U1=PV-ΣCP	0,54		D=10%		C. PAX	0,48	
U2=P.V.S-PV	0,05		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,59		0		P.V	1,45	
					P.V.S	1,50	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: ENTRADA			
SANDUCHE DE PERNIL				TIEMPO	10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Pan molde	2	2	u	1,5	rebanada	0,15	
mantequilla	5	5	gr	2	c/lb	0,02	
pernil	2	2	u	3,5	u	0,02	
queso cheddar	2	2	u	3,5	rebanada	0,32	
aceite de oliva	5	5	ml	4,5	c/b	0,03	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,54	
C.I.F 30% (PV)	0,51		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,03	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,07		FC=1+D		TOTAL	0,56	
U1=PV-ΣCP	0,63		D=10%		C. PAX	0,56	
U2=P.V.S-PV	0,30		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,93		0		P.V	1,70	
					P.V.S	2,00	

- Postres

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
TRES LECHE				TIEMPO	60 MIN	NÚMERO DE PAX	12
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
harina	200	200	gr	0,5	c/lb	0,22	
huevo	6	6	u	0,15	c/u	0,90	
azucar	200	200	gr	0,4	c/lb	0,18	
leche condensada	1	1	gr	2,5	lata	2,50	
leche evaporada	1	1	gr	2,7	lata	2,70	
crema de leche	300	300	ml	4,1	c/tl	1,23	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	7,73	
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,39	
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,29		FC=1+D		TOTAL	8,11	
U1=PV-ΣCP	0,76		D=10%		C. PAX	0,68	
U2=P.V.S-PV	0,45		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,21		0		P.V	2,05	
					P.V.S	2,50	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
TIRAMISÚ				TIEMPO	60 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
queso crema	500	500	gr	1,8	c/lb	2,25	
huevos	7	7	u	0,15	c/u	1,05	
biscotelas	300	300	gr	1,9	c/lb	1,26	
esencia de café	250	250	cm3	5,5	botella	2,75	
azucar	175	175	gr	0,4	c/lb	0,15	
cacao en polvo	50	50	gr	1,9	c/lb	0,21	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	7,67	
C.I.F 30% (PV)	0,73		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,38	
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,54		FC=1+D		TOTAL	8,05	
U1=PV-ΣCP	0,90		D=10%		C. PAX	0,81	
U2=P.V.S-PV	0,06		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,96		0		P.V	2,44	
					P.V.S	2,50	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
CHEESCAKE DE LA CASA				TIEMPO	45 MIN	NÚMERO DE PAX	8
INGREDIENTES	CANTIDAD (8)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
queso crema	600	600	gr	1,8	c/lb	2,38	
crema de leche	100	100	gr	4,1	c/lt	0,90	
huevos	3	3	u	0,15	c/u	0,45	
galletas vainilla	250	250	gr	1,5	c/lb	0,83	
margarina	100	100	gr	2	c/lb	0,44	
chocolate blanco	100	100	gr	2,5	c/lb	0,55	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	5,55	
C.I.F 30% (PV)	0,66		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,28	
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,39		FC=1+D		TOTAL	5,83	
U1=PV-ΣCP	0,82		D=10%		C. PAX	0,73	
U2=P.V.S-PV	0,79		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,61		0		P.V	2,21	
					P.V.S	3,00	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
TORTA DE CHOCOLATE CON HELADO				POSTRE			
				TIEMPO	60 MIN	NÚMERO DE PAX	6
INGREDIENTES	CANTIDAD (6)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Helado de vainilla	300	300	gr	4	c/lb	1,20	
chocolate negro de cobertura	225	225	gr	2,5	c/lb	1,65	
azúcar	225	225	gr	0,4	c/lb	0,20	
harina	200	200	gr	0,5	c/lb	0,22	
huevos	6	6	u	0,15	c/u	0,90	
margarina	250	250	gr	2	c/lb	1,10	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	5,27	
C.I.F 30% (PV)	0,84		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,26	
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,76		FC=1+D		TOTAL	5,54	
U1=PV-ΣCP	1,03		D=10%		C. PAX	0,92	
U2=P.V.S-PV	0,20		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,23		0		P.V	2,80	
					P.V.S	3,00	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
BROWNIE CON HELADO				POSTRE			
				TIEMPO	45 MIN	NÚMERO DE PAX	8
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
helado de vainilla	500	500	ml	4	c/lb	2,00	
chocolate negro	454	454	gr	2,5	c/lb	2,50	
azúcar	225	225	gr	0,4	c/lb	0,20	
harina	200	200	gr	0,5	c/lb	0,22	
huevos	6	6	u	0,15	c/u	0,90	
margarina	250	250	gr	2	c/lb	1,10	
nueces	100	100	gr	3,25	c/lb	0,72	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	7,64	
C.I.F 30% (PV)	0,91		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,38	
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,91		FC=1+D		TOTAL	8,02	
U1=PV-ΣCP	1,12		D=10%		C. PAX	1,00	
U2=P.V.S-PV	0,21		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,34		0		P.V	3,04	
					P.V.S	3,25	

- Bebidas calientes

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
AMERICANO				BEBIDAS			
				TIEMPO:	5 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
café molido Juan Valdez	16	16	gr	5	c/lb	0,18	
agua caliente							
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,18	
C.I.F 30% (PV)	0,17		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,01	
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,35		FC=1+D		TOTAL	0,19	
U1=PV-ΣCP	0,21		D=10%		C. PAX	0,19	
U2=P.V.S-PV	1,19		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,40		0		P.V	0,56	
					P.V.S	1,75	

NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO:			
EXPRESO				BEBIDAS			
				TIEMPO:	5 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
café molido Juan Valdez	8	8	gr	5	c/lb	0,09	
agua caliente							
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,09	
C.I.F 30% (PV)	0,08		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,00	
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,18		FC=1+D		TOTAL	0,09	
U1=PV-ΣCP	0,10		D=10%		C. PAX	0,09	
U2=P.V.S-PV	1,22		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,32		0		P.V	0,28	
					P.V.S	1,50	

NOMBRE DE LA RECETA: CAPUCHINO				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PAJ	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
café	30	30	ml	5	c/lt	0,15
leche	250	250	cm3	0,8	c/lt	0,20
azucar	7,5	7,5	gr	0,3	c/lb	0,00
canela	5	5	gr	0,5	c/lb	0,01
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,36
C.I.F 30% (PV)	0,34		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,72		FC=1+D		TOTAL	0,38
U1=PV-ΣCP	0,42		D=10%		C. PAX	0,38
U2=P.V.S-PV	0,85		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,27		0		P.V	1,15
					P.V.S	2,00

NOMBRE DE LA RECETA: TÉ				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
hojas secas(canela,menta)	12	12	gr	2,5	caja	0,10
azucar	10	10	gr	0,4	c/lb	0,01
agua	150					
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,11
C.I.F 30% (PV)	0,10		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,01
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,22		FC=1+D		TOTAL	0,11
U1=PV-ΣCP	0,13		D=10%		C. PAX	0,11
U2=P.V.S-PV	0,65		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,78		0		P.V	0,35
					P.V.S	1,00

NOMBRE DE LA RECETA: AGUA AROMÁTICA				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
especies aromaticas	12	12	gr	2	caja	0,08
azucar	16	16	gr	0,4	c/lb	0,01
agua	150					
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,09
C.I.F 30% (PV)	0,09		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,00
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,19		FC=1+D		TOTAL	0,10
U1=PV-ΣCP	0,11		D=10%		C. PAX	0,10
U2=P.V.S-PV	0,70		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,81		0		P.V	0,30
					P.V.S	1,00

NOMBRE DE LA RECETA: CHOCOLATE CALIENTE				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Chocolate amargo /bitter	10	10	gr	2,5	c/lb	0,06
leche	150	150	ml	0,8	c/lt	0,26
azucar	14	14	gr	0,4	c/lb	0,01
café	2	2	gr	5	c/lb	0,02
agua						
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,33
C.I.F 30% (PV)	0,32		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,66		FC=1+D		TOTAL	0,35
U1=PV-ΣCP	0,39		D=10%		C. PAX	0,35
U2=P.V.S-PV	0,69		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,08		0		P.V	1,06
					P.V.S	1,75

- Bebidas frías

NOMBRE DE LA RECETA: MILSHAKE DE VAINILLA				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PA	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
helado de vainilla	100	100	ml	5	c/lt	0,50
leche	150	150	cm3	0,8	c/lt	0,12
azucar	20	20	gr	0,5	c/lb	0,02
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,64
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,03
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,29		FC=1+D		TOTAL	0,67
U1=PV-ΣCP	0,76		D=10%		C. PAX	0,67
U2=P.V.S-PV	0,46		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,21		0		P.V	2,04
					P.V.S	2,50

NOMBRE DE LA RECETA: MILSHAKE DE CHOCOLATE				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PA	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
helado de chocolate	100	100	ml	5,5	c/lt	0,55
leche	150	150	cm3	0,8	c/lt	0,12
azucar	20	20	gr	0,5	c/lb	0,02
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,69
C.I.F 30% (PV)	0,66		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,03
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,39		FC=1+D		TOTAL	0,73
U1=PV-ΣCP	0,81		D=10%		C. PAX	0,73
U2=P.V.S-PV	0,30		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,11		0		P.V	2,20
					P.V.S	2,50

NOMBRE DE LA RECETA: MILSHAKE DE FRUTILLA				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PA	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
helado de Frutilla	100	100	ml	5,5	c/lt	0,55
leche	150	150	cm3	0,8	c/lt	0,12
azucar	20	20	gr	0,5	c/lb	0,02
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,69
C.I.F 30% (PV)	0,66		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,03
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,39		FC=1+D		TOTAL	0,73
U1=PV-ΣCP	0,81		D=10%		C. PAX	0,73
U2=P.V.S-PV	0,30		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,11		0		P.V	2,20
					P.V.S	2,50

NOMBRE DE LA RECETA: MILSHAKE DE OREO				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PA	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
helado de oreo	150	150	ml	5,5	c/lt	0,83
leche	100	100	cm3	0,8	c/lt	0,08
azucar	20	20	gr	0,5	c/lb	0,02
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,93
C.I.F 30% (PV)	0,88		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,05
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,86		FC=1+D		TOTAL	0,97
U1=PV-ΣCP	1,09		D=10%		C. PAX	0,97
U2=P.V.S-PV	0,05		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,14		0		P.V	2,95
					P.V.S	3,00

NOMBRE DE LA RECETA: FRAPE DE COCO				GRUPO: BEBIDAS			
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1	
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Coco	80	80	u	1	u	0,16	
leche	100	100	ml	0,8	c/lt	0,08	
crema de coco	50	50	ml	4,1	c/lt	0,21	
zumo de limon	10	10	ml	1	c/lb	0,02	
azucar	15	15	gr	0,3	c/lb	0,01	
hielo	30	30	ml	0,75	funda	0,02	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	0,50	
C.I.F 30% (PV)	0,48			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,00			FC=1+D		TOTAL	0,52
U1=P.V.-ΣCP	0,59			D=10%		C. PAX	0,52
U2=P.V.S-PV	0,41			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,00			0		P.V	1,59
						P.V.S	2,00

- Batidos y jugos

NOMBRE DE LA RECETA: BATIDO DE FRESA				GRUPO: BEBIDAS			
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1	
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Fresa	80	80	gr	1	c/lb	0,18	
leche	150	150	gr	0,8	c/lt	0,12	
azucar	7	7	gr	0,4	c/lb	0,01	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	0,30	
C.I.F 30% (PV)	0,29			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,61			FC=1+D		TOTAL	0,32
U1=P.V.-ΣCP	0,36			D=10%		C. PAX	0,32
U2=P.V.S-PV	0,04			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,39			0		P.V	0,96
						P.V.S	1,00

NOMBRE DE LA RECETA: BATIDO DE GUANABANA				GRUPO: BEBIDAS			
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1	
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
guanabana	80	80	gr	2	c/lb	0,35	
leche	100	100	gr	0,8	c/lt	0,08	
azucar	7	7	gr	0,4	c/lb	0,01	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	0,44	
C.I.F 30% (PV)	0,42			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,88			FC=1+D		TOTAL	0,46
U1=P.V.-ΣCP	0,52			D=10%		C. PAX	0,46
U2=P.V.S-PV	0,10			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,62			0		P.V	1,40
						P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA: BATIDO DE DURAZNO				GRUPO: BEBIDAS			
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAJ	1	
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Durazno en almibar	80	80	gr	2,1	lata	0,34	
leche	100	100	ml	0,8	c/l	0,08	
azucar	10	10	gr	0,4	c/lb	0,01	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	0,42	
C.I.F 30% (PV)	0,41			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,85			FC=1+D		TOTAL	0,45
U1=P.V.-ΣCP	0,50			D=10%		C. PAX	0,45
U2=P.V.S-PV	0,15			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,65			0		P.V	1,35
						P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA: JUGO DE NARANJA				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Naranja	4	4	u	1	u	0,40
azucar	10	10	gr	0,4	c/lb	0,01
agua						
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,41
C.I.F 30% (PV)	0,39		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,82		FC=1+D		TOTAL	0,43
U1=PV-ΣCP	0,48		D=10%		C. PAX	0,43
U2=P.V.S-PV	0,20		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,68		0		P.V	1,30
					P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA: JUGO DE MORA				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Mora	100	100	gr	2	c/lb	0,44
azucar	10	10	gr	0,4	c/lb	0,01
agua						
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,45
C.I.F 30% (PV)	0,43		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,90		FC=1+D		TOTAL	0,47
U1=PV-ΣCP	0,53		D=10%		C. PAX	0,47
U2=P.V.S-PV	0,07		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,60		0		P.V	1,43
					P.V.S	1,50

NOMBRE DE LA RECETA: JUGO DE COCO				GRUPO: BEBIDAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAX	1
INGREDIENTES	CANTIDAD (1)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Coco	100	100	u	1,5	c/lb	0,33
azucar	10	10	gr	0,4	c/lb	0,01
agua						
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	0,34
C.I.F 30% (PV)	0,32		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,68		FC=1+D		TOTAL	0,36
U1=PV-ΣCP	0,40		D=10%		C. PAX	0,36
U2=P.V.S-PV	0,42		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,82		0		P.V	1,08
					P.V.S	1,50

Tríptico publicitario

¿QUE TE PARECE OTRAS FORMAS DE TOMAR CAFE Y TE?

Comenzamos con el frappé. Una de las bebidas más importantes es el frappé es una bebida fría hecha a base de crema de coco, leche y hielo.

Los exquisitos jugos hechos de pulpa natural de las frutas más delicadas como la mora y coco, sin descartar los deliciosos batidos como el de durazno o guanábana que son bebidas elaboradas a base de leche.

Sin olvidar de los deliciosos Sándwich de pollo perrito, mixto y simples, y las deliciosas empanadas de pollo carne y queso que harán compañía a tus deliciosas bebidas frías o calientes.

QUEREMOS RETARTE A PROBAR ALGO REALMENTE DELICIOSO

Brownie con helado. Es un bizcocho de chocolate pequeño con trocitos de nueces acompañado de una deliciosa bolita de helado.

Horario de atención de lunes a viernes 10 a 18h00

Chef administrador Gabriela Lema

Encuentranos en facebook como **streetlemescoffee**

streetlemescoffee@hotmail.com

STREET COFFEE LEMES

"Una experiencia diferente"

Misión

La cafetería "Street Lemes Coffee" brindará alientos funcionales de excelente calidad pensando en la nutrición y salud de las personas que lo visitan con un gran sentido de responsabilidad social, logrando así satisfacer sus necesidades.

Visión

"Street Lemes Coffee" ser una cafetería líder e innovadora en el año 2016, en productos alimenticios con un valor agregado para el mercado local, generando una cultura de buen servicio y calidad.

¿SABIAS QUE EL CAFE EXISTE DESDE HACE MAS DE 11 SIGLOS Y QUE ES LA SEGUNDA BEBIDA MAS CONSUMIDA EN EL MUNDO, DESPUES DEL AGUA?

400 millones de tazas son vendidas al año en todo el mundo.

Existen 4 razones principales por las cuales debes consumir café:

- * Es bueno para ti, despierta tus sentidos, y te mantiene ALERTA; esto es debido a que contiene cafeína, un estimulante natural.
- * Es una de las mayores FUENTES DE ANTIOXIDANTES, los cuales son compuestos que protegen nuestro cuerpo de las toxinas que comemos.
- * Es 100% natural y Ecuador produce uno de los mejores cafés de América del Sur

Y LO MAS IMPORTANTE, SABE DELICIOSO...!!

TE INVITAMOS A CONOCER NUESTRO DELICIOSO MENU

Contamos con una carta de bebidas calientes y frías. Además puedes acompañar con unas deliciosas entradas y postres.

En nuestro menú de bebidas calientes encontraras desde un típico Café Americano que está hecha a bases de café más agua o un Capuchino que contiene una carga de café, la leche tiene una riquísima consistencia espumosa y un toque de canela.

A cualquiera de nuestras bebidas puedes acompañarlas con unos deliciosos pan de yuca y los encantadores boloncitos de queso o chicharon. Si lo que quieres es probar algo diferente, tenemos algo para ti:

CHESCAKE DE LA CASA

Disfruta de la sensación de paladear tu postre más popular, y el más delicioso el Cheescake de chocolate blanco, pues brinda una dimensión más profunda de sabor. Es uno de los postres que nadie puede dejar de degustar.

Carta publicitaria

Mostrar la página siguiente (flecha derecha)

MENÚ



Entradas

EMPANADAS:

- Carne.....\$1,50
- Queso.....\$1,00
- Pollo.....\$1,50

BOLÓN:

- Chicharrón.....\$1,50
- Queso.....\$1,25
- Pan de yuca (6 ud.)..\$2,00

Sanduches

- Queso.....\$1,00
- Pollo.....\$2,00
- Mixto (jamón y queso)..\$1,50
- Pernil.....\$2,00



MENÚ

Postres

- Tres Leches.....\$2,50
- Tiramisú.....\$2,50
- Cheesecake de la casa..\$3,00
- Torta chocolate con helado..\$3,00
- Brownie con helado...\$3,25

Bebidas Calientes

- Americano.....\$1,75
- Expreso.....\$1,50
- Capuchino.....\$2,00
- Té.....\$1,00
- Agua aromática....\$1,00
- Chocolate Caliente\$1,75

Bebidas Frias

- Shake de vainilla...\$2,50
- Shake de chocolate..\$2,50
- Shake de frutilla...\$2,50
- Shake de oreo.....\$3,00
- Frape de coco\$2,00

BATIDOS Y JUGOS

- Batido de Fresa.....\$1,00
- Batido de Guanabana..\$1,00
- Batido de Durazno....\$1,00
- Jugo de naranja.....\$1,50
- Jugo de mora.....\$1,50
- Jugo de coco.....\$1,50



Encuentranos en facebook como streetlemescoffee
streetlemescoffee@hotmail.com