



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CAFETERÍA TEMÁTICA EN EL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE
BOLÍVAR, 2016”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Emprendimientos

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

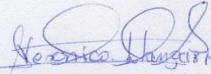
MIRIAN VERÓNICA PILCO CHELA

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICADO

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



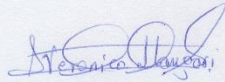
Ing. Verónica Llangari

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Miércoles 01 de febrero de 2017

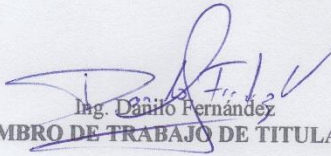
CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento titulado "Propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería temática en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, 2016" de la señorita Mirian Verónica Pilco Chela ha sido revisada y autorizada para su publicación.



Ing. Verónica Llangari

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN



Ing. Danilo Fernández

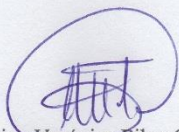
MIEMBRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD

Yo, MIRIAN VERÓNICA PILCO CHELA declaro que el presente trabajo es de mi autoría y que los resultados de los mismos son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 01 de febrero del 2017



Mirian Verónica Pilco Chela
C.I. 020169204-3

AGRADECIMIENTO

“Para tener éxito, los deseos de triunfar deberían ser más grandes que el miedo de fracasar”

Agradezco a Dios por haberme bendecido y acompañado en todo el camino que he trascendido y no haberme desamparado nunca gracias por su fidelidad e infinita misericordia porque que tengo la seguridad de que Él siempre está conmigo en el lugar donde me encuentre. Gracias a mis padres por ser ese pilar fundamental en mi vida que con su ejemplo de rectitud y honestidad han sabido conducirme por el camino del bien y apoyarme en cada paso que he dado y en cada decisión que he tomado. A la Escuela de Gastronomía quien ha dado la oportunidad para formarme profesionalmente, especialmente a todos los docentes gracias por su esfuerzo, dedicación, colaboración y sabiduría por guiarme en esta fase de mi vida para ser una profesional mi reconocimiento de gratitud a todo el personal administrativo de la Escuela de Gastronomía y a todos mis compañeros y amigos quienes me tendieron su mano de amistad durante toda mi vida estudiantil y que hoy forman parte de este gran logro y a las personas que de una u otra manera colaboraron en el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Mirian Verónica

DEDICATORIA

Dedico a Dios por darme la oportunidad de haber llegado hasta este momento y por estar conmigo en cada paso que doy sin dejarme caer gracias por darme sabiduría, inteligencia y fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante el período de estudio. Gratitud a mis padres Alberto y Rosa por su sacrificio, consejos, valores y por entregar su amor incondicional. A mis hermanas Norma Judith, Flor María, Mónica Rocío a mi hermano Wilmer Fabián y a mi princesa Dominique con su ternura alegra mi vida gracias a todos ustedes por ser parte fundamental en el logro de esta meta por la paciencia y todo el amor que me han demostrado.

Mirian Verónica

RESUMEN

La presente investigación desarrolla una: propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería temática en el cantón Guaranda provincia de Bolívar. Con una investigación de estudio no experimental de tipo descriptivo y de corte transversal, se utilizó la encuesta y la observación directa como instrumentos. En el estudio de mercado se obtuvo una muestra de 200 personas que fueron encuestadas con la cual se recopiló información de vital importancia que permitió conocer a nuestro cliente potencial y se logró determinar la oferta, demanda y demanda insatisfecha. En el estudio técnico se analizó la localización más idónea que podría tener la cafetería, la capacidad y la receta estándar, todo el equipo y maquinaria necesaria para su funcionamiento. En el estudio ambiental se construyó una matriz de medidas de mitigación aplicando las 3rs para disminuir la contaminación del medio ambiente con la implementación de la cafetería. Mediante el estudio administrativo legal se determinó aspectos organizativos que deberá considerar la cafetería para su establecimiento tales como: el organigrama, aspectos legales, asimismo se estableció el proceso de reclutamiento y selección del personal. En el estudio financiero se conoció el total de la inversión inicial siendo: \$23.738,64 donde \$18.224,69 será financiado con un préstamo bancario a un interés anual del 12%, mientras que \$1.516,58 corresponde al capital propio. Finalmente en la evaluación financiera con la ayuda de indicadores se determinó el VAN fue positivo \$39.350,65, TIR de 52,14%, Relación B/C fue de 1,51 y el PRI será en tres años. Se concluye que es factible la creación de una cafetería temática en la ciudad de Guaranda que brinde una experiencia diferente de servicio y se encuentre acorde a las nuevas necesidades del consumidor actual.

Palabras claves: propuesta de factibilidad, cafetería temática, gastronomía.



ABSTRACT

The present investigation is about a feasibility proposal to create a thematic cafeteria in Guaranda canton, Bolívar province. Survey and direct observation were used as tools in this non-experimental, descriptive and cross sectional investigation. A sample of 200 people was gotten in the market study to be surveyed. Important information was gathered and it was useful to meet the potential client and determine the offer, supply and unsatisfied demand. The most appropriate location of the cafeteria, the capacity, standard recipe, equipment and machines for its running were analyzed in the technical study. In the environmental study, a mitigation measurement matrix was made by applying the three RRR (Reduce, Reuse, Recycle) in order to reduce the pollution of the environment. Organizational aspects such as organigram and legal aspects that cafeteria must take into account for its establishment were determined. The recruitment process and staff selection was also established. The total of the initial investment of \$23,738.64. was established in the financial study. \$18,224.69 will be funded with a bank loan at 12% a year and \$1,516.58 own money. Finally, in the financial evaluation by means indicators it was determined that NVA (Net Value Added) was positive \$39,350.65, TIR (Internal Rate of Return) 52.14%, relation C/B (Cost/Benefit) \$1.51 and IRP (Investment Recovery Period) will be in three years. It is concluded that it is feasible to create a thematic cafeteria in Guaranda city which gives a different service and it is according to the new necessities of the current client.

Keywords: feasibility proposal, thematic cafeteria, gastronomy.



ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------|
| PORTADA..... | i |
| CERTIFICADO..... | ii |
| CERTIFICACIÓN..... | iii |
| CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA..... | vi |
| RESUMEN..... | vii |
| ABSTRACT | viii |
| ÍNDICE GENERAL..... | ix |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xv |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xvii |
| ÍNDICE DE ANEXOS | xviii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. OBJETIVOS | 2 |
| 2.1. General..... | 2 |
| 2.2. Específicos | 2 |
| III. MARCO TEÓRICO..... | 3 |
| 3.1. Historia de cafetería | 3 |
| 3.2. Cafetería | 4 |
| 3.3. Origen del café..... | 4 |
| 3.4. Café | 5 |
| 3.5. Consumo y cultivo | 5 |
| 3.6. Clasificación de la cafetería | 6 |
| 3.6.1. Especial (3 tazas)..... | 6 |
| 3.6.2. Primera (2 tazas) | 7 |
| 3.6.3. Segunda (1 taza)..... | 7 |

| | |
|---|----|
| 3.7. Características de la cafetería..... | 8 |
| 3.8. Cafetería temática..... | 10 |
| 3.9. Cafeterías temáticas en el mundo..... | 10 |
| 3.10. Cafetería temática en Sudamérica..... | 12 |
| 3.11. Café para cristianos Colombia - Café la Viña..... | 12 |
| 3.12. Cafetería temática en Ecuador | 13 |
| 3.13. Emprendimiento..... | 14 |
| 3.14. Importancia del emprendimiento | 14 |
| 3.15. Tipos de estudios..... | 14 |
| 3.15.1.Estudio de mercado | 14 |
| 3.15.2.Estudio técnico | 14 |
| 3.15.3.Estudio administrativo legal | 15 |
| 3.15.4.Estudio ambiental | 15 |
| 3.15.5.Estudio financiero..... | 15 |
| 3.15.6.Estudio socio – económico | 16 |
| 3.16. Proyecto..... | 16 |
| IV. MARCO CONCEPTUAL..... | 17 |
| 4.1. Demanda | 17 |
| 4.2. Emprendedor..... | 17 |
| 4.3. Emprendimiento..... | 17 |
| 4.4. Empresa..... | 17 |
| 4.5. Elaboración | 18 |
| 4.6. Factibilidad..... | 18 |
| 4.7. Flujo de caja | 18 |
| 4.8. Mercado..... | 18 |
| 4.9. Oferta..... | 18 |
| 4.10. Precio..... | 19 |

| | |
|---|----|
| 4.11. Período de recuperación de la inversión | 19 |
| 4.12. Propuesta..... | 19 |
| 4.13. Proyecto factible..... | 19 |
| 4.14. Segmento de mercado | 19 |
| 4.15. Tasa interna de retorno..... | 19 |
| 4.16. Temática..... | 20 |
| 4.17. Viabilidad..... | 20 |
| 4.18. Valor Actual Neto | 20 |
| V. INTRODUCCIÓN | 21 |
| VI. JUSTIFICACIÓN | 22 |
| VII. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL | 23 |
| 7.1. Descripción de la empresa | 25 |
| 7.2. Nombre de la marca | 25 |
| 7.3. Logotipo | 26 |
| 7.4. Slogan..... | 27 |
| 7.5. Misión | 27 |
| 7.6. Visión | 27 |
| 7.7. Objetivo..... | 27 |
| 7.8. Políticas..... | 28 |
| 7.9. Estrategias | 28 |
| 7.10. Valores y principios | 29 |
| 7.10.1.Valores de trabajo..... | 29 |
| 7.10.2.Valores axiológicos | 29 |
| 7.11. Distingos competitivos..... | 29 |
| 7.12. Ventajas competitivas | 30 |
| 7.13. FODA..... | 30 |
| VIII. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA | 31 |

| | |
|--|----|
| 8.1. Universo | 31 |
| 8.2. Muestra..... | 31 |
| IX. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN..... | 32 |
| 9.1. Técnicas y fuentes para la recolección de información | 33 |
| 9.1.1.Fuentes Primarias | 33 |
| 9.1.2.Fuentes Secundarias | 33 |
| X. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS..... | 34 |
| XI. ESTUDIO DE MERCADO | 49 |
| 11.1. Demanda | 50 |
| 11.2. Oferta..... | 51 |
| 11.3. Mix de mercado..... | 53 |
| 11.3.1.Producto/servicio | 53 |
| 11.3.2.Precio | 55 |
| 11.3.3.Plaza | 55 |
| 11.3.4.Promoción..... | 56 |
| 11.4. Segmentación del mercado o mercado objetivo..... | 58 |
| 11.5. Competencia..... | 59 |
| 11.7. Macro localización | 61 |
| 11.8. Micro localización..... | 61 |
| 11.9. Cargos y funciones del área comercial..... | 62 |
| 11.10.Determinación de inversiones y gastos del área comercial | 63 |
| 11.10.1.Inversiones..... | 63 |
| XII. ESTUDIO TÉCNICO | 63 |
| 12.1. Determinación del tamaño de la empresa | 64 |
| 12.2. Capacidad de la planta | 64 |
| 12.3. Determinación de la localización de la planta..... | 64 |
| 12.4. Estandarización de recetas | 65 |

| | |
|---|-----|
| 12.5. Proceso de producción del producto | 66 |
| 12.6. Diseño de planta | 69 |
| XIII. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN | 75 |
| 13.1. Estructura de los costos de producción | 75 |
| 13.3. Depreciación | 76 |
| 13.7. Programa pre – operativo | 82 |
| XIV. ESTUDIO AMBIENTAL | 83 |
| 14.1. Acciones remediables 3rs..... | 85 |
| XV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL..... | 85 |
| 15.1. Organización de la empresa | 85 |
| 15.1.1.Área administrativa..... | 85 |
| 15.1.2.Área productiva | 86 |
| 15.1.3.Área de Ventas..... | 87 |
| 15.1.4.Área financiera | 89 |
| 15.1.5.Área ambiental..... | 89 |
| 15.2. Organigrama estructural de la Cafetería Génesis..... | 89 |
| 15.3. Organigrama funcional de la Cafetería Génesis..... | 90 |
| 15.4. Proceso de selección y contratación del talento humano | 91 |
| 15.5. Descripción de puestos de trabajo..... | 93 |
| 15.6. Perfil de los trabajadores | 94 |
| 15.7. Costos Salariales | 94 |
| XVI. MARCO LEGAL..... | 94 |
| 16.1. Requisitos para nuevos establecimientos de A&B..... | 96 |
| 16.2. Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal | 97 |
| 16.3. Requisitos para el RISE | 98 |
| XVII.ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO | 100 |
| 17.1. Análisis de la inversión | 101 |

| | |
|--|-----|
| XVIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA SOCIAL Y AMBIENTAL | 110 |
| 18.1. Evaluación económica | 110 |
| 18.2. Evaluación financiera..... | 111 |
| 18.4. Punto de Equilibrio..... | 114 |
| 18.5. Evaluación social | 116 |
| 18.6. Evaluación ambiental | 116 |
| 18.7. Evaluación socio económica..... | 117 |
| XIX. CONCLUSIONES | 118 |
| XX. RECOMENDACIONES | 119 |
| XXI. BIBLIOGRAFÍA | 120 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Alternativas de valoración | 23 |
| Tabla 2 Valoración cuantificada..... | 24 |
| Tabla 3 Priorización de ideas | 24 |
| Tabla 4 FODA | 30 |
| Tabla 5 Género | 34 |
| Tabla 6 Demanda insatisfecha..... | 52 |
| Tabla 7 Segmentación | 59 |
| Tabla 8 Posible competencia | 60 |
| Tabla 9 Ficha profesiográfica..... | 62 |
| Tabla 10 Muebles y enseres | 63 |
| Tabla 11 Publicidad..... | 63 |
| Tabla 12 Parámetros de la localización | 64 |
| Tabla 13 Formato de receta estándar..... | 65 |
| Tabla 14 Receta estándar..... | 65 |
| Tabla 15 Símbolo diagrama de flujo | 67 |
| Tabla 16 Flujogramas de producción | 68 |
| Tabla 17 Ficha de chef..... | 73 |
| Tabla 18 Ficha ayudante de cocina..... | 74 |
| Tabla 19 Combustible y lubricantes | 75 |
| Tabla 20 Mantenimiento..... | 75 |
| Tabla 21 Depreciación..... | 76 |
| Tabla 22 Materia prima | 76 |
| Tabla 23 M.O.D..... | 77 |
| Tabla 24 Mano de obra indirecta..... | 78 |
| Tabla 25 Maquinaria y equipo..... | 78 |
| Tabla 26 Menaje y vajilla | 78 |
| Tabla 27 Muebles y enseres producción | 80 |
| Tabla 28 Equipo de cómputo..... | 80 |
| Tabla 29 Materiales indirectos | 80 |
| Tabla 30 Suministros y materiales | 81 |
| Tabla 31 Requerimiento de activo fijo | 82 |
| Tabla 32 Muestras y pruebas | 82 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 33 Medidas de mitigación | 84 |
| Tabla 34 Ficha de la administradora | 86 |
| Tabla 35 Ficha del Chef..... | 87 |
| Tabla 36 Ficha de ayudante de cocina..... | 87 |
| Tabla 37 Ficha del mesero..... | 88 |
| Tabla 38 Cajero | 89 |
| Tabla 39 Ficha profesiográfica administración | 93 |
| Tabla 40 Costo salarial Cafetería Génesis..... | 94 |
| Tabla 41 Inversiones..... | 101 |
| Tabla 42 Fuentes y usos | 102 |
| Tabla 43 Inversión total..... | 103 |
| Tabla 44 Financiamiento | 103 |
| Tabla 45 Depreciación de activos..... | 103 |
| Tabla 46 Amortización diferidos..... | 104 |
| Tabla 47 Amortización préstamo | 104 |
| Tabla 48 Costo de producción..... | 105 |
| Tabla 49 Gasto administrativo..... | 106 |
| Tabla 50 Gasto de ventas..... | 106 |
| Tabla 51 Ingresos y egresos | 107 |
| Tabla 52 Pérdidas y ganancias..... | 108 |
| Tabla 53 Estado situación financiera..... | 109 |
| Tabla 54 Flujo de caja | 110 |
| Tabla 55 Flujo Neto Efectivo | 111 |
| Tabla 56 VAN | 112 |
| Tabla 57 TIR..... | 112 |
| Tabla 58 TMAR | 113 |
| Tabla 59 PRI..... | 113 |
| Tabla 60 Relación B/C | 114 |
| Tabla 61 Punto de equilibrio | 115 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 Logotipo | 26 |
| Figura 2 Género | 34 |
| Figura 3 Edad | 35 |
| Figura 4 Aceptabilidad | 36 |
| Figura 5 Ubicación de la cafetería | 37 |
| Figura 6 Nombres para la cafetería..... | 38 |
| Figura 7 Horario de atención | 39 |
| Figura 8 Servicio actual..... | 40 |
| Figura 9 Servicio adicional..... | 41 |
| Figura 10 Consumo (\$)..... | 42 |
| Figura 11 Frecuencia de visita..... | 43 |
| Figura 12 Competencia..... | 44 |
| Figura 13 Alimentos de la cafetería..... | 45 |
| Figura 14 Consumo de bebidas | 46 |
| Figura 15 Publicidad..... | 47 |
| Figura 16 Promociones..... | 48 |
| Figura 17 Crecimiento poblacional | 49 |
| Figura 18 Demanda | 50 |
| Figura 19 Oferta | 51 |
| Figura 20 Demanda insatisfecha..... | 52 |
| Figura 21 Carta | 54 |
| Figura 22 Canal de distribución..... | 55 |
| Figura 23 Promoción y publicidad | 56 |
| Figura 24 Tarjeta de presentación | 57 |
| Figura 25 Test de satisfacción | 58 |
| Figura 26 Macro localización | 61 |
| Figura 27 Micro localización..... | 62 |
| Figura 28 Diseño de planta..... | 72 |
| Figura 29 Punto de equilibrio | 115 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Anexo 1 Encuesta..... | 123 |
| Anexo 2 Recetas estándar..... | 126 |
| Anexo 3 Tríptico | 136 |

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las industrias de servicio de alimentación ha incrementado progresivamente porque las personas buscan sitios acogedores para salir de la rutina diaria este emprendimiento se orienta a ofrecer algo diferente en la “Cafetería Génesis”, creando una cafetería temática que sobrepase las expectativas de las personas que cada día buscan sitios agradables, acogedores y diferentes logrando cambiar la rutina diaria. Este proyecto está enfocado a crear una cafetería temática que haga conocer el amor de DIOS hacia el ser humano además la temática estará enfocado en Jesús de Nazaret o Jesucristo y en los acontecimientos que pasó hace más de dos mil años atrás y hasta la actualidad sigue transformando vidas de muchas personas, además en la carta de cafetería se ha tomado los nombres de hombres y mujeres de FE que creyeron en las promesas de Dios de esta manera dar transmitir la temática de la cafetería. Mediante la ejecución de este emprendimiento se proyecta que la cafetería funcione no solo como un sitio para tomar café sino, como un lugar para degustar deliciosos platos nutritivos de rápida preparación en la cual demuestre el estilo temático con una sensación innovador y diferente de otros lugares, porque si bien es cierto los clientes cada vez son más exigentes por ello se busca generar una experiencia inolvidable con la atención personalizada, el producto estrella que ofrece este emprendimiento es el lugar en sí y la experiencia que se genere; la comida viene siendo un producto secundario. Es por esto que la cafetería temática quiere ofrecer una experiencia única e inolvidable es decir que los clientes no solo vayan por los productos ofertados sino porque al visitar obtiene una excelente atención rodeada de un ambiente temático el cual es un espacio de la “Cafetería Génesis”. Cabe decir que al llamarse una cafetería temática se ofrecerá al cliente bebidas calientes y frías, sándwich, postres y bocadillos tradicionales con nombres de las personas de la biblia.

II. OBJETIVOS

2.1. General

- Realizar la propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería temática en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

2.2. Específicos

- Determinar la demanda insatisfecha mediante un estudio de mercado y las características del marketing mix.
- Realizar el estudio técnico, administrativo-legal y ambiental estableciendo la factibilidad del proyecto.
- Establecer la viabilidad económica del proyecto mediante el estudio financiero.

III. MARCO TEÓRICO

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 Romano. Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente para turcos se extendió por los territorios de los Balcanes ocupados por ellos, y se presume que el concepto entró a la Europa cristiana a través del Reino de Hungría, puesto que éste fungía constantemente de mediador entre el Sacro Imperio Romano Germánico y el Imperio otomano. Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como La Bottega del Caffé. 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 ocurriría lo mismo en Berlín, en Viena y Budapest. (Jungal, 2012)

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. En España a finales del siglo XIX y principios del XX, también los intelectuales comenzaron a reunirse en cafeterías, algunas de las cuales a día de hoy son auténticas instituciones: Café Zurich (Barcelona,

1862), Café Gijón Madrid, 1888), Café Iruña (Pamplona, 18883 y Bilbao, 19034), Café Novelty (Salamanca, 1905) o el Café de Fornos (Madrid, 1907) entre otros.

Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto y cultura del café instalando unas 5.000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías más bellas del mundo donde se encuentran en la ciudad de la luz "París " las más antiguas y famosas. La costumbre de tomar café en el mundo occidental es relativamente nueva (se remonta tan solo a uno 300 años). Sin embargo, el café y sus adeptos han existido desde hace mucho tiempo. (Fundación, 2015)

3.2. Cafetería

Son establecimientos en los que se sirven al público mediante un precio, platos fríos y calientes, simples o combinados además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, principalmente en la barra o mostrador y no precisan ser ofrecidos en comedor independiente, a cualquier hora dentro de las que permanezca abierto el establecimiento estos sean consumidas en sus propios locales y/o llevados a domicilio. (Tamames, 2016)

3.3. Origen del café

Las plantas de café son originarias de la antigua Etiopía porque las antiguas invenciones sobre el cultivo y la costumbre de tomar café provienen de Arabia. Uno de los más antiguos escritos que hace referencia al café es llamado "The Success of Coffee" (El éxito del café), escrito por un sensible hombre originario de la Mecca llamado Abu-Bek a principios del siglo XV y fue traducido al Francés en 1699 por Antoine de Gaillard, el mismo que tradujo "Thousand and One Arabian Nights" (Las mil y una noches).

Lo más cercano acerca del descubrimiento del café y la bebida del café es la que hace referencia a un pastor llamado Kaldi, indica que él se dio cuenta del extraño

comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierta planta silvestre y las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. El arbusto del que Kaldi pensó que sus cabras habían comido las frutas tenía como frutas parecidas a las cerezas entonces el pastor decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía.

Luego llevó algunos frutos y ramas de ese arbusto a un monasterio allí le contó al Abad la historia de las cabras y de cómo se había sentido después de haber comido las hojas y Abad decidió cocinar las ramas y las cerezas y el resultado fue una bebida muy amarga que él tiró de inmediato al fuego. Cuando las cerezas cayeron en las brasas empezaron a hervir las arvejas verdes que tenían en su interior produjeron un delicioso aroma que hicieron que el Abad pensara en hacer una bebida basada en el café tostado, y es así como la bebida del café nace. (Gamarra, 2008)

3.4. Café

El significado de la palabra café verosímilmente viene de los Turcos que designa al fruto del cafeto, *Kaboueh* palabra árabe que significa fuerza y Kaffa además se adquiere el nombre de una ciudad Etiope sin embargo la palabra café proviene también del árabe kahwah (Caua). Esta expresión se agrandó a través del vocablo turco que sirvió de raíz (café en francés, español y portugués, coffee en inglés, caffè en italiano, Kave en húngaro, Kia Fey en Chino. (Camilo, 2012)

3.5. Consumo y cultivo

Los Árabes fueron los primeros en descubrir las virtudes y las posibilidades económicas del café esto fue porque desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento del café y lo guardaron como un secreto ellos también trataron de evitar la extradición de cualquier semilla de café. El café comenzó a conquistar territorio en el mundo como la bebida

favorita en Europa y llegando a Italia en el año 1645 por caballerosidad del comerciante Veneciano Pietro Della Valle. Asimismo Inglaterra comenzó a tomar café en 1650 gracias al comerciante Daniel Edwards quien fue el primero que abrió un establecimiento de venta de café en Inglaterra y en Europa. Sin embargo otro autor, H.J.E. Jacob, afirma que el café como bebida en Europa comienza en Vienna con la invasión por parte de Turkish bajo el comando de Kara-Mustafa. Jacob además da crédito a un héroe de la época, Josef Koltschitzky, por abrir el primer "Café" en septiembre 12 de 1683 en el centro de la ciudad de Vienna.

El café llegó a Francia a través del Puerto de Marsella ya en el año de 1660 algunos comerciantes de ese puerto quienes sabían del café y el atributo y efecto decidieron llevar desde Egipto y por el año de 1661 la primera tienda de café fue abierta en Marsella. La historia señala a Soliman Aga el embajador de Persia en Paris durante el reinado de Luis XIV como el primero en introducir el café en la Monarquía y la alta sociedad Francesa. La primera tienda de café en Paris fue abierta al público en 1672 por Pascal Armeniano a lo largo de la tradicional avenida Saint German un Siciliano de nombre Procopio abrió una tienda similar cerca donde se reunían alrededor del exquisito sabor del café los mejores ejemplares de la sociedad Parisina. En 1689 Procopio trasladó su tienda de café a un lugar cerca al teatro de la comedia Francés donde progresó y era conocido en todo Paris. (Zamorano, 2005)

3.6. Clasificación de la cafetería

3.6.1. Especial (3 tazas)

La entrada para los clientes es independiente del personal de servicio; tiene guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración, servicios sanitarios independientes para mujeres y varones con agua caliente y fría en los lavabos la decoración y mobiliario en armonía con

el rango del establecimiento, cubertería, vajilla y cristalería de calidad, cafetera “expres”, fuente de soda, plancha, cámara frigorífica, fregaderos y local para el almacén, menaje de calidad, barra o mostrador adecuado, tanto para la categoría como a la capacidad del establecimiento, vestuarios y aseos independientes para el personal masculino y femenino. Los colaboradores adecuadamente uniformados de acuerdo con la categoría de la compañía serán apropiados para responder un servicio rápido y eficiente.

3.6.2. Primera (2 tazas)

En las horas en que esté abierto la cafetería los clientes y/o los proveedores o los colaboradores no utilizarán el mismo acceso; al igual que la categoría especial debe tener: guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración, servicios sanitarios independientes de mujeres y varones, con agua caliente y fría en los lavabos, decoración y mobiliario en armonía con el rango del establecimiento, cubertería, vajilla y cristalería de calidad, cafetera “expres”, fuente de soda, plancha, cámara frigorífica, fregaderos y local para el almacén, menaje de primera calidad, barra o mostrador adecuado, tanto para la categoría como a la capacidad del establecimiento, vestuarios y aseos independientes para el personal masculino y femenino. El personal, apropiadamente uniformado garantizando un servicio rápido y eficiente.

3.6.3. Segunda (1 taza)

En esta categoría la cafetería deberá tener los siguientes: teléfono, servicios sanitarios independientes de mujeres y varones, cubertería inoxidable, vajilla y cristalería en buen estado, cafetera “expres”, plancha, cámara frigorífica, lavaderos y menaje de calidad, barra o mostrador adecuado a la capacidad del establecimiento. El personal uniformado será adecuado para un servicio rápido y eficiente. (Castellón, 2000)

3.7. Características de la cafetería

Agilidad en el servicio

A muchas personas no les gusta esperar por eso, en los establecimientos de A&B se debe atender con rapidez de esta manera obteniendo la percepción favorable de los consumidores también la eficacia en cuanto al trato con los clientes, un servicio de rapidez, sumado a la calidad de los productos, introducirá una característica axiomática para mantener la fidelidad de los clientes.

Ambientación musical

En la actualidad las personas se acercan a una cafetería para beber o incluso comer algún producto porque saben que encontrarán un ambiente agradable. Sin embargo conviene considerar las necesidades del propio establecimiento para evitar posibles errores, habitualmente es recomendable poner una música suave de fondo ya que suele convertirse en una característica que gusta a muchos clientes.

Brindar entretenimiento y nuevas tecnologías

En la actualidad muchos establecimientos de alimentos y bebidas especialmente cafeterías y restaurantes instalan servicio con internet dentro de la cafetería para mantener conectados a los clientes. Esto es una característica que aporta como un valor adicional al local y atrae numerosos beneficios consigo.

Poner atención al diseño

La fachada de la cafetería es otra de las particularidades fundamentales con el fin de que el cliente pueda sentirse como en casa, por ello es importantísimo que se identifique el tipo de cliente y seguidamente se realice un diseño conforme las necesidades de los consumidores.

Disponer de una barra para pedidos exprés

Es esencial que la cafetería disponga barra para solicitudes de pedidos rápidos porque muchas veces los clientes se aproximan al negocio con el propósito de adquirir productos en solo minutos y regresar. Por lo tanto, este tipo de barras promueven la captación y fidelización de clientes frecuentes.

Seleccionar colores agradables

El color en este tipo de locales debe ser muy llamativo. No obstante deben tener en cuenta el propósito en cuanto a la relación con el cliente para no exceder con la selección de algunos colores que proyecta transmitir al cliente. Es recomendable escoger matices que aporten tranquilidad, sensación de comodidad, cercanía y sobre todo resulten agradables al contacto visual.

Premiar a los clientes

Los premios no tienen que ser necesariamente en efectivo a más de eso se puede utilizar varios productos que oferta la cafetería como puede ser 2 bebidas por 1 a cierta hora. Es una manera eficiente para promocionar la cafetería. También se puede usar las redes sociales para dar a conocer los premios a los clientes habituales.

Capacitar sobre el negocio

Es necesario informarse y actualizarse en todo momento en este tipo de negocio, ya que la tendencia gastronómica amplían técnicas y métodos por ende hay nuevos productos.

(Romero, s.f.)

3.8. Cafetería temática

Los establecimientos temáticos no solo se identifican porque ofrecen un tipo de comida en específico sino también porque existe el diseño y ambiente único que tiene cada uno de estas empresas. Este tipo de cafeterías se han especializado en ofrecer un tipo de comida relacionado con una cultura o país determinado Mexicana o Americana, igualmente se encuentra casos en los que la característica temática viene dada por un tema específico como por ejemplo el deporte, la música o el cine en la cual la decoración del local es esencial para recrear el ambiente y los clientes perciban y disfruten mientras permanecen en el local.

Generalmente al inicio de la actividad hay que tener en cuenta de que es un valor añadido al establecimiento como la base del concepto de negocio para la clientela que relaciona mentalmente el ambiente con la gastronomía especializada y la decoración interna es fundamental para crear imagen de marca que será más potente cuanto más impacte en la mente de los consumidores. (Barragán, 2010)

3.9. Cafeterías temáticas en el mundo

Barbie Café

Barbie está ubicado en Taiwán y tiene paredes, sillones, mesas y demás adornos alusivos al universo rosa de Barbie. Aquí además de degustar deliciosos postres y bebidas, podrá adquirir diversos accesorios de la popular muñeca.

Snoopy Tower Café

Luego de que la película animada de Snoopy se estrenara en todo el mundo en Tokio, Japón, abrió sus puertas una peculiar cafetería con la ambientación de los personajes de esta popular serie animada. Este restaurante rinde tributo al personaje creado en el año

1950 por Charles Schulz, ofreciendo platillos con los rostros de los protagonistas de la serie, así como cafés con la cara del carismático perrito blanco.

Mario Bros Café

Todo parece indicar que los japoneses adoran las cafeterías temáticas, pues una más se encuentra en el popular distrito de Shibuya, en Tokio, Japón, se trata del Mario Bros Café, que rinde homenaje al personaje de videojuegos más popular del mundo. En su menú podrás encontrar diversos platillos basados en el famoso videojuego desde una taza de café con la imagen de Mario, hasta un elaborado postre con la famosa caja que otorga un poder en el juego de Nintendo.

Hello Kitty Dreams

Beijing, China cuenta con una exclusiva cafetería dedicada a la famosa gatita blanca llamada Hello Kitty Dreams, la cual abrió al público desde el año 2011, cuando se convirtió en el primer establecimiento de la franquicia de Sanrio con el tema de Hello Kitty en el continente asiático. En su menú encontrarás desde comida asiática y occidental, como carnes asadas, sopas y ensaladas, hasta sándwiches, pizzas, pastas y arroz frito. (Vargas, 2015)

Bélgica “El Faro”

El misionero mexicano Mauricio Salazar hace 5 años abrió las puertas de “El Faro”, una cafetería que cada mes atrae a miles de personas a escuchar de Cristo. Dios nos ha hablado de las cafeterías como algo bueno para poder ganar almas, la gente no entiende el concepto de las cafeterías cristianas, he visto varias que son cafeterías cristianas porque los cristianos van. Nuestro concepto no es ese, nosotros no estamos ahí para servirle café a los cristianos, nosotros estamos queriendo ganar las almas para Cristo”, dice Salazar.

Para atraer a la gente, las estrategias del pastor Mauricio es ofrecer café gratis, películas gratis, todo lo gratis atrae a la gente. “estamos a 3 o 4 cuadras del campo de refugiados Pettit Chato y del Ejército de Salvación, entonces enviamos gentes con papelitos que les invitan a venir”. En esta cafetería la herramienta más utilizada después del café es la película “Jesús” que se encuentra en más de 120 idiomas para ser vista por un igual número de naciones. (Domínguez, 2011)

3.10. Cafetería temática en Sudamérica

“Café con Dios”

Es una cafetería y bar a la vez inaugurado en Argentina de Córdoba invita a los clientes a comerse un apetitoso “mandamiento” acompañado con un humeante y aromático “apóstol”. La cafetería que abrió a finales de agosto fue creada por siete miembros del movimiento de renovación carismática. Aparentemente es en lugar de reunión para grupos cristianos y turistas curiosos. Café con Dios ofrece un ambiente apacible que invita a la charla, sin televisión, pero con música católica y evangélica de fondo y publicaciones católicas a la mano incluida la Biblia para quienes quieren acompañar el café con la lectura. En el menú los cafés son llamados con los nombres de los doce apóstoles. Allí existe un cortado es “un Pedro” y un submarino (chocolate caliente) es un “Judas Tadeo”. Los sándwiches tienen los nombres de los diez mandamientos: si desea uno de jamón y queso, solo hay que decir “amarás a Dios por sobre todas las cosas” y aparecerá y la ambientación también va acorde con un mural con fotos de fundadores de movimientos eclesiales para resaltar el valor de la diversidad en la iglesia. (News, 2012)

3.11. Café para cristianos Colombia - Café la Viña

El Café la Viña es la alternativa para muchos chicos que ven en la charla y la música su oportunidad de vivir una rumba especial, una rumba al estilo cristiano. El lugar es el único

café cristiano de la ciudad y es a la vez la sede de la comunidad La Viña, una iglesia que funciona hace cinco años en Medellín. Dios se fija en el corazón, no importa si lo alabas con rock o con funk, menciona Diana Ruiz administradora del sitio. Es un ambiente juvenil en el que se alaba a Dios con estilos contemporáneos. Aquí uno se despeluca y se hacen pagos, pero todo dentro de un ambiente muy sano, si bien el café no es un sitio de culto, todos los temas musicales habla de Dios. La Viña solo lo abren los sábados porque los demás días se supone que la gente está trabajando o dedicada a estudiar. Funciona de siete a once de la noche y eventualmente un poco más tarde. Los domingos, un cuarto al lado del patio sirve para realizar sus reuniones de culto. El objetivo del café son las relaciones tranquilas y sanas entre las personas. Se habla de cualquier tema, del Medellín, de Nacional o de lo que sea, también de Dios porque es algo inevitable. Somos como los cristianos de la generación X.

3.12. Cafetería temática en Ecuador

Cafendelet, una cafetería con temática política

“Nadie se me baja de la camioneta” es una de las frases del expresidente Abdalá Bucaram que adorna las paredes de la cafetería Cafendelet, ubicada en el km 13 de la Avenida Samborondón. Es uno de varios de exmandatarios que están en el sitio, donde la originalidad se refleja en la decoración y en algunas opciones del menú. Hay frases de exjefes de estado y políticos de otros rangos de diferentes épocas de la historia del país y una galería de cuadros de expresidentes. “un tema que no pasa de moda es el político, pero no es para crear polémica, sino para hacer algo divertido, un poco jocoso”, menciona Víctor San Miguel, gerente general de Cafendelet. Una de las especialidades del menú de la casa es el café frapé de oreo que lleva crema batida. (Universo, 2016)

3.13. Emprendimiento

El emprendimiento se trata del efecto de emprender, un término que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio que a la vez en un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. (Guzmán, s.f.)

3.14. Importancia del emprendimiento

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su estabilidad económica ya que los altos niveles de desempleo han creado en la personas la necesidad de generar microempresas iniciando sus propios negocios asimismo pasar a ser de empleados a empleadores, todo esto es posible si se tiene un espíritu emprendedor la cual se requiere de una gran perseverancia para renunciar a la estabilidad económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún si se tiene en cuenta que el emprendedor no siempre gana como si lo hace el asalariado que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

3.15. Tipos de estudios

3.15.1. Estudio de mercado

Es el proceso de proyectar, compilar, investigar y comunicar datos principales acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Hoctro, 2009)

3.15.2. Estudio técnico

Define las especificaciones técnicas de los insumos necesarios para ejecutar el proyecto. el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales; el nivel de calificación de

la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos; la programación de inversiones iniciales y de reposición y los calendarios de mantenimiento. Esta información es de vital importancia en el ciclo del proyecto: primero, dentro de la misma etapa de preparación, proveerá la información indispensable para realizar las evaluaciones financiera, económica y social así posteriormente constituirá las bases de la normativa técnica para la puesta en marcha del proyecto. (Hoctro, 2009)

3.15.3. Estudio administrativo legal

Establece la posibilidad de que un proyecto se ejecute de acuerdo a las normas que rigen en cuanto a la localización de productos y patentes igualmente dicho estudio toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales por consiguiente es indispensable dar una consideración adecuada a esos aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación. (Hoctro, 2009)

3.15.4. Estudio ambiental

Este estudio está centrada principalmente en el análisis del impacto del proyecto sobre el medio ambiente con el objetivo de minimizar deterioros causados por el proyecto y el análisis del efecto del entorno sobre el proyecto. También busca identificar, cuantificar y valorar los impactos de un proyecto tanto en el corto plazo como en el largo plazo, sobre el entorno. (Hoctro, 2009)

3.15.5. Estudio financiero

El estudio financiero se conoce cuál es la estructura óptima de la gerencia financiera y a la vez busca establecer información relevante acerca de aspectos como las posibles fuentes y los costos del financiamiento, tanto interno como externo, y los criterios para el

manejo de excedentes. Asimismo recomienda sobre manejo de depreciaciones. Adicionalmente, permite identificar las necesidades de liquidez y de fondos de inversión, para así construir y negociar el plan de financiamiento del proyecto. (Hoctro, 2009)

3.15.6. Estudio socio – económico

Recoge información primordial acerca de los diferentes aspectos relacionados con las condiciones sociales de los grupos afectados por el proyecto y los impactos en el bienestar que pueda causar el mismo. Básicamente está dirigido a identificar y caracterizar claramente los grupos de población que se ven implicados por el proyecto, tanto por el lado de los beneficios como por el lado de los costos, de igual manera estudia las características del comportamiento de los afectados en los mercados de los diferentes bienes y servicios involucrados en la ejecución de un proyecto. (Hoctro, 2009)

3.16. Proyecto

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo, surge como respuesta a la concepción de una "idea" que busca la solución de un problema o la forma de aprovechar una oportunidad de negocio. Siendo una ruta para el logro de conocimiento específico en una determinada área o situación en particular, a través de la recolección y el análisis de datos. (Thompson, 2006)

IV. MARCO CONCEPTUAL

4.1. Demanda

“Cantidad de un producto o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir mediante un precio”.

4.2. Emprendedor

Se llama emprendedor/a aquella persona que sabe descubrir e identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispone a organizar o conseguir los recursos necesarios para poner en marcha. Generalmente, este término se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo en donde el emprendedor debe tener características como ser flexible, dinámico, creativo con orientación hacia la aventura y el riesgo. (Heerera, 2014)

4.3. Emprendimiento

El término emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. (Mendoza, 2010)

4.4. Empresa

Es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común, los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

4.5. Elaboración

“Preparación de un producto que se hace transformando una o varias materias en sucesivas operaciones”.

4.6. Factibilidad

Factibilidad son las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto o es la “cualidad o condición de factible”, factible: “que se puede hacer” dicho proyecto tiene un propósito de utilización inmediata la ejecución de la propuesta que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales. (Dubs, 2010)

4.7. Flujo de caja

El término flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas de dinero que tiene una empresa en un período determinado de tiempo asimismo sirve para comprobar su solvencia y liquidez, permitiendo conocer las fuentes de ingreso que una empresa tiene y en que invierte esos recursos. (Kiziryan, 2011)

4.8. Mercado

El mercado son todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio en orden a satisfacer esa necesidad o deseo. También se llama mercado al espacio en el que se encuentran la oferta y la demanda de un producto determinando su precio. (Bonta&Farber, 2010)

4.9. Oferta

“Es la suma de bienes y servicios, que una cantidad de productores y/o distribuidores, coloca en el mercado para la venta”.

4.10. Precio

“Es el valor monetario en el que se estima un producto o servicio este valor está sujeto a las fuerzas de la oferta y la demanda”.

4.11. Período de recuperación de la inversión

“Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días”.

4.12. Propuesta

Es una oferta o invitación que alguien dirige a otros, persiguiendo algún fin, que puede ser concretar un negocio, una idea, una relación personal, un proyecto laboral o educacional, una actividad lúdica. El prefijo “*pro-*” que puede traducirse como “hacia adelante” y “*posita*” que es equivalente a “puesta”. (Porto&Merino, 2013)

4.13. Proyecto factible

Se denomina proyecto factible la elaboración de una propuesta viable destinada atender necesidades específicas a partir de un diagnóstico. Se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización. (Arias F. , 2011)

4.14. Segmento de mercado

Es una estrategia utilizada para dividir el mercado en diferentes grupos de compradores que se considera requieren productos diferentes.

4.15. Tasa interna de retorno

La TIR nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento. Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir, es

el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Arias A. S., s.f.)

4.16. Temática

“Es un término que puede funcionar como sustantivo o adjetivo. En el primer caso, hace referencia al tema o a la gran variedad de temas y asuntos que caracterizan a un hecho o fenómeno”. (Porto&Gardey, 2010)

4.17. Viabilidad

Se deriva del francés viable que a su vez se compone de dos vocablos latinos: vita que puede traducirse como ‘vida’ y el sufijo bilis, que es equivalente a ‘posibilidad’. La viabilidad toma relevancia especialmente cuando de llevar a cabo un proyecto, un plan ya que se refiere a la probabilidad que existe de llevar aquello que se planea concretar es decir, cuando algo dispone de viabilidad es porque podrá ser llevado a cabo. (Pérez&Merino, 2010)

4.18. Valor Actual Neto

El VAN es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Iturrioz, 2009)

V. INTRODUCCIÓN

En los últimos años en el Ecuador se ha incrementado la creación de micro empresas como una alternativa al desempleo en la cual el emprendedor ha iniciado un proyecto optando por la instauración de establecimientos de alimentos y bebidas como una alternativa al desempleo por consiguiente es trascendental la participación de los emprendedores porque es una manera de contribuir con la sociedad la cual valora y prioriza la puesta en marcha del proyecto emprendimiento teniendo como estrategia económica la creación de cafeterías y/o restaurantes por los emprendedores. Sin embargo las plazas de trabajo generado por el emprendedor son primordial para el incremento económico de los habitantes en donde se ejecute el proyecto. La preferencia de los profesionales en la actualidad es elegir el autoempleo como una entrada económica en donde el negociador debe tener un espíritu emprendedor adquiriendo pasión por sus ideas, positivismo en circunstancias no favorables, adaptabilidad a los cambios, capacidad de organización – liderazgo y siendo ambicioso; para lo cual es necesario poner en práctica el conocimiento adquirido durante la etapa de estudio, de esta manera desarrollo económico y social de la ciudad superando limitaciones. En un sentido amplio la educación emprendedora es un proceso que permite transformar una idea en realidad priorizando el conjunto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y significativo consigo mismo por ende con las personas que se encuentra a su alrededor. En conclusión la creación de emprendimiento plantea generar el autoempleo siendo ejemplo para el resto y a la vez ellos practiquen valores y principios éticos que permita desarrollar los dones y talentos y puedan innovar en cuanto a la realización de propuestas llevando a cabo proyectos micro empresariales de esta manera creando oportunidades de desarrollo social y logrando alcanzar sus metas.

VI. JUSTIFICACIÓN

La idea de crear una cafetería temática en la ciudad de Guaranda nace de la necesidad de brindar algo diferente con un ambiente acogedor y el servicio eficiente y eficaz especialmente a personas que gustan de lugares tranquilos y relajados en donde puedan compartir momentos agradables y sobre todo puedan degustar alimentos y bebidas de calidad. Dada esta insuficiencia se ha visto la factibilidad de crear la cafetería con la temática de la vida de Jesús de Nazaret llamado también como Jesucristo, Cristo Jesús o cordero de Dios; por otra parte en la carta de la cafetería como en: bebidas calientes, frías, postres, sándwiches y bocadillos tradicionales se tomarán los nombres de hombres y mujeres de fe que está registrada en la santa biblia para resaltar la temática. Este tipo de empresa es una idea rentable y realizable ya que será un emprendimiento único y original en esta ciudad, mediante la decoración interna de la cafetería se transmitirá la temática de la misma en donde los clientes podrán percibir paz y armonía sintiéndose como en casa. Por consiguiente la Cafetería Génesis es un emprendimiento que cumple parámetros con el nivel de innovación tomando en cuenta la tendencia actual que existe en las industrias de A & B asimismo, con este proyecto se está impulsando un nuevo modelo a seguir porque se implantarán alimentos y bebidas elaborados artesanalmente de esta manera sobrepasar las expectativas de los clientes con la creación de esta empresa se van a ver beneficiados la población Guarandeña puesto que se generará fuentes de empleo, mediante la ejecución de este emprendimiento se tiende a satisfacer los múltiples gustos de clientes que anhelan pasar momentos agradables con sus amigos y/o familiares.

VII. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

La necesidad de establecer los emprendimientos ha sido ampliamente reconocida por diferentes sectores económicos y sociales, es por ello que con la ejecución de los emprendimientos busca dar inicio a una propuesta de factibilidad que permitirá generar fuentes de trabajo que contribuya al desarrollo socio económico de la ciudad, provincia y del país de esta manera poner en práctica las ideas creando nuevos productos y/o empresas aplicando los valores y principio morales.

Ideas del negocio:

- Comercialización de frutas y verduras en los barrios de la ciudad de la ciudad de Guaranda.
- Crianza y comercialización de chanchos.
- Creación de una tienda de abarrotes en la parroquia Ángel Polibio Chávez
- Creación de servicio de catering en la ciudad de Guaranda.
- Creación de una cafetería en la ciudad de Guaranda.
- Creación de un complejo turístico en el cantón Chimbo.

Tabla 1 *Alternativas de valoración*

| IDEA | MOTIVO / CIRCUNSTANCIA |
|---|--|
| Comercialización de frutas y verduras en los barrios de la ciudad de la ciudad de Guaranda. | En el mercado local existe la necesidad de este tipo de comercialización de frutas y verduras en las tiendas de los barrios en la ciudad de Guaranda, principalmente para en el sector urbano ya que el mercado de la ciudad se cierra a las 6 p.m., por ende las personas que deseen adquirir los productos no tienen otro lugar. |
| Creación de servicio de catering en la ciudad de Guaranda | Existe información suficiente para desarrollar este trabajo como la necesidad urgente por parte de la población Guarandesa, porque existe muy pocas empresas dedicadas a este tipo de servicio, generalmente ellos tienen un precio alto porque no existe una competencia. |

| | |
|---|---|
| Creación de una cafetería temática en la ciudad de Guaranda | Actualmente en el Cantón Guaranda, parroquia Ángel Polibio Chávez, en las calles Av. Elisa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora hace falta una cafetería pautas para que las personas cuenten con valores y principios que permita con una temática y a la vez que oferte alimentos y bebidas como: cafés, sándwich, postres y bocadillos tradicionales satisfaciendo los requerimientos de los consumidores de esta ciudad. Este sector en un sitio estratégico ya que a su alrededor se encuentran muchas empresas Dirección Distrital de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Unidad Educativa San Juan Bosco y la Unidad educativa Ángel Polibio Chávez. |
|---|---|

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 2 Valoración cuantificada

| IDEA | VALORACIÓN | | | |
|--|-----------------------------------|--------------------------|------------------|-------|
| | Experiencia en negocios similares | Facilidad de información | Nicho de mercado | Total |
| A. Comercialización de frutas y verduras en los barrios de la ciudad de la ciudad de Guaranda. | 5 | 3 | 5 | 13 |
| B. Creación de servicio de catering en la ciudad de Guaranda | 6 | 6 | 6 | 18 |
| C. Creación de una cafetería temática en la ciudad de Guaranda | 8 | 8 | 10 | 26 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 3 Priorización de ideas

| PRIORIZACIÓN GENERAL | |
|----------------------|-----------|
| Idea A | 13 |
| Idea B | 18 |
| Idea C | 26 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Luego de realizar la valoración de ideas con las mejores posibilidades se concluye por la idea C por la facilidad de conseguir información y por existir mayor nicho de mercado donde realizará la creación de una cafetería temática en la ciudad de Guaranda.

7.1. Descripción de la empresa

La cafetería “Génesis” será una microempresa de tipo industrial, comercial y de servicio porque se dedicará a la elaboración y comercialización de alimentos y bebidas cuya finalidad será ofrecer a los habitantes y transeúntes de la ciudad de Guaranda un sitio con un ambiente acogedor y cálido donde puedan reunirse y pasar un rato ameno disfrutando de un buen café, acompañado de una agradable comida con una atención rápida y ágil, será una empresa que oferte productos de calidad de rápida elaboración y a costos accesibles proyectando el valor agregado la temática en la decoración interna de la cafetería como elemento diferenciador de la competencia, además la empresa posee ventajas competitivas al poseer productos poco usuales con sabores únicos que únicamente en este local podrán degustar con atención personalizada y en un ambiente acogedor haciéndole sentir a los clientes como en casa. El horario de atención de la cafetería será de martes a sábado abriendo sus puertas desde las 10:00 a.m. hasta las 21:00.

La decoración interna de la cafetería se adecuará con estilo moderno con colores llamativos las mesas serán solamente para dos personas las sillas serán de tipo pufs para que los clientes se sientan cómodos conjuntamente se colocarán adornos como cuadros con mensajes positivos y reflexivos tales como: no olvides de tu primer amor, JESÚS derramó hasta la última gota de su preciosa sangre por amor a ti, el amor nunca se da por vencido jamás deja de creer, siempre tiene esperanzas y se mantiene firme en toda circunstancia, aun cuando todos te abandonen DIOS permanece a tu lado él estará contigo en todo momento, sobre todas las cosas cuida tu corazón porque este determinará el rumbo de tu vida etc., estas y muchas frases más destacando la temática de la cafetería Génesis.

7.2. Nombre de la marca

Para este emprendimiento se ha escogido el nombre de la marca “*Cafetería Génesis*” porque es un nombre corto y fácil de recordar además, Génesis significa inicio de... del mismo modo

este nombre lleva el primer libro de la biblia que relata el origen de la creación de todo el universo y del ser humano.

7.3. Logotipo

El logotipo de la *Cafetería Génesis* representa al Escudo de la Fe ya que forma una de las partes de toda la armadura de DIOS, en la cual según la biblia Nueva Traducción Viviente en la carta de Efesios capítulo 6 y versículo 16 dice: “además de todo eso, levanten **el escudo de la fe** para detener las flechas encendidas del diablo”, asimismo dentro del escudo está una **taza** representado como un recipiente que sirve para beber líquidos especialmente para bebidas calientes como café o té que forma parte del servicio de mesa en las cafeterías.



Figura N° 1 Logotipo

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Por otra parte utilizando la psicología de colores se ha escogido los colores que va a representar a la cafetería tales como:



Blanco que es un color puro, limpio, veraz y pacífico que enfoca la atención del consumidor porque transmite paz y pureza y es ideal usar en espacios pequeños ya que da una sensación de amplitud.



Café este color transmite estabilidad, protección, seguridad, vida estable y saludable, aparte los clientes que son ordenados y disciplinados busca éste color, dicho color representa también a la bebida del café.



Naranja es un color refrescante y vivaz y crea una sensación penetrante y veraz llamando la atención de los compradores además en un color que representa que transmite alegría y confianza y es lo que se va a generar en la cafetería.

7.4. Slogan

“Siéntete como en casa” este lema tiene como objetivo hacer sentir a los clientes como en su casa brindando un excelente servicio acompañado de una exquisita comida.

7.5. Misión

Ofrecer un sitio atractivo y acogedor a nuestros consumidores con una atmósfera alegre, acompañada de productos de calidad y un excelente servicio donde los clientes deseen regresar, contribuyendo a nuestro crecimiento y mejora día a día.

7.6. Visión

Ser reconocidos en la ciudad de Guaranda dentro de 3 años como una cafetería original sólida, competitiva y preferida en nuestra especialidad, con calidad humana y principios éticos, desarrollando en cada uno de nuestros colaboradores su capacidad creativa a favor del cliente.

7.7. Objetivo

Comercializar productos de calidad para el consumo satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, contando con la activa participación y apoyo de nuestro talento humano.

7.8. Políticas

La cafetería contará con sinnúmero de políticas dentro de las cuales las más significativas son:

- Brindar un servicio eficiente y de calidad al público.
- Ofrecer productos de calidad, que suplan las necesidades y que estén al alcance de los consumidores.
- El personal de la cafetería deberá llegar 10 minutos antes de la hora fijada.
- Mantener un ambiente de trabajo amable y de cooperación, respetando al prójimo.
- El aseo personal y el uniforme deberá ser impecable.
- Procurar que los colaboradores y usuarios de la cafetería respeten las políticas establecidas.

7.9. Estrategias

- El personal deberá asistir a charlas trimestrales que la cafetería establezca.
- Aplicar las buenas prácticas de manufactura en la preparación de alimentos y bebidas.
- Dotar de uniformes para que el cliente exterior identifique la cafetería.
- Capacitar al personal en general sobre el reglamento de los BPM y realizar verificaciones para su cumplimiento.
- Presentar en forma visible y clara los precios de los alimentos en la carta.
- Mantener al personal interno motivado.
- En la carta, ofrecer opciones variadas de los productos.

- Brindar un servicio ágil, siempre cuidando la conducta y comportamiento para con los clientes.

7.10. Valores y principios

Los valores y principios es parte fundamental dentro de las relaciones laborales internas de la cafetería ya que es el punto clave para que exista un ambiente adecuado de trabajo manteniendo una comunicación fluida entre empleado y empleador con un comportamiento responsable apegado a la verdad y a los valores éticos de la cafetería.

7.10.1. Valores de trabajo

- Puntualidad
- Innovador
- Positivo
- Responsabilidad
- Respetuoso

7.10.2. Valores axiológicos

- Amoroso
- Lealtad
- Compasivo
- Generoso
- Honestidad
- Tolerancia

7.11. Distingos competitivos

- Precio cómodos y accesibles.
- Variedad de platos con presentaciones llamativas.
- Fácil acceso a la cafetería.

- Promociones fin de semana y para los cumpleaños.
- Degustaciones de productos nuevos.
- Dispensador de agua.

7.12. Ventajas competitivas

- Experiencia del talento humano en el área gastronómica.
- Nombres de los alimentos y bebidas que se ofertan en la cafetería resalta la temática de la cafetería.
- Personal uniformado.
- Existirá el buzón de sugerencias.
- La cafetería no a va expender ningún tipo de bebidas alcohólicas ni cigarrillos.

7.13. FODA

Permite conocer el entorno en que se desarrollará la *Cafetería Génesis* y sus posibilidades de triunfo ante un mercado competitivo.

Tabla 4 FODA

| FACTORES INTERNOS | |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente cómodo y acogedor. • Variedad de productos en la carta. • Localización de la cafetería en pleno centro de la ciudad de Guaranda. <ul style="list-style-type: none"> • Buen ambiente laboral. • Excelente servicio. • Recetas únicas. | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No contar con un local propio. • Ser nuevos en el mercado. • Proyecto fácil de imitar. • Escasez de espacio cuando existe mayor afluencia de clientes. |
| FACTORES EXTERNOS | |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de preferencia de alimentos y bebidas. • Fácil acceso al medio de comunicación para la publicidad. • Realizar convenios de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas. • Competencia débil | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de nuevos impuestos por parte del gobierno. • Cafeterías posicionadas en el mercado. • Crecimiento de la competencia. • Incremento de precios de materia prima. • Cambios de preferencia del consumidor. |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • El proyecto es un concepto nuevo ya que en el sector no existe una cafetería temática. • Inclinación en los consumidores a la búsqueda de nuevos servicios. | <ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica. • Poca fidelidad de los clientes |
|--|--|

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Mirian Pilco)

VIII. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

8.1. Universo

El universo para el presente proyecto de emprendimiento se tomó como referencia los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del 2010.

8.2. Muestra

Para el tamaño de la muestra se ha tomado en cuenta el número de habitantes económicamente activa de la ciudad de Guaranda, los mismos que dan un total de 22.916 personas del segmento de mercado.

Al contar con el dato poblacional del universo se aplicó la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas seleccionando n unidades de las N unidades del universo, de modo que cada una de las muestras posibles de tamaño n tienen la misma posibilidad de ser seleccionada.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_0^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_0^2 \times p \times q}$$

Dónde:

$N = 22.916$ habitantes (PEA)

$Z_0 =$ nivel de confianza (1.96) puesto que la seguridad $Z\alpha$ es del 95% el coeficiente es 1.96

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.05)

q = probabilidad de fracaso (1- p es decir 0.95)

d= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.03)

$$n = \frac{22.916 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{0,03^2 \times (22.916 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}$$

$$n = \frac{22527.9395}{111.2928}$$

$$n = \frac{4.181,620016}{20,6235 + 0,182476}$$

$$n = \frac{4.181,620016}{20,805976}$$

$$n = 200 \text{ Encuestas}$$

El valor de la muestra es de 200 personas para ser encuestadas y los resultados obtenidos se encuentran en el análisis de la demanda de la presente investigación.

IX. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para poder llevar a cabo este proyecto se aplicó varios tipos de investigación con el fin de obtener la información necesaria y determinar los aspectos importantes para la implementación de la cafetería las mismas que se detallan a continuación:

Investigación de tipo no experimental se usó esta investigación porque no se ha manipulado intencionadamente las variables, asimismo se observó fenómenos tal y como se dan en su entorno natural para que posteriormente sea analizado. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio.

Investigación de campo se usó este tipo de investigación para este proyecto porque se ha indagado el lugar donde será ejecutado el emprendimiento a la vez se ha realizado observaciones tratando de obtener resultados más reales.

Investigación descriptiva se utilizó esta investigación para este proyecto porque recibe la recolección de datos, además se tiene como propósito dar una visión exacta del ambiente del mercado como es la evaluación de los consumidores con respecto al servicio que ofrece la competencia.

Corte transversal se usó este tipo de investigación para este proyecto existe un espacio y un tiempo determinado de una población, lo que permite extraer conclusiones acerca de una amplia localidad.

9.1. Técnicas y fuentes para la recolección de información

9.1.1. Fuentes Primarias

Para la obtención de datos clara y precisa se utilizará técnicas y procedimientos como la:

Encuesta la encuesta es el cuestionario que se elaboró con preguntas abiertas y cerradas de elección múltiple con el fin de conocer los criterios para la implementación de la cafetería tales como: el servicio al cliente, calidad, variedad de productos, con qué frecuencia acuden, cuanto gastan en el consumo de alimentos, etc., dicha encuesta se realizó en la ciudad de Guaranda donde la multitud acude frecuentemente. (Anexo 1)

9.1.2. Fuentes Secundarias

Mediante la fuente secundaria se obtiene la información acertada sobre factores externos e internos que influyan de manera positiva y negativa en la creación de la cafetería temática en la ciudad de Guaranda, en donde dicha información será tomada del sitio web tales como: tesis de grado, libros o artículos.

X. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Es importante realizar la interpretación del resultado de la encuesta realizada en la ciudad de Guaranda para la implementación de la cafetería temática ya que estos datos permiten identificar los gustos y preferencias de los alimentos-bebidas y el valor agregado que desearían encontrar en esta cafetería. Los datos que se mencionan a continuación son los resultados obtenidos.

Pregunta N°1

Género

Tabla 5 Género

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|--------------|---------------------|-----------------------|
| Masculino | 104 | 52% |
| Femenino | 96 | 48% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

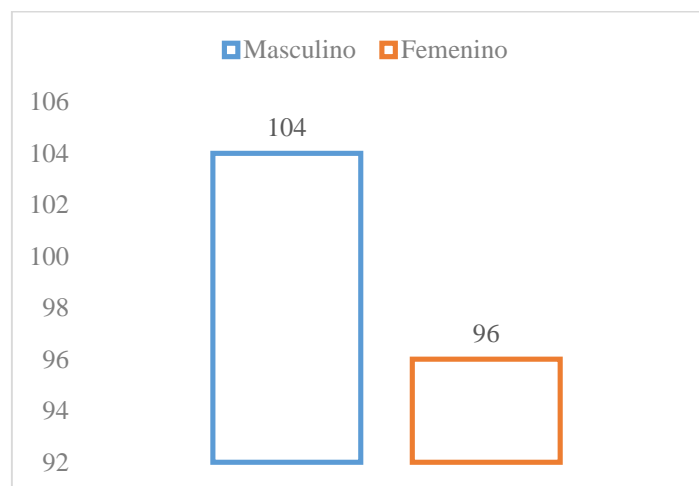


Figura N° 2 Género

Fuente: Tabla 5

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: Al momento de aplicar la encuesta se procuró realizarla de forma equitativa sin acepción de personas tanto a hombres, mujeres, jóvenes y adultos para conocer sus gustos y preferencias, puesto que no se tendrá distinción de género en cuanto al cliente meta.

Pregunta N°2

Elija su rango de edad

Tabla 6 Edad

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|----------------|---------------------|-----------------------|
| 15 - 25 años | 38 | 19% |
| 26 - 35 años | 50 | 25% |
| 36 - 45 años | 60 | 30% |
| Más de 46 años | 52 | 26% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

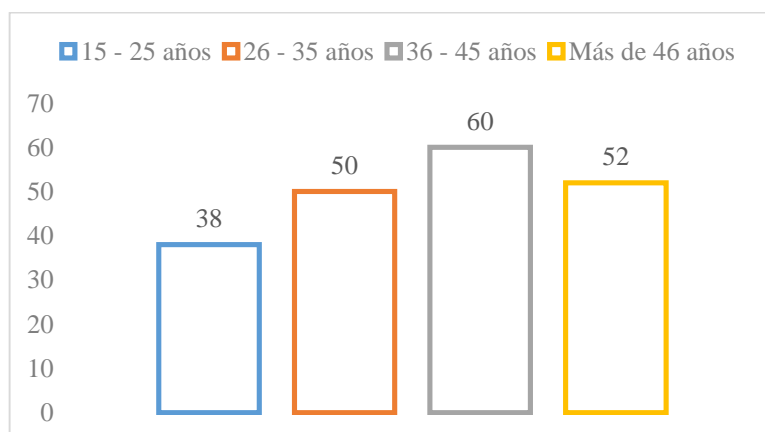


Figura N° 3 Edad

Fuente: Tabla 6

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: Entre la población encuestada en mayor proporción se encontró edades comprendidas de 36 a 45 años constituyendo el 30%, seguido de: más de 46 años de edad estableciendo el 26% de la población, mientras que el 25% corresponde al rango de edad que va desde los 26 años hasta los 35 años de edad. Mediante esta pregunta se pudo conocer las edades de los clientes potenciales de la ciudad de Guaranda para la implementación de la cafetería.

Pregunta N°3

¿Le gustaría que se instale una cafetería temática en la ciudad de Guaranda?

Tabla 7 Aceptabilidad

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|--------------|---------------------|-----------------------|
| Si | 196 | 98% |
| No | 4 | 2% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

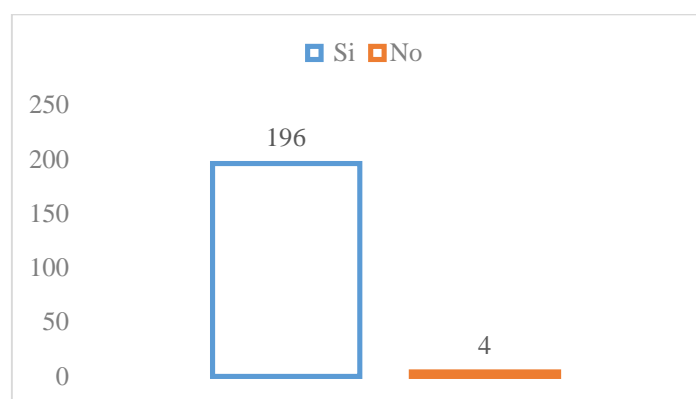


Figura N° 4 Aceptabilidad

Fuente: Tabla 7

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según los datos obtenidos se puede observar que la mayoría de los encuestados específicamente el 98% está de acuerdo que se implemente una cafetería temática porque en la ciudad de Guaranda no existen un negocio de este tipo y las que se asemejan no cubren con la demanda y el 2% que corresponde a 4 personas no están acuerdo asumiendo que si existen otras cafeterías.

Pregunta N°4

¿En qué parte de la ciudad le gustaría que se ubique la cafetería?

Tabla 8 Ubicación de la cafetería

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| En la universidad | 50 | 25% |
| En la Plaza Roja (centro) | 100 | 50% |
| En el terminal | 40 | 20% |
| Otros | 10 | 5% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

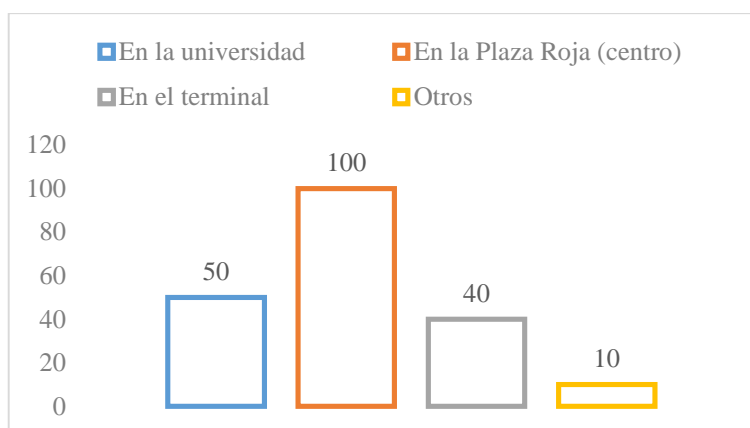


Figura N° 5 Ubicación de la cafetería

Fuente: Tabla 8

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 50% de la población que corresponde a 100 personas escogió el sector de la plaza roja, mientras que el 25% sugirió el sector de la universidad. Según los datos de la encuesta la cafetería será ubicada en el centro de ciudad de Guaranda sector La plaza roja ya que una de las zonas de mayor concurrencia, mientras que la otra parte optó por el sector de la universidad mencionando que hace falta un establecimiento que oferte variedad de productos en un solo lugar, pero la otra parte de la población sugiere que se instale el negocio en el sector del terminal aclarando que en dicho sector existen inmensa demanda de los consumidores.

Pregunta N°5

¿Cuál de estos nombres le gustaría para una cafetería?

Tabla 9 Nombres para la cafetería

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|--------------------|---------------------|-----------------------|
| Cafetería La Rosca | 30 | 15% |
| Cafetería El Atajo | 28 | 14% |
| Cafetería Génesis | 105 | 52,5% |
| Cafetería Peca2 | 37 | 18,5% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

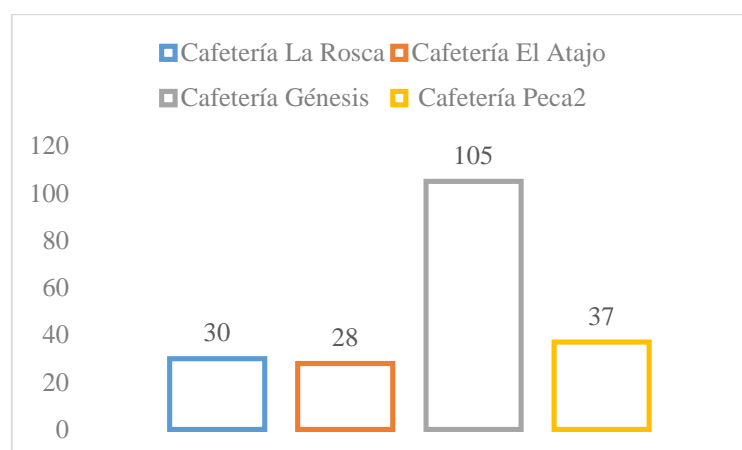


Figura 1 Nombres para la cafetería

Fuente: Tabla 9

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 52,5% de los encuestados que corresponde a 105 personas eligieron el nombre de cafetería Génesis argumentando que Génesis es el nombre de las mujeres a la vez es corto y fácil de recordar, mientras el resto de nombres no tuvo mayor relevancia.

Pregunta N°6

Escoja el horario de atención que a usted le gustaría para una cafetería

Tabla 10 Horario de atención

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|-----------------------------|---------------------|-----------------------|
| En la mañana y en la tarde | 100 | 50% |
| Solo en la tarde | 33 | 16,5% |
| Al medio día hasta la noche | 22 | 11% |
| Todo el día | 45 | 22,5% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

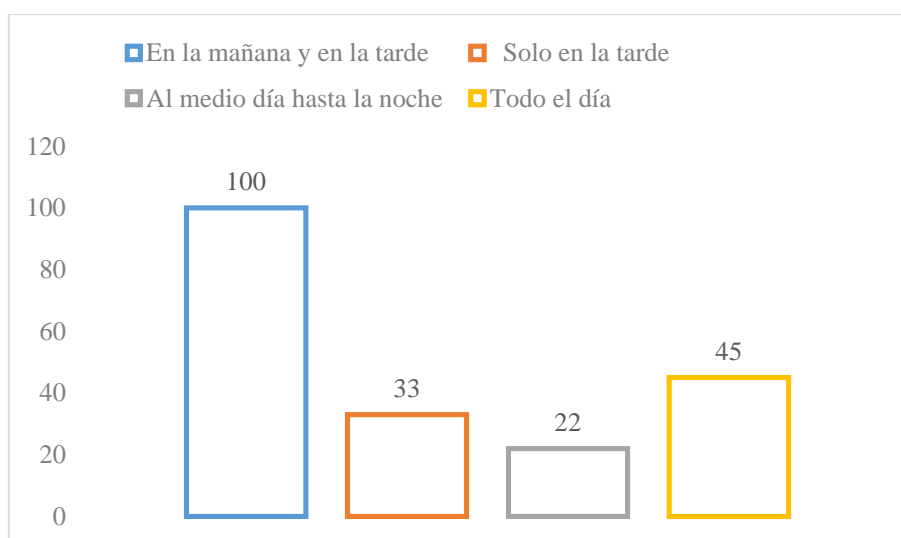


Figura 2 Horario de atención

Fuente: Tabla 10

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 50% de la población encuestada que corresponde a 100 personas eligió el horario de atención en la mañana y en la tarde, pero el 23% de la población seleccionó el horario de atención de todo el día, mientras que los otros horarios no tuvo mayor relevancia.

Pregunta N°7

¿Usted se siente satisfecho con el actual servicio que le brindan otras cafeterías?

Tabla 11 Servicio actual

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|--------------|---------------------|-----------------------|
| Si | 32 | 16% |
| No | 168 | 84% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

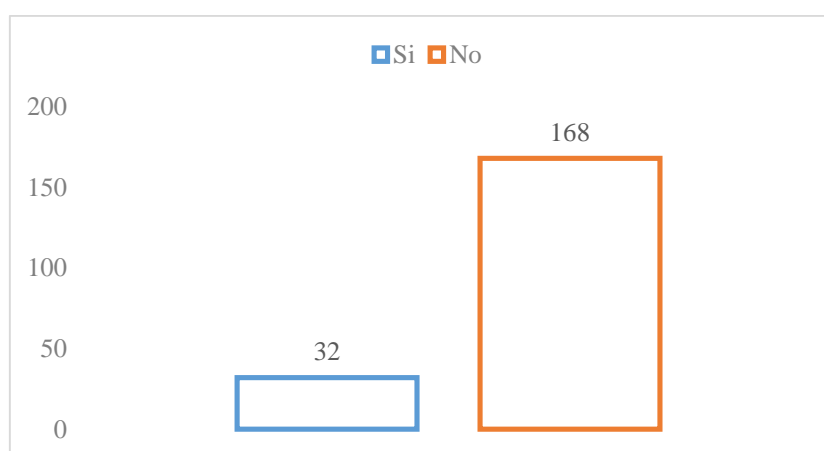


Figura 3 Servicio actual

Fuente: Tabla 11

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: La satisfacción con el actual servicio de las cafeterías no tan buenas según la personas encuestadas en donde el 84% que corresponde a 168 personas no están conformes con el trato hacia el cliente en los restaurantes y/o cafeterías, fundamentando que la mayoría de los propietarios son empíricos por ende no han recibido ninguna capacitación acerca de la atención al cliente, solo el 16% que corresponde a 32 personas están satisfechos con el actual atención al cliente.

Pregunta N°8

Escoja que servicios le gustaría encontrar en una cafetería

Tabla 12 Servicio adicional

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Música | 37 | 18,5% |
| Internet | 145 | 73% |
| Buzón de sugerencias | 15 | 7,5% |
| Información turística | 3 | 2% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

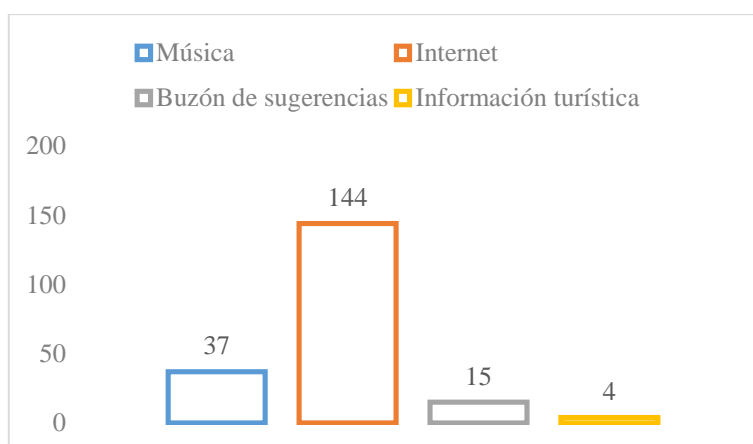


Figura 4 Servicio adicional

Fuente: Tabla 12

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 73% que corresponde a 145 personas de la población encuestada escogió el servicio adicional en la cafetería el internet, comentando que en la actualidad este medio de comunicación es más rápida y económico además tiene diferentes aplicaciones como el facebook, twitter, en cuanto a las otras opciones no fueron muy significativos para los encuestados.

Pregunta N°9

¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar diariamente en una cafetería?

Tabla 13 Consumo (\$)

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|---------------|---------------------|-----------------------|
| De \$ 3 a 10 | 118 | 59% |
| De \$ 11 – 20 | 47 | 23,5% |
| De \$ 21 – 30 | 20 | 10% |
| Más de \$ 30 | 15 | 7,5% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

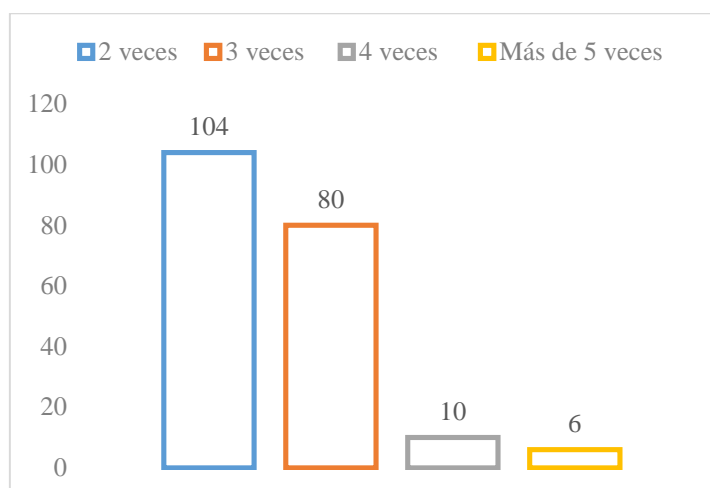


Figura 5 Consumo (\$)

Fuente: Tabla 13

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: Las 118 personas encuestados que corresponden al 59% respondieron cuando salen a comer fuera de casa gastan entre \$ 3,00 y \$10,00 dólares, en cambio el 23,5% que corresponde a 47 personas estarían dispuestos a gastar de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 10% de personas gastarían de 21 a 30 dólares, finalmente solo el 7,5% están dispuestos a pagar más de 30 dólares en establecimientos de alimentos y bebidas.

Pregunta N°10

¿Usted, cuantas veces a la semana visita una cafetería?

Tabla 14 Frecuencia de visita

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|----------------|---------------------|-----------------------|
| 2 veces | 104 | 52% |
| 3 veces | 80 | 40% |
| 4 veces | 10 | 5% |
| Más de 5 veces | 6 | 3% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

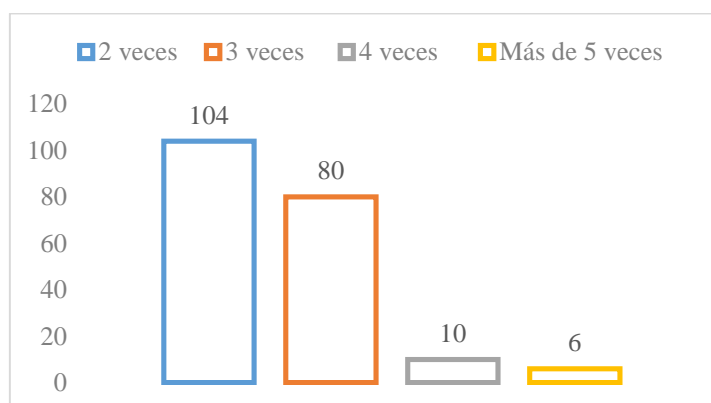


Figura 6 Frecuencia de visita

Fuente: Tabla 14

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 52% de los encuestados visita una cafetería al menos dos veces a la semana, y seguido muy de cerca el 40% lo hace tres veces. Se puede analizar que en su mayoría las personas visitan por lo menos dos o tres veces a la semana una cafetería, lo que sugiere que es una oportunidad para incursionar con un negocio nuevo con grandes posibilidades de crecimiento.

Pregunta N°11

Escriba los nombres de la cafetería que visita con más frecuencia

Tabla 5 Competencia

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|------------------------------|---------------------|-----------------------|
| Galería Cafetería 7 Santos | 126 | 63% |
| Bar cafetería El Queso | 56 | 28% |
| Café, heladería, Sweet Tomas | 10 | 5% |
| Café Heladería Sweet Bakery | 8 | 4% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

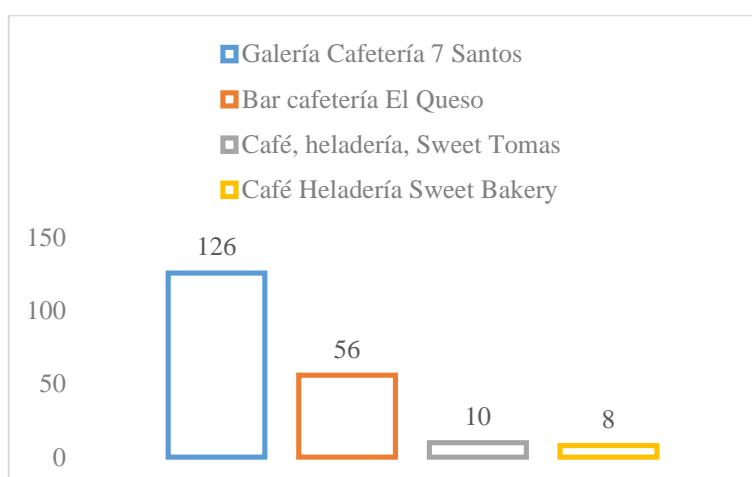


Figura 7 Competencia

Fuente: Tabla 15

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según la población encuestada la cafetería más frecuentada es “Galería Bar – Cafetería 7 Santos” con un 63%, seguidamente la cafetería El Queso con una aceptación del 28%, la cafetería Heladería “Sweet Tomas con una aceptación de 5% finalmente la Cafetería Heladería “Sweet Bakery” con un 4%, esta información nos da a conocer la posible competencia para nuestro negocio puesto que son los más frecuentados, encontrándose en primer lugar “7 Santos”.

Pregunta N°12

¿Usted, cuál de las siguientes comidas elegiría de una cafetería?

Tabla 6 Alimentos de la cafetería

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|--------------------------|---------------------|-----------------------|
| Sándwiches | 90 | 45% |
| Postres | 50 | 25% |
| Bocadillos tradicionales | 60 | 30% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

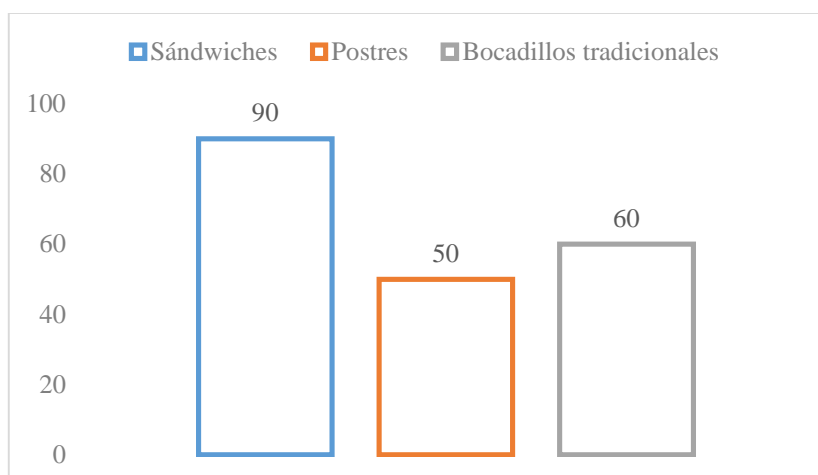


Figura 8 Alimentos de la cafetería

Fuente: Tabla 16

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 45% los encuestados que corresponde a 90 personas prefieren los sándwiches, pero los 60 encuestados optaron por los bocadillos tradicionales y el 25% de personas encuestadas eligió postres. Puesto que los sándwiches son preferidos por los encuestados la cafetería se enfocará más en ellos, tratando de ofrecer una amplia variedad sin dejar de lado el resto de productos.

Pregunta N°13

¿Cuál de las siguientes bebidas consumiría con más frecuencia?

Tabla 7 Consumo de bebidas

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|---|---------------------|-----------------------|
| Bebida caliente (café capuchino infusión) | 84 | 42% |
| Bebidas frías (batidos, jugos) | 84 | 42% |
| Gaseosas y/o aguas | 32 | 16% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

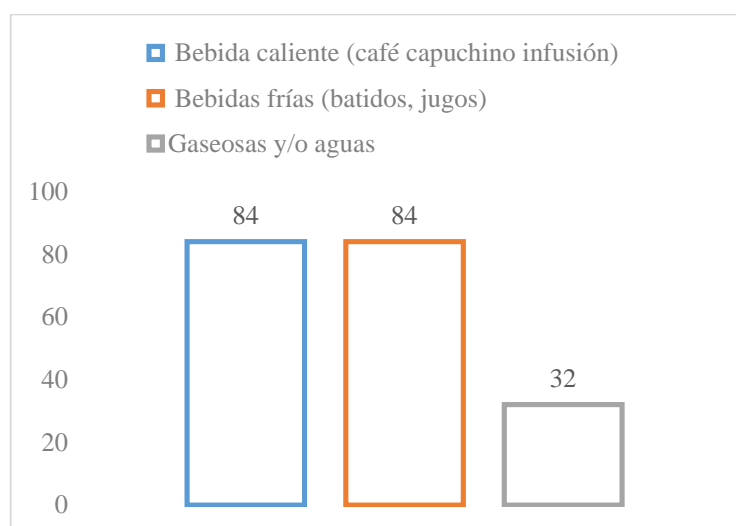


Figura 9 Consumo de bebidas

Fuente: Tabla 17

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 42% de los sujetos de estudio prefieren bebidas calientes y el mismo porcentaje prefieren bebidas frías, mientras que 32 personas optaron por bebidas gaseosas, agua mineral o natural. Como se observa en la tabla 13 al tratarse de una cafetería las personas se inclinan por las bebidas calientes y/o frías con esta información se podrá definir la línea de productos a ofrecer en la cafetería.

Pregunta N°14

¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se difunda el producto ofertado en la cafetería?

Tabla 8 Publicidad

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| Radio | 27 | 13,5% |
| Redes Sociales (facebook) | 136 | 68% |
| Periódico | 19 | 9,5% |
| Hojas volantes | 18 | 9% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

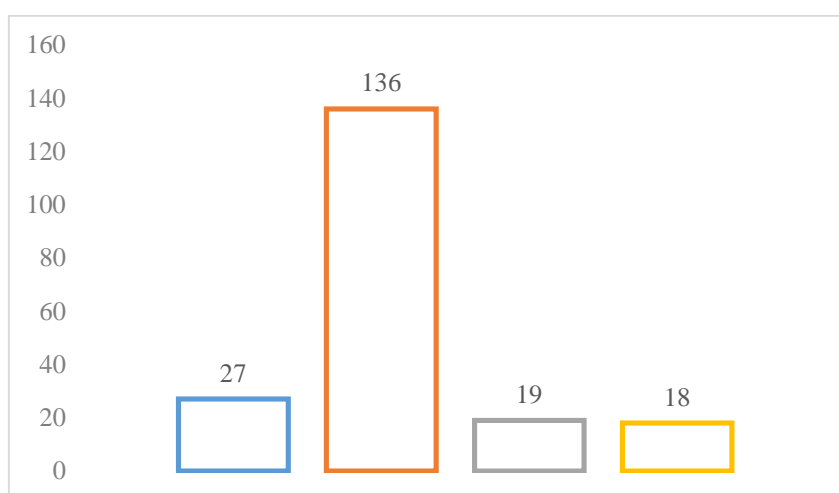


Figura 10 Publicidad

Fuente: Tabla 18

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 68% que corresponde a 136 personas prefieren que realicen la publicidad y propaganda de cafetería por las red social facebook, en cambio 13,5% que corresponde a 27 personas desean escuchar la publicidad mediante las emisoras radiales de la ciudad de Guaranda, asimismo el 9,5% desean conocer la cafetería mediante la prensa escrita y el resto de la población opina que la hoja volante es la mejor opción para la publicidad de la cafetería.

Pregunta N°15

¿A usted, que promociones le gustaría que se ofrezca en la cafetería?

Tabla 9 Promociones

| Indicador | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa % |
|--------------|---------------------|-----------------------|
| Descuentos | 128 | 64% |
| Cupones | 13 | 6,5% |
| Ofertas | 28 | 14% |
| Regalos | 31 | 15,5% |
| Total | 200 | 100% |

Fuente: Encuesta Junio 2016

Elaborado por: (Mirian Pilco)

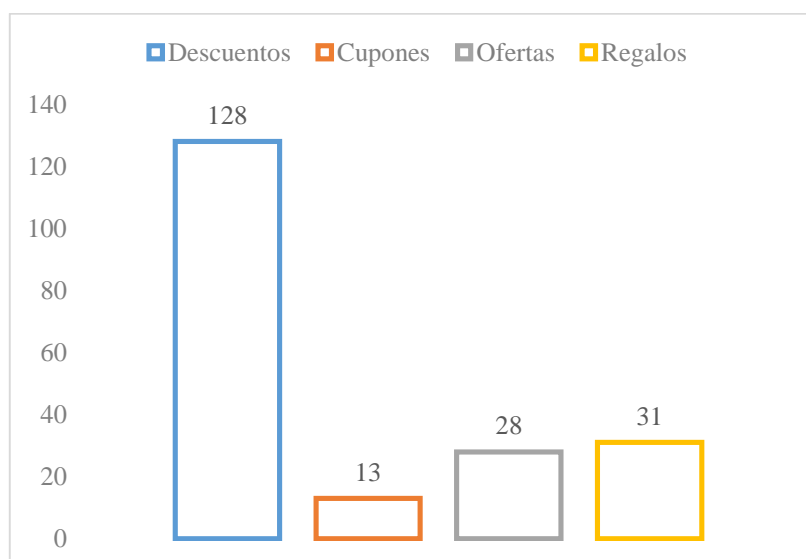


Figura 11 Promociones

Fuente: Tabla 19

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según las personas encuestadas el 64% señalaron el descuento, mientras que las 31 que corresponde a 15,5% personas optaron por regalos en cambio el 14% de los encuestados prefieren oferta y restante del 6,5% prefieren cupones.

XI. ESTUDIO DE MERCADO

En el estudio de mercado se usó como instrumento de investigación la encuesta permitiendo establecer cliente potencial así también el grado de aceptación que existe con relación a otros establecimientos para de esta manera analizar el entorno del proyecto, la demanda, oferta y el mix de mercado dentro de la cual se estudia el producto, precio, canales de distribución o plaza y la promoción o publicidad. Para conocer el número del crecimiento poblacional se ha aplicado el cálculo de línea recta, en donde los 22.916 corresponde a la PEA de la ciudad de Guaranda según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010.

Tabla 20 Crecimiento poblacional

| CRECIMIENTO POBLACIONAL | | | | |
|-------------------------|-------|-----------|-----------------------|-------------------------|
| N° | Años | Población | Proyección Geométrica | Crecimiento Poblacional |
| | 2.016 | 22.916 | 1,00000000000 | 22.916 |
| 1 | 2.017 | 22.916 | 1,01730000000 | 23.312 |
| 2 | 2.018 | 22.916 | 1,03489929000 | 23.716 |
| 3 | 2.019 | 22.916 | 1,05280304772 | 24.126 |
| 4 | 2.020 | 22.916 | 1,07101654044 | 24.543 |
| 5 | 2.021 | 22.916 | 1,08954512659 | 24.968 |

Fuente: (INEC)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

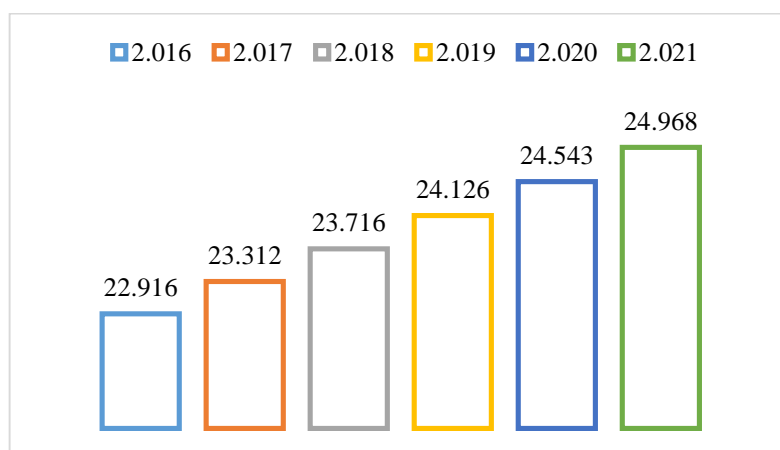


Figura 12 Crecimiento poblacional

Fuente: Tabla 20

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Según estos datos la población en la ciudad de Guaranda va ir creciendo paulatinamente hasta llegar a 24.968 en el año cinco.

11.1. Demanda

Para conocer la demanda se tomaron los datos de las encuestas realizadas en la ciudad de Guaranda con el fin de conocer los gustos y preferencias del consumidor para creación de la *Cafetería Génesis*. La proyección de la demanda se realizó en línea recta tomando en cuenta el índice de crecimiento poblacional del Ecuador según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010 (INEC).

Tabla 21 Demanda

| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | | | | | | |
|--------------------------|-------|-----------|---------------|------------------|----------------------|------------|
| N° | Años | Población | Aceptabilidad | Población objeto | Consumo mensual (\$) | Demanda |
| 1 | 2.016 | 23.312 | 0,98 | 23.312 | 160 | 44.759.898 |
| 2 | 2.017 | 23.716 | 0,98 | 23.716 | 160 | 45.534.244 |
| 3 | 2.018 | 24.126 | 0,98 | 24.126 | 160 | 46.321.987 |
| 4 | 2.019 | 24.543 | 0,98 | 24.543 | 160 | 47.123.357 |
| 5 | 2.020 | 24.968 | 0,98 | 24.968 | 160 | 47.938.591 |

Fuente: (INEC)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

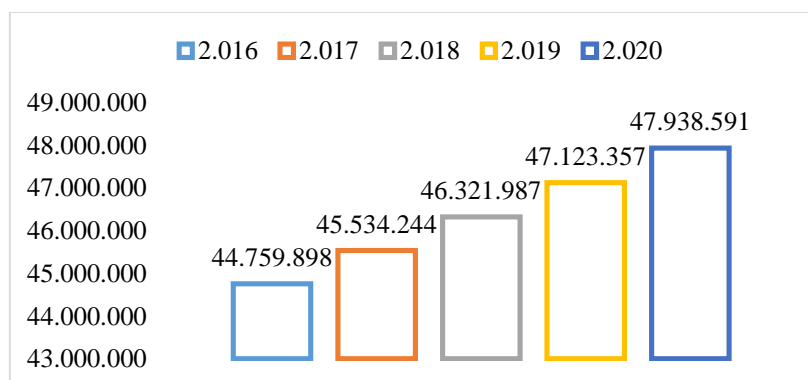


Figura 13 Demanda

Fuente: Tabla 21

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Según la proyección de la demanda realizada para el periodo de 5 años despliega que el crecimiento de la demanda anual será significativa hasta llegar al final del periodo del año 5 con 47.938.591.

11.2. Oferta

Para la oferta se ha tomado en cuenta la opinión de las personas encuestadas en relación al grado de satisfacción y servicio recibido de la competencia, esto ayudará a conocer las condiciones de las cafeterías existentes en la ciudad de Guaranda, aclarando que no se tomará en cuenta los datos históricos sino solo los datos estadísticos arrojados por la encuesta.

Tabla 22 *Oferta*

| PROYECCIÓN DE LA OFERTA | | | | | | |
|-------------------------|-------|------------------|----------------------|----------------------|--------------|------------------|
| N° | Años | Población objeto | Consumo mensual (\$) | Consumo en cafetería | Oferta local | Oferta cafetería |
| 1 | 2.016 | 23.312 | 160 | 44.759.898 | 21% | 9.399.579 |
| 2 | 2.017 | 23.716 | 160 | 45.534.244 | 21% | 9.562.191 |
| 3 | 2.018 | 24.126 | 160 | 46.321.987 | 21% | 9.727.617 |
| 4 | 2.019 | 24.543 | 160 | 47.123.357 | 21% | 9.895.905 |
| 5 | 2.020 | 24.968 | 160 | 47.938.591 | 21% | 10.067.104 |

Fuente: (INEC)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

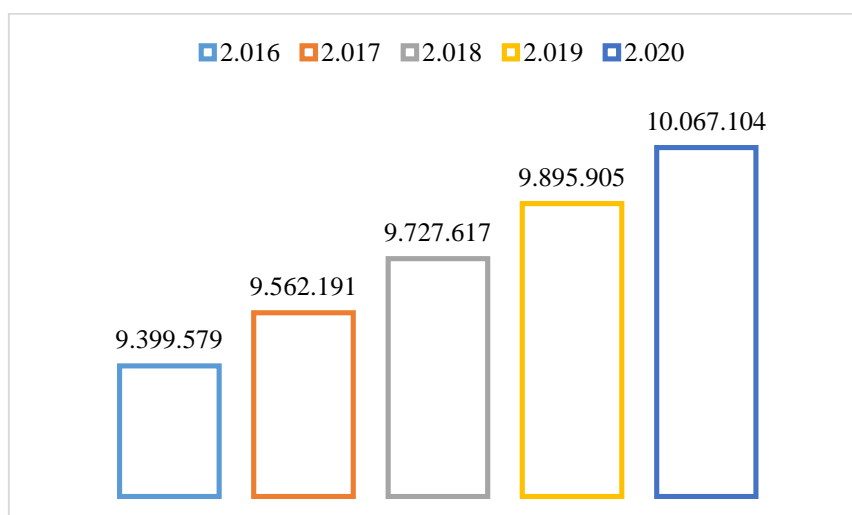


Figura 14 *Oferta*

Fuente: Tabla 22

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: La proyección de la oferta va en crecimiento de manera proporcionada con la demanda es decir, que si la demanda crece anualmente en un rango de 300 la oferta tratada de incrementarse en el mismo rango o hasta que la capacidad de la empresa lo pueda hacer.

Tabla 6 Demanda insatisfecha

| DEMANDA INSATISFECHA | | | | | |
|----------------------|-------|------------------|------------|------------|-----------------------------------|
| N° | Años | Población objeto | Demanda | Oferta | Demanda insatisfecha de cafetería |
| 1 | 2.016 | 23.312 | 44.759.898 | 9.399.579 | 35.360.319 |
| 2 | 2.017 | 23.716 | 45.534.244 | 9.562.191 | 35.972.053 |
| 3 | 2.018 | 24.126 | 46.321.987 | 9.727.617 | 36.594.369 |
| 4 | 2.019 | 24.543 | 47.123.357 | 9.895.905 | 37.227.452 |
| 5 | 2.020 | 24.968 | 47.938.591 | 10.067.104 | 37.871.487 |

Fuente: (INEC)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

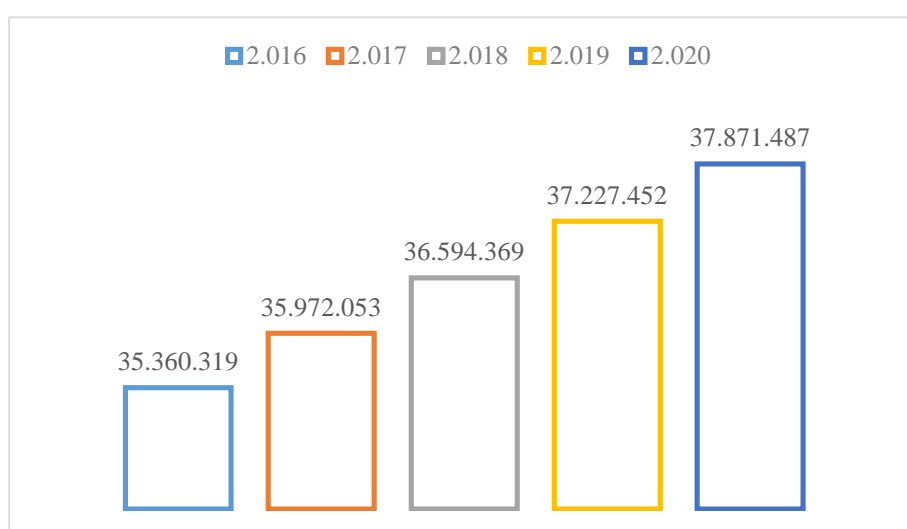


Figura 15 Demanda insatisfecha

Fuente: Tabla 23

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: La proyección de la demanda insatisfecha se incrementa gradualmente cada año, esta es la razón fundamental para el desarrollo de la propuesta de creación de una cafetería temática en la ciudad de Guaranda. En definitiva, es un mercado que no ha sido cubierto sus necesidades, es decir, que la demanda supera a la oferta. Para realizar la proyección de la demanda del presente proyecto se tomó en cuenta el porcentaje del índice de crecimiento de Bolívar, el cual es el 1,73%.

11.3. Mix de mercado

La “*Cafetería Génesis*” usará el mix de mercado como estrategia de venta que estarán enfocadas a la complacencia de los consumidores en la cual se diseñó la carta con sus respectivos precios, asimismo se estableció el canal de distribución y se eligió las promociones con el fin de ofrecer un servicio que satisfaga totalmente las necesidades de los clientes.

11.3.1. Producto/servicio

La *Cafetería Génesis* es una empresa que desea proyectar la temática en la decoración interna del local así también en los productos que se ofertan como son: sándwich, bebidas calientes y frías, postres y bocadillos tradicionales; en donde será dar a conocer quién es Jesús, sus discípulos y los mandamientos de Dios que se encuentra detallada en la biblia, por consiguiente en la carta se encuentra los nombres de hombres y mujeres de FE de la época de antes Cristo y después de Cristo a esto se suma los nombres de las mesas que contienen los 10 mandamientos, las sillas tendrán los nombres apóstoles y discípulos de Jesús, por otra parte en la decoración del local se reflejarán los mensajes acerca del amor de Dios hacia cada uno de nosotros y el sacrificio de Jesús. Cabe mencionar para proponer un servicio eficiente y eficaz los alimentos deben ser inocuos la presentación y el montaje original; otro aspecto importante es la ambientación del local el cual debe tener luces un poco tueses en tonos cálidos. A continuación se detalla la carta de la cafetería.

Gracias por visitarnos
esperamos su regreso

QUE DIOS LE BENDIGA



www.genescascafeteria.com

Carta



Atendemos todos los eventos sociales
Inf. al Cel: 0990688366/0990841367
e-mail: genescascafeteria@hotmail.com



Sánduches

| | |
|---|---|
| SÁNDWICH MATEO \$2,90 <i>Supuriti + Salsa holandés + Salsa de cilantro + Salsa verde + Lettiga crujiente + Tomate</i> |  |
| SÁNDWICH MARCOS \$2,65 <i>Pan tostado + Jamón de pavo + Mozzarella + Salsa holandés + Lettiga crujiente + Tomate + Pepinillo</i> |  |
| SÁNDWICH LUCAS \$2,30 <i>Supuriti + Salsa holandés + Jamón + Mozzarella + Lettiga crujiente + Tomate</i> |  |
| SÁNDWICH JUANES \$2,00 <i>Pan tostado + Pavo + Salsa de queso + Aguacate + Lettiga crujiente + Tomate + Cheddar parís</i> |  |

Bebidas

| | |
|---|---|
| CAFÉ BETESDA \$1,20 |  |
| CAPPUCCINO SARAI \$1,35 <i>Café + Leche nativa + chocolate + canela</i> |  |
| CAFÉ FRAPPEE GÉNESIS \$2,20 <i>Café + Leche evaporada + Mousse de chocolate</i> |  |
| INFUSIONES SALOMÓN \$1,00 <i>Morango, Menta, Canela, Anís</i> |  |
| BATIDOS ANA & ESTER \$1,50 <i>Mleche + Leche</i> |  |
| JUGOS (Jugos, Jugo, Jugo David) \$1,00 <i>Tomate, Zanahoria y Fresa</i> |  |



| | |
|------------------------------|--|
| AGUA \$0,50 | |
| GASEOSAS \$0,75 | |

Postres

| | |
|---|---|
| BROWNIE MOISÉS \$2,00 <i>Base de chocolate + Mantequilla + Galletitas</i> |  |
| TURCIA TRINIDAD \$2,25 <i>Base de leche + Mantequilla + Chocolate + Caramelo</i> |  |
| CHEESECAKE PEDRO \$2,25 <i>Galletitas crujientes + Mousse de queso + chocolate + frutas</i> |  |
| TIRAMISÚ PABLO \$2,25 <i>Café + Crema mascarpone + Mantequilla + Cacao + Licuadora</i> |  |

Bocadillos Tradicionales

| | |
|--|---|
| MINITAS MARTHA \$1,00 <i>Base + Crema coccinella + café negro + chocolate</i> |  |
| QUIMBOLITOS PABLO \$1,00 <i>Mantequilla de Anís + Mantequilla de maní + Crema coccinella + Galletitas + Chocolate</i> |  |
| BOLONES SALOMÉ \$1,25 <i>Mantequilla + Crema mascarpone + café</i> |  |
| TORTILLAS EL MANTO \$0,50 <i>Mantequilla + Mantequilla de Anís + Crema coccinella</i> |  |

Figura 16 Carta
 Fuente: (Investigación propia)
 Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.3.2. Precio

Se tomará en cuenta el precio referencial que arrojó la encuesta en donde los encuestados por lo general cuando salen a comer fuera gastan entre un promedio de 3 y 10 USD lo cual están dispuestos a pagar por un alimento y/o bebida, con esta referencia se estandarizarán las recetas en la etapa del estudio técnico, indistintamente los precios deben ser competitivos de acuerdo con el mercado aunque la *Cafetería Génesis* ofrece precios más bajos a comparación de los otros considerando que no siempre van a ser estable debido al aumento de los costos de la materia prima.

11.3.3. Plaza

La *Cafetería Génesis* estará en contacto directo con los clientes permitiendo que nuestro servicio llegue en condiciones óptimas hacia ellos, al ser los productores del servicio no existe intermediarios con nuestros clientes la táctica de la distribución será a través del canal directo es decir, productor – consumidor, debido a que la naturaleza del negocio es de obtención, transformación y elaboración de materia prima al producto final.



Figura 17 Canal de distribución

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Productor.- está representado por nuestra empresa puesto que se encarga de llevar el producto terminado directamente a las manos del consumidor.

Consumidor final.- son todas las personas que acceden al servicio que ofrece la *Cafetería Génesis* y degustan los productos de la carta, es decir, son quienes adquieren nuestros productos.

11.3.4. Promoción

La comunicación y publicidad es el elemento principal para la venta de alimentos y bebidas que ofrece la cafetería puesto que no es suficiente solo un precio atractivo, también hay que manejar el canal de transmisión adecuado para dar a conocer la *Cafetería Génesis*, es así que la difusión se realizará en base a los resultados obtenidos en la encuesta en donde el mayor porcentaje de la población optaron por recibir la publicidad y propaganda mediante el facebook, porque en la actualidad la mayor parte de la población usa dicha red social y a la vez se utilizará la promoción de boca a boca ya que un cliente satisfecho atrae más clientes.

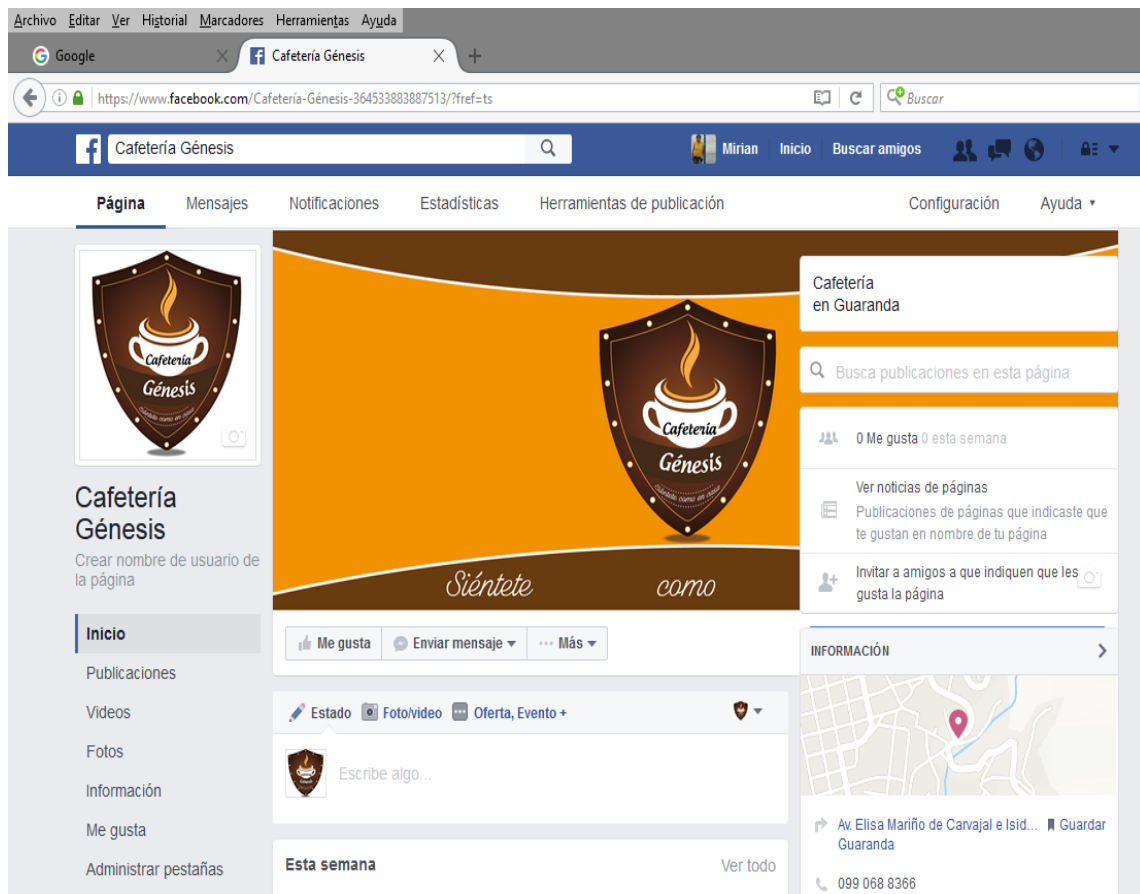


Figura 18 Promoción y publicidad

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)



Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Por otra parte, como estrategia de promoción se entregará la tarjeta de presentación sin costo a sus clientes, también se realizará un test de satisfacción al cliente para que la competencia no pueda hacer de nuestras debilidades sus fortalezas.



Figura 19 Tarjeta de presentación

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Cafetería Génesis

Test de satisfacción del cliente

1. ¿Cómo fue la atención por parte del personal de la cafetería?

Excelente

Bueno

Regular

2. ¿Cuál es su grado de satisfacción con los productos ofrecidos?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

3. ¿Recomendaría a la cafetería?

Seguro

Probablemente

No

Sugerencias:

.....

.....

.....

.....

Figura 20 Test de satisfacción
Fuente: (Investigación propia)
Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.4. Segmentación del mercado o mercado objetivo

Está dirigida a personas de nivel socio – económico medio, medio alto de la ciudad de Guaranda que gusten de socializar de la privacidad que se deleiten productos de calidad y que disfruten del aroma y el buen sabor del café y que aprecien la innovación y comodidad que ofrece la cafetería pues la decoración interna del local irá enfocado en la vida de JESUCRISTO.

Tabla 7 Segmentación

| VARIABLE | SEGMENTACIÓN |
|---------------------------|---|
| GEOGRÁFICA | |
| País | Ecuador |
| Región | Sierra |
| Provincia | Bolívar |
| Cantón | Guaranda |
| Parroquia | Ángel Polibio Chávez |
| Sector | Avenida Elisa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora |
| Número de habitantes | Según datos estadísticos del INEC 2010 hay 91.877 habitantes. |
| PEA | 22.916 habitantes |
| DENSIDAD | Urbana |
| CLIMA | Frío |
| DEMOGRÁFICA | |
| EDAD | 18 años hasta más de 60 años |
| GÉNERO | Masculino y femenino |
| RELIGIÓN | Católicos, cristiano evangélico, etc. |
| CONDUCTUAL | |
| OCASIONES DE COMPRA | Ocasiones normales y en fechas especiales |
| Beneficios pretendidos | Calidad Servicio personalizado Ambiente acogedor |
| GRADO DE LEALTAD | Fuerte |
| FRECUENCIA DE USO | Frecuente |
| ACTITUD HACIA EL PRODUCTO | Superar las expectativas de los clientes satisfaciendo todas las necesidades en la atención al cliente, los alimentos elaborados con materia prima de calidad y los muebles, enseres, menaje, vajilla y cubertería son de fácil limpieza; por ende el establecimiento siempre se mantiene limpio. |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.5. Competencia

La competencia indirecta de *Cafetería Génesis* son varios establecimientos pero el más cercano según las personas encuestadas es el Bar – Café Galería 7 Santos por ser un establecimiento posicionado en el mercado, para ello deberá tener estrategias para dar un plus en la comercialización de los alimentos y a la vez la atención al cliente debe ser único hasta el grado de satisfacer las necesidades o requerimientos del consumidor y en hacer las

cosas bien a la primera con actitud positiva y espíritu de servicio. Por consiguiente la cafetería tomará en cuenta los siguientes factores en la atención al cliente.

- Apariencia de instalaciones, el personal, baños, exhibidores.
- Entrega correcta y oportuna.
- Disposición para escuchar y resolver problemas.
- Cortesía, conocimiento de los productos y dominar condiciones y políticas.
- Facilidad de contacto, comunicación, gustos y necesidades.

Tabla 8 *Possible competencia*

| Nombre | Localización | Productos/servicios | Capacidad | N° de Mesas |
|------------------------------|---|---|-----------|-------------|
| Bar – Café Galería 7 Santos | Olmedo y Convención de 1884, Guaranda 03-298-0612 | Café, aperitivos, bebidas alcohólicas, música en vivo fines de semana y exposiciones ocasionales de arte. | 24 Pax | 6 |
| Bar Cafetería El Queso | General Enríquez y Salinas | Productos El Salinerito, café, chocolate, sándwich. | 12 Pax | 3 |
| Café, Heladería, Sweet Tomas | 9 de Abril entre Manuela Cañizares y Azuay | Helados, cupkes, bocaditos de sal y dulce, jugos, tortas, batidos, milkshakes, café chocolates, sándwich. | 12 Pax | 3 |
| Café Heladería Sweet Bakery | 9 de Abril 706 y Azuay 032982098 | Postres, ensalada de frutas, cafés, pizzas, sándwich, jugos, batidos, chocolates, tortas, y bocaditos | 16 Pax | 3 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.6. Análisis del sector

El sector comercial para la implementación de la *Cafetería Génesis* se encuentra en la ciudad de Guaranda parroquia Chávez en la calles Av. Elisa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora convirtiéndose en un sitio atractivo para invertir en este emprendimiento, dado el alto grado de incremento de la población y el desarrollo durante los últimos años ha abierto la entrada de nuevas tendencias en el sector gastronómico.

11.7. Macro localización

La *Cafetería Génesis* estará ubicada en Ecuador, provincia de Bolívar se encuentra en el centro del Ecuador limita al norte con la provincia de Cotopaxi, al sur con Guayas, al oeste con Los Ríos y al este con la provincia de Chimborazo.



Figura 21 Macro localización

Fuente: (<http://www.ecuadornoticias.com/2012/05/mapa-de-ecuador.html>)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.8. Micro localización

La *Cafetería Génesis* se ubicará en la zona céntrica de la ciudad de Guaranda en las calles Av. Elisa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora debido al grado de alta concurrencia de personas además varias instituciones públicas como escuelas y colegios por otra parte el aspecto importante para escoger este lugar fue porque hay espacio amplio y agradable para los transeúntes a la vez y hay lugar para parquear los vehículos, por lo tanto con la creación de la cafetería se busca que los consumidores encuentren en un mismo sitio varios productos como cafés, postres, bocadillos tradicionales, sándwich a más de pasar un momento ameno.

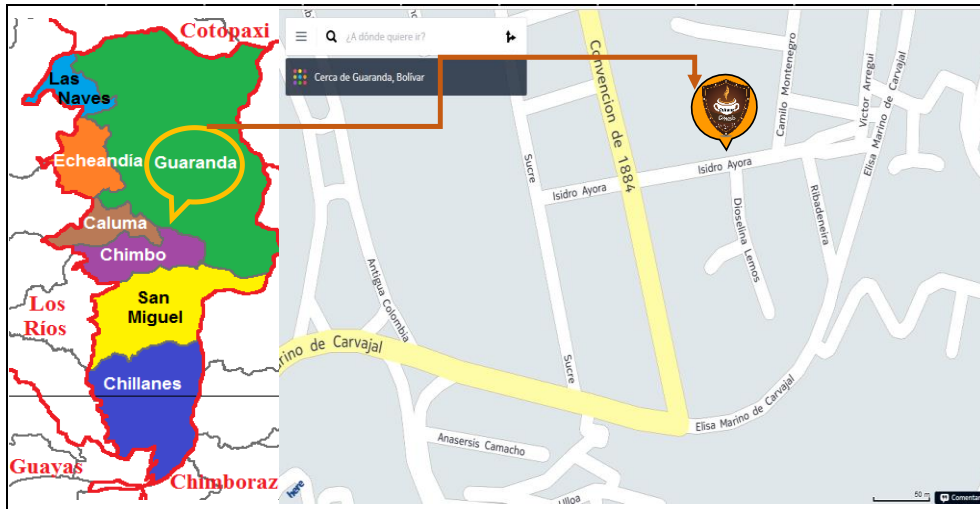


Figura 22 Micro localización


Fuente: ([https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Bol%C3%ADvar_\(Ecuador\)#/media/File:Cantones_de_Bol%C3%ADvar.png](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Bol%C3%ADvar_(Ecuador)#/media/File:Cantones_de_Bol%C3%ADvar.png))

Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.9. Cargos y funciones del área comercial

El área comercial estará a cargo de la persona capacitada que cumpla con los requerimientos solicitados por la empresa.

Tabla 9 Ficha profesiográfica

|  FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | | | | | | |
|---|-------------------|----|----------------------|---------------|-----------------|--|
| Departamento | Nombre del puesto | Nº | Personal a cargo | Horario | Jornada | |
| RRHH | CAJERO | 1 | 0 | 10:00 a 21:00 | Martes a Sábado | |
| Área | A quien reporta | | Fecha de elaboración | | | |
| COMERCIAL | ADMINISTRADORA | | 30/06/2016 | | | |
| RESUMEN DEL CARGO | | | | | | |
| Recibe a los clientes en caja y cobra de la venta de los alimentos. | | | | | | |
| FUNCIONES | | | | | | |
| Recibir la caja con cuentas claras. Firmar el recibo de entrega de dinero. Brindar a los clientes la lista de los precios y/o promociones de la cafetería. Despachar los pedidos extras. | | | | | | |
| PERFIL | | | | | | |
| Ser bachiller en contabilidad Experiencia mínima 1 año en cargos similares. Licencia de conducir. Sexo indistinto. Condiciones físicas y mentales en buen estado. | | | | | | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.10. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

11.10.1. Inversiones

Tabla 10 Muebles y enseres

| MUEBLES Y ENSERES | VALOR TOTAL |
|--------------------------|--------------------|
| MESAS | 900,00 |
| SILLAS | 660,00 |
| VITRINA | 250,00 |
| | 1.810 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

11.10.2. Gastos

Tabla 11 Publicidad

| GASTOS DE PUBLICIDAD | VALOR ANUAL |
|-----------------------------|--------------------|
| LOGOTIPO | 90,00 |
| CARTA DE MENÚ | 10,00 |
| RÓTULO | 100,00 |
| TARJETAS DE PRESENTACIÓN | 30,00 |
| | 230,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

XII. ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el estudio técnico se podrá determinar los procesos de elaboración de los productos a ofrecer, además de los utensilios y equipos necesarios para iniciar la actividad comercial y administrativa lo cual permitirá estimar la inversión que se debe hacer inicialmente. Por otra parte, se pudo identificar que no sería conveniente comprar un local comercial al inicio de las actividades de la cafetería por lo que se alquilará un local ambientado adecuadamente con compra a futuro.

12.1. 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 de operación y el volumen de venta, por consiguiente se puede mencionar que la capacidad de producción será en base a la capacidad instalada.

12.2. Capacidad de la planta

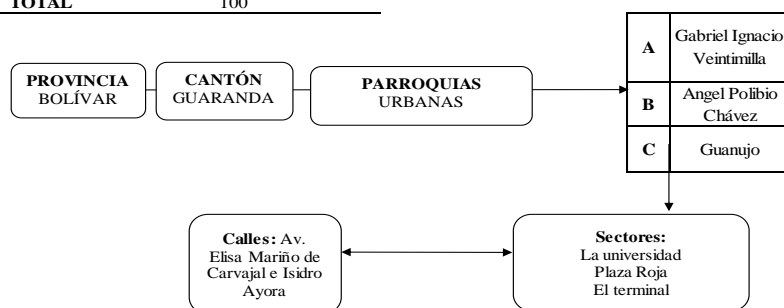
La capacidad de la *Cafetería Génesis* se determinará de acuerdo a la capacidad de aforo que tiene el comedor, en este caso el área del servicio abarca diez mesas con dos sillas dando lugar a veinte clientes a la vez con una posible rotación de 1,5 asimismo se tomará en cuenta la maquinaria y equipo instalada, por otra parte los alimentos y bebidas que ofrece son varias opciones por ello es fundamental que el talento humano esté capacitado con el fin de dar un servicio eficiente y eficaz superando las expectativas de los clientes.

12.3. Determinación de la localización de la planta

Tabla 12 *Parámetros de la localización*

| PARÁMETROS PARA LA DETERMINACIÓN DE LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA | | | | |
|---|------------------------------------|-----------|------------|-----------|
| | PARÁMETROS | A | B | C |
| A | Disponibilidad de materia prima | | X | X |
| B | Vías de comunicación | X | X | X |
| C | Acercamiento del mercado potencial | X | X | |
| D | Servicios básicos | X | X | X |
| E | Equipo y mano de obra calificada | X | X | X |
| | TOTAL | 60 | 100 | 70 |

| PESO POR IMPORTANCIA | |
|----------------------|------------|
| A | 20 |
| B | 40 |
| C | 20 |
| D | 10 |
| E | 10 |
| TOTAL | 100 |



Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

12.4. Estandarización de recetas

La receta estándar es una lista detallada de los ingredientes necesarios para la preparación de los diferentes alimentos y bebidas la misma que contiene ingredientes, cantidad, unidad de medida, costo unitario, costo total que sirven para establecer los precios de venta. A continuación se detalla el formato de la receta estándar:

Tabla 13 Formato de receta estándar

| NOMBRE DE LA RECETA: | | | | GRUPO: | | |
|-----------------------------|---------------|---------|--------|----------------|---------------|---------------|
| | | | | TIEMPO: | | NÚMERO DE PAX |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| CÁLCULOS | | | | | C. VARIABLE | |
| C.I.F 30% (PV) | | | | 5% | % VARIOS | |
| $\Sigma. C.P = CxP + C.I.F$ | | | | | TOTAL | |
| $U1 = PV - \Sigma CP$ | | | | | C. PAX | |
| $U2 = P.V.S - PV$ | | | | 33% | C.M.P O VENTA | |
| $U\ neta = U1 + U2$ | | | | | P.V.P | |
| | | | | | P.V.S | |

Tabla 14 Receta estándar

| NOMBRE DE LA RECETA: | Sándwich Mateo | | | GRUPO: | SÁNDWICH | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|---------------|---------------|
| | | | | TIEMPO: | 10 MIN | NÚMERO DE PAX |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL |
| Pan baguette | 800 | 800 | g | 1,50 | c/g | 2,40 |
| Queso holandés | 240 | 240 | g | 3,75 | c/g | 2,25 |
| Queso de Chanco | 120 | 120 | lb | 15,00 | c/kg | 1,80 |
| Mayonesa | 200 | 200 | g | 11,60 | c/g | 0,61 |
| Cebolla perla | 100 | 100 | g | 0,50 | c/lb | 0,11 |
| Lechuga crespá | 100 | 100 | g | 0,50 | c/g | 0,25 |
| Tomate | 150 | 150 | lb | 0,50 | c/lb | 0,17 |
| Sal/Pimienta | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 7,59 |
| C.I.F 30% (PV) | 0,72 | | | 5% | % VARIOS | 0,38 |
| $\Sigma. C.P = CxP + C.I.F$ | 1,52 | | | | TOTAL | 7,97 |
| $U1 = PV - \Sigma CP$ | 0,89 | | | | C. PAX | 0,80 |
| $U2 = P.V.S - PV$ | 0,48 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| $U\ neta = U1 + U2$ | 1,38 | | | | P.V | 2,41 |
| | | | | | P.V.S | 2,90 |

Fuente: (Investigación propia)

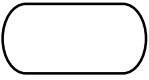

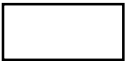

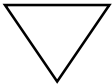
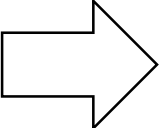
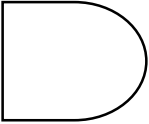
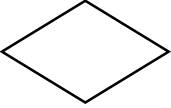
Elaborado por: (Mirian Pilco)

12.5. Proceso de producción del producto

El proceso de producción es la división de la operación dentro de área de producción en un establecimiento de alimentos y bebidas actividades diferentes que tiene como fin llevar un plato al comensal; es decir, es la transformación de materia prima o insumos en alimento o bebida por consiguiente se planificará y organizará conociendo los procedimientos y el tiempo que lleva realizar la preparación, además cuantas personas son responsables de cada proceso y así poder tener un mayor control sobre el establecimiento; especialmente en los costos que es lo que dará mayor utilidad lo que significa que a menor costo mayor margen de utilidad. En el proceso de producción se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- Verificación de equipos y utensilios de cocina.
- Requisición de materia prima.
- Pre producción de alimentos y preparación.
- Recepción de la comanda.
- Preparación de los alimentos.
- Inspecciones en proceso y final de los platos.
- Los alimentos serán preparados conforme a especificaciones de los clientes.
- Despachar el alimento.
- Limpieza de la cocina.
- Elaboración de reportes.

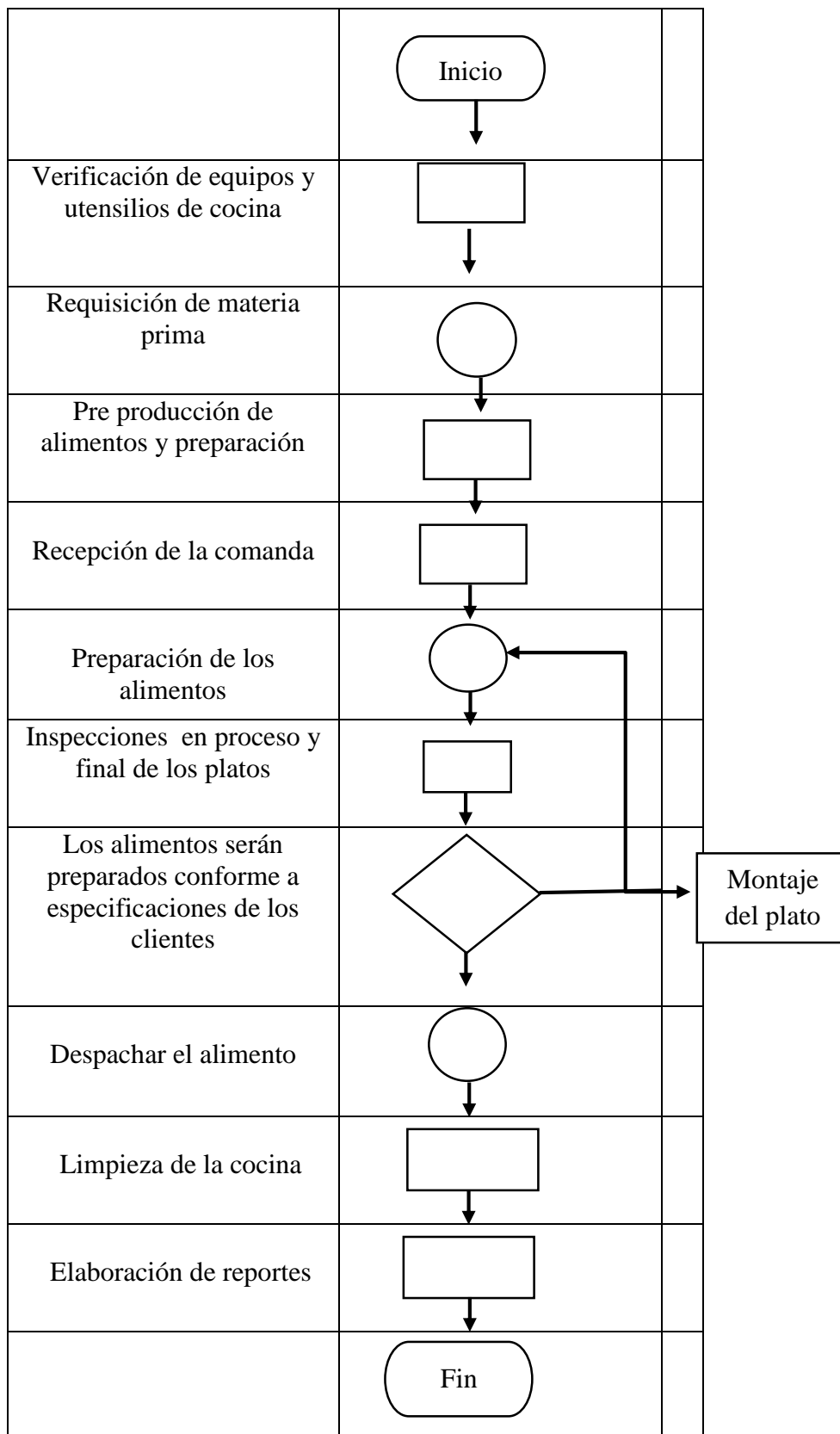
Tabla 15 Símbolo diagrama de flujo

| SÍMBOLO | SIGNIFICADO | ACTIVIDAD |
|---|----------------|---|
|  | INICIO/FIN | De una actividad |
|  | OPERACIÓN | Operaciones, fases del proceso, método o procedimiento. |
|  | INSPECCIÓN | Representa el hecho de verificar la naturaleza, calidad y cantidad de los insumos y producto. |
|  | ALMACENAMIENTO | Indica el almacenamiento de productos terminados. |
|  | ALMACENAMIENTO | Indica el almacenamiento de materia prima. |
|  | TRANSPORTE | Transportación. Indica el movimiento de personas, material o equipo. |
|  | DEMORA | Indica el retraso del proceso método o procedimiento. |
|  | DECISIÓN | Representa el hecho de efectuar una selección o decidir una alternativa específica de acción. |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 16 *Flujogramas de producción*



Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

12.6. Diseño de planta

La distribución interna de la cafetería Génesis se diseñó principalmente enfocándose a la comodidad del cliente y del talento humano que laborarán, por ello la caja se colocará junto a un mesón grande con el fin de facilitar el pago y al mismo tiempo cuando los clientes salgan puedan observar los productos que se ofertan en la cafetería especialmente los postres que se van a exhibir en la vitrina. Por otra parte en las paredes internas del local se ubicarán mensajes positivos y de superación, mientras se acercan a realizar el pedido o a cancelar ellos tienen la posibilidad de observar la decoración interna de la cafetería, asimismo en la parte superior derecha se colocarán las diez mesas con capacidad para dos personas cada una de las mesas se identificarán no con números sino con los **10 mandamientos de Dios** con el fin de resaltar la temática de la cafetería.

1. No tendrás dioses ajenos delante de mí.
2. No te harás imagen, ni ninguna semejanza de lo que esté arriba en el cielo, ni abajo en la tierra, ni en las aguas debajo de la tierra.
3. No tomarás el nombre de Jehová tu Dios en vano.
4. Acuérdate del día de reposo para santificarlo.
5. Honra a tu padre y a tu madre.
6. No matarás.
7. No cometerás adulterio.
8. No hurtarás.
9. No mentirás.
10. No codiciarás la casa de tu prójimo, no codiciarás la mujer de tu prójimo, ni su siervo, ni su criada, ni su buey, ni su asno, ni cosa alguna de tu prójimo.

Por otro parte las sillas serán de tipo pufs para que el cliente se sienta cómodo y pueda estar confortable estos asientos estos serán identificados con los nombres de **discípulos de Jesús** como se detalla a continuación:

1. **Simón** Jesús lo llamó Pedro, que significa piedra, quizás por su fuerte carácter y temperamento. Siempre actuaba con mucha pasión. Era pescador de profesión y negó a Jesús tres veces cuando fue arrestado.
2. **Jacobo** hermano mayor de Juan y primo de Jesús su ministerio fue predicar en Jerusalén y en Judea, hasta que Herodes lo mando a matar
3. **Juan** el más joven de todos y el autor del cuarto evangelio, 1, 2 y 3ra de Juan y Apocalipsis. Fue el único que no abandono a Jesús durante su juicio. Jesús lo llamo "el discípulo amado".
4. **Andrés:** como su hermano Pedro, era pescador la tradición dice que fue condenado a crucifixión no sintiéndose digno de morir al igual que Jesús, lo crucificaron con la cabeza hacia abajo.
5. **Felipe:** quizás pescador de profesión común en Betsaida de donde era predicó el evangelio en Frigia y Hierápolis.
6. **Bartolomé** su primer nombre fue Nataniel, y cuando Jesús lo llamó dijo que este era "un verdadero israelita".
7. **Mateo** también llamado Levi, es el autor del primer evangelio. Era un colector de impuestos y por eso tenía mala fama de ser ladrón y traicionero su vida cambió cuando Jesús lo llamó.
8. **Tomás** al escuchar sobre la resurrección dijo que tenía que verlo para creerlo. El ser testigo de la vida, muerte y resurrección de Jesús hizo que Tomas viajara hasta la India predicando y allí murió.
9. **Jacobo** era de Galilea llevó el evangelio hasta Palestina y Egipto, donde murió.

10. Tadeo también lo conocían como Judas y Lebeo llevó el evangelio hasta Edesa cerca del río Éufrates.

11. Simón el cananita un judío nacionalista fanático que odiaba a Roma. Jesús cambió su corazón y Simón dedicó su vida al evangelio.

12. Judas Iscariote posiblemente era de Judá traicionó a Jesús y fue cómplice de su arresto. Al darse cuenta de la gravedad de sus acciones, Judas se ahorcó.

Matías no fue uno de los originales, pero fue escogido por los otros 11 para tomar el lugar que Judas dejó vacío.

Además existen más personajes según la biblia en el nuevo testamento como:

Pablo oriundo de Cilicia (Tarso) su familia era de la tribu de Benjamín fue educado como fariseo era muy culto dominaba varios idiomas y conocía las literaturas hebrea y griega.

Saulo, su nombre en lengua hebrea, fue un gran perseguidor de la Iglesia.

Esteban fue el primer mártir que murió apedreado por la causa de Jesús.

Al otro extremo del comedor se encuentran los sanitarios con el fin de evitar ruidos y malos olores, en la parte delantera del comedor se encuentra la salida de emergencia, detrás de ella se encuentra el área de producción seguidamente el cuarto de refrigeración como se puede observar en el siguiente gráfico.

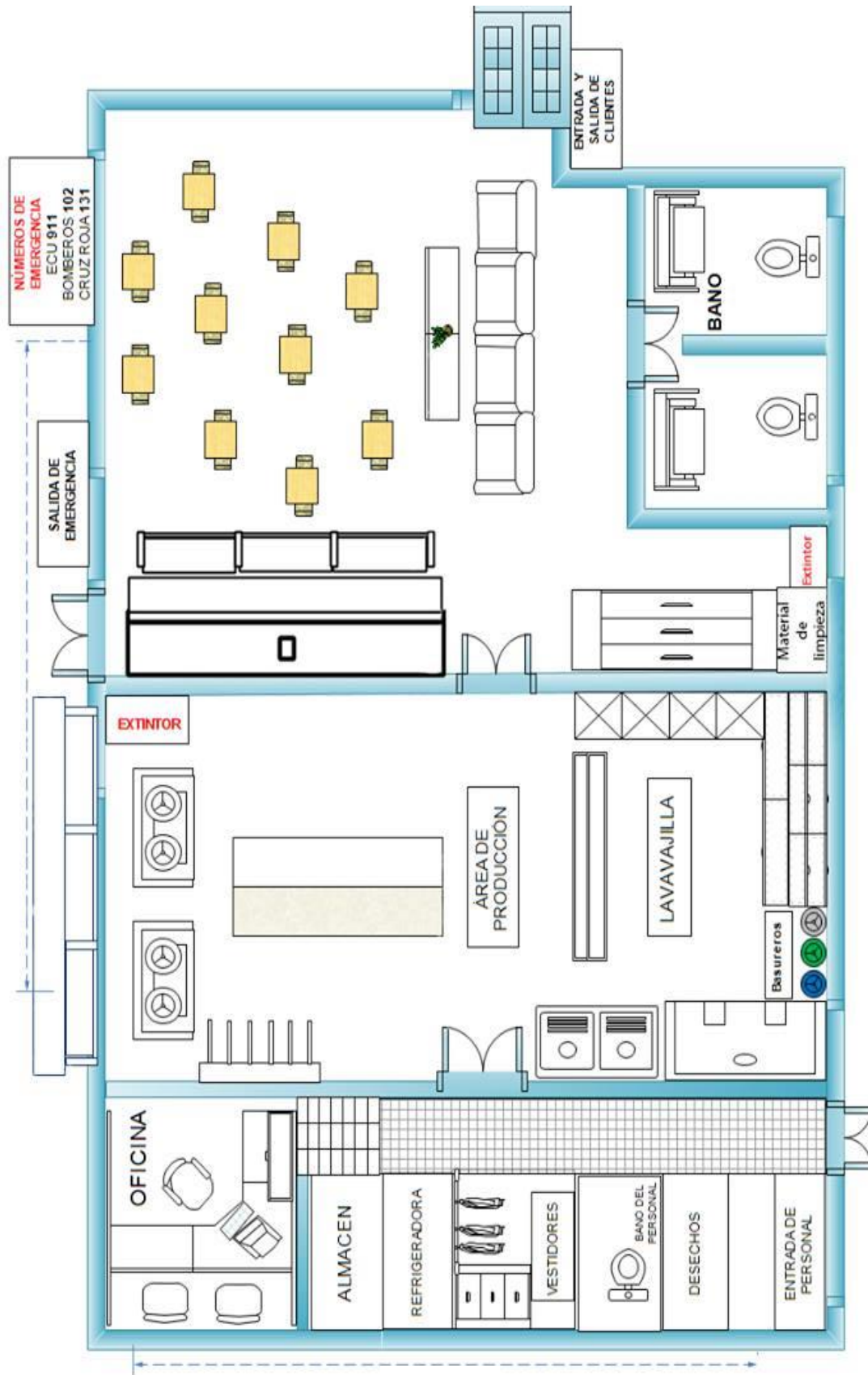



Figura 23 Diseño de planta
Fuente: (Investigación propia)
Elaborado por: (Mirian Pilco)

Requerimiento de talento humano de producción


Tabla 17 *Ficha de chef*

|  FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | | | | | |
|--|-------------------|----|----------------------|------------------|--------------------|
| Departamento | Nombre del puesto | Nº | Personal a cargo | Horario | Jornada |
| RRHH | CHEF | 1 | 1 | 10:00 a 21:00 | Martes a Sábado |
| Área | A quien reporta | | Fecha de elaboración | | |
| PRODUCCIÓN | ADMINISTRADORA | | 30/06/2016 | | |
| RESUMEN DEL CARGO | | | | | |
| Es el encargado de crea un excelente menú donde lo primordial es agradecer al comensal y a la vez mantener armonía en el ambiente de trabajo. | | | | | |
| FUNCIONES | | | | | |
| <p>Controlar la calidad de lo materia prima.</p> <p>Coordinar los asuntos del personal de cocina.</p> <p>Elaborar informes de la actividad.</p> <p>Elaborar y autorizar pedidos o transferencias.</p> <p>Verificar las comandas.</p> <p>Velar por la reducción de costos.</p> <p>Supervisar desempeño del personal a su cargo.</p> | | | | | |
| PERFIL | | | | | |
| <p>Ser técnico gastronómico o carreras afines.</p> <p>Experiencia mínima 1 año en cargos similares.</p> <p>Licencia de conducir.</p> <p>Sexo indistinto.</p> <p>Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p> | | | | | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 18 Ficha ayudante de cocina

|  FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | | | | | |
|---|--------------------|----|----------------------|---------------|-----------------|
| Departamento | Nombre del puesto | Nº | Personal a cargo | Horario | Jornada |
| RRHH | AYUDANTE DE COCINA | 1 | 0 | 10:00 a 21:00 | Martes a Sábado |
| Área | A quien reporta | | Fecha de elaboración | | |
| PRODUCCIÓN | Chef | | 30/06/2016 | | |
| RESUMEN DEL CARGO | | | | | |
| <p>Es el encargado realizar el mise en place para los menús de los días, mantener el orden y la limpieza en el área de producción además deberá asistir al chef en todo lo que él requiera.</p> | | | | | |
| FUNCIONES | | | | | |
| <p>Colaborar con el orden y aseo. Cumplir normas de manipulación de alimentos. Realizar el mise en place del menú. Realizar funciones extraordinarias.</p> | | | | | |
| PERFIL | | | | | |
| <p>Ser técnico gastrónomo o carreras afines. Experiencia mínima 1 año en cargos similares. Sexo indistinto. Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p> | | | | | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

XIII. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

Mediante el análisis de inversión se conocerá el monto económico que se necesita para este emprendimiento con el fin de poner en marcha el negocio con la adquisición de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo.

13.1. Estructura de los costos de producción

Tabla 19 *Combustible y lubricantes*

| SERVICIOS BÁSICOS | PROVEEDOR | UNIDAD | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
|-----------------------------------|-------------|-----------------|------------------|---------------|
| AGUA | E-P EMAPA-G | cm ³ | 22,45 | 269,40 |
| LUZ | EEB S.A. | Kw/h | 23,58 | 282,96 |
| INTERNET | CNT | 20 Megas | 22,69 | 272,28 |
| TELÉFONO | CNT | Minutos | 12,00 | 144 |
| TOTAL | | | 80,72 | 968,64 |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | | | | |
| TIPO | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR TRIMESTRAL | VALOR ANUAL |
| GLP INDUSTRIAL | 15 kg | 0,25 | 54,00 | 216,00 |
| MOVILIZACIÓN | | 3,00 | 180,00 | 720,00 |
| TOTAL | | | 234,00 | 936,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

13.2. Mantenimiento

Tabla 20 *Mantenimiento*

| MANTENIMIENTO | | |
|----------------------------|---|---------------|
| DETALLE | PROVEEDOR | VALOR |
| COCINA | CENMEC Av. Simón Bolívar entrada principal a Guanujo – Guaranda Bolívar – Ecuador | 80,00 |
| REFRIGERADORA | DUREX | 80,00 |
| HORNO | INOX | 90,00 |
| TOTAL MANTENIMIENTO | | 250,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

13.3. Depreciación

Tabla 21 Depreciación

| BIEN | VALOR (Sin IVA) | VALOR RESIDUAL | VALOR A DEPRECIAR ANUAL |
|---------------------|-----------------|----------------|-------------------------|
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 6.400,00 | 640,00 | 576,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 1.956,14 | 195,61 | 176,05 |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | 1.140,35 | 114,04 | 342,11 |
| TOTAL | 9.496,49 | 949,65 | 1.094,16 |

| BIEN | VALOR 100% | ADMINISTRACIÓN 25% | VENTAS 25% |
|---------------------|------------|--------------------|------------|
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 6.400 | 1.600 | 1.600 |
| BIEN | VALOR 100% | ADMINISTRACIÓN 25% | VENTAS 50% |
| MUEBLES Y ENSERES | 1.956 | 489,04 | 978,07 |
| BIEN | VALOR 100% | ADMINISTRACIÓN 50% | VENTAS 25% |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | 1.140,35 | 570,18 | 285,09 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

13.4. Materia Prima Directa

Tabla 22 Materia prima

| RECETA | COSTO DE M. P. * PAX | COSTO DIARIO | COSTO MENSUAL | COSTO TRIMESTRAL | ANUAL |
|----------------------|----------------------|--------------|---------------|------------------|----------|
| SÁNDWICH MATEO | 0,80 | 4,78 | 95,58 | 286,75 | 1.146,98 |
| SÁNDWICH MARCOS | 0,73 | 0,45 | 9,02 | 27,06 | 108,24 |
| SÁNDWICH LUCAS | 0,63 | 3,79 | 75,90 | 227,70 | 910,79 |
| SÁNDWICH JUANES | 0,55 | 3,31 | 66,20 | 198,59 | 794,36 |
| CAFÉ BETESDA | 0,33 | 3,33 | 66,68 | 200,03 | 800,10 |
| CAPPUCCINO SARAI | 0,38 | 2,25 | 45,05 | 135,15 | 540,59 |
| CAFÉ FRAPPEE GÉNESIS | 0,60 | 3,00 | 59,91 | 179,74 | 718,97 |

| | | | | | |
|--------------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|------------------|
| INFUSIONES SALOMÓN | 0,21 | 1,03 | 20,65 | 61,96 | 247,84 |
| BATIDO ANA | 0,36 | 2,14 | 42,84 | 128,52 | 514,08 |
| BATIDO ESTER | 0,47 | 2,34 | 46,77 | 140,30 | 561,20 |
| JUGOS JACOB | 0,19 | 0,93 | 18,51 | 55,52 | 222,08 |
| BROWNIE MOISÉS | 0,81 | 4,88 | 97,58 | 292,73 | 1.170,91 |
| TORTA TRINIDAD | 1,03 | 5,14 | 102,73 | 308,20 | 1.232,79 |
| CHEESECAKE PEDRO | 0,97 | 4,84 | 96,80 | 290,39 | 1.161,57 |
| TIRAMISÚ JUDAS | 0,98 | 4,92 | 98,45 | 295,34 | 1.181,36 |
| HUMITAS MARTA | 0,67 | 3,37 | 67,31 | 201,92 | 807,69 |
| QUIMBOLITOS PABLO | 0,78 | 3,89 | 77,83 | 233,50 | 933,99 |
| BOLONES SALOMÉ | 0,74 | 3,68 | 73,53 | 220,58 | 882,32 |
| TORTILLAS EL MANTO | 0,46 | 2,31 | 46,14 | 138,41 | 553,62 |
| AGUA NATURAL | 0,50 | 2,50 | 50,00 | 150,00 | 600,00 |
| GASEOSAS | 0,75 | 3,75 | 75,00 | 225,00 | 900,00 |
| TOTAL | 12,93 | 66,62 | 1.332,46 | 3.997,37 | 15.989,47 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

13.5. Mano de obra directa

La cafetería requiere de un chef y un ayudante de cocina (hombre o mujer) que se encarguen de la elaboración de los productos detallados anteriormente quienes se encargarán de la parte productiva del negocio.

Tabla 23 M.O.D.

| CARGO | SUELDO MENSUAL | SUELDO AÑO |
|---------------------|----------------|------------|
| CHEF ADMINISTRADORA | 370,87 | 4.450,44 |
| AYUDANTE DE COCINA | 368,67 | 4.424,04 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

CIF Costos indirectos de fabricación

El responsable de la cafetería que es la propietaria, un cajero quien recibirá y cobrará los pedidos de los clientes y un mesero que se encargará de la atención de los pedidos a la mesa.

Tabla 24 *Mano de obra indirecta*

| CARGO | SUELDO MENSUAL | SUELDO AÑO |
|------------------------|-----------------------|-------------------|
| SALONERO POLIVALENTE | 369,40 | 4.432,80 |
| CAJERO | 369,77 | 4.437,24 |
| TOTAL DE M.O.I. | 739,17 | 8.870,04 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

13.6. Requerimiento de activos fijos área de producción

Tabla 25 *Maquinaria y equipo*

| MAQUINARIA Y EQUIPO | CANTIDAD | VALOR U. | VALOR TOTAL |
|----------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| COCINA INDUSTRIAL | 1 | 120,00 | 120,00 |
| REFRIGERADORA | 1 | 400,00 | 400,00 |
| MICROONDA | 1 | 146,00 | 146,00 |
| MÁQUINA CAFETERA | 1 | 2.500,00 | 2.500,00 |
| BATIDORA ELÉCTRICA | 1 | 700,00 | 700,00 |
| HORNO | 1 | 2.200,00 | 2.200,00 |
| EXTRACTOR DE OLOR | 1 | 210,00 | 210,00 |
| INFOCUS | 1 | 800,00 | 800,00 |
| PARLANTE AMPLIFICADOR | 1 | 220,00 | 220,00 |
| CILINDROS DE GAS | 2 | 90,00 | 180,00 |
| | | 7.386,00 | 7.476,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 26 *Menaje y vajilla*

| MENAJE Y VAJILLA | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | V. TOTAL |
|-------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| JUEGO DE OLLAS | 6 | 10,00 | 60,00 |
| BATIDORA MANUAL | 2 | 3,00 | 6,00 |
| CUCHILLO CEBOLLERO | 1 | 12,00 | 12,00 |
| PUNTILLA | 2 | 2,00 | 4,00 |
| CUCHILLO PARA PAN | 1 | 8,20 | 8,20 |
| CHAIRA | 1 | 8,00 | 8,00 |
| BOLW EXTRA GRANDE | 3 | 15,00 | 45,00 |
| BOWL GRANDE | 6 | 7,00 | 42,00 |
| BOWL MEDIANO | 6 | 2,75 | 16,50 |
| BOWLPEQUEÑO | 6 | 1,00 | 6,00 |
| OLLA DE PRESIÓN | 1 | 38,00 | 38,00 |

| | | | |
|------------------------|----|---------------|-----------------|
| MOLDE DE PIE | 2 | 4,00 | 8,00 |
| MOLDE DE TORTA MEDIANA | 3 | 3,25 | 9,75 |
| ESPÁTULA DE GOMA | 2 | 5,00 | 10,00 |
| JUEGO DE TAMIZ | 1 | 2,00 | 2,00 |
| JARRA PLÁSTICA | 3 | 1,50 | 4,50 |
| PINZAS | 1 | 2,00 | 2,00 |
| PIREX | 1 | 11,99 | 11,99 |
| EXPRIMIDOR | 1 | 1,25 | 1,25 |
| TABLAS PARA PICAR | 3 | 8,95 | 26,85 |
| CHAROLAS MEDIANAS | 2 | 10,00 | 20,00 |
| ESPUMADERA | 1 | 2,50 | 2,50 |
| CUCHARÓN PEQUEÑO | 1 | 2,25 | 2,25 |
| MANGA PASTELERA | 1 | 4,39 | 4,39 |
| TAZAS MEDIDORAS | 1 | 4,75 | 4,75 |
| CUCHARAS MEDIDORAS | 1 | 3,25 | 3,25 |
| BROCHA | 1 | 2,25 | 2,25 |
| BAILARINA | 1 | 51,00 | 51,00 |
| MOLDE DE BAVARIOSE | 4 | 3,00 | 12,00 |
| RALLADOR | 1 | 2,85 | 2,85 |
| LATAS MEDIANAS | 4 | 13,00 | 52,00 |
| SANDUCHERA | 1 | 22,00 | 22,00 |
| PROCESADOR | 1 | 15,00 | 15,00 |
| BALANZA | 1 | 24,00 | 24,00 |
| LICUADORA | 1 | 85,00 | 85,00 |
| TAZAS PARA CAFÉ | 36 | 1,50 | 54,00 |
| PLATOS BASE PEQUEÑO | 36 | 1,75 | 63,00 |
| PLATOS MEDIANOS | 36 | 2,25 | 81,00 |
| PLATOS GRANDES | 36 | 2,40 | 86,40 |
| VASOS PARA BATIDOS | 36 | 0,95 | 34,20 |
| VASOS CAPPUCINO | 36 | 0,95 | 34,20 |
| COPAS | 36 | 1,00 | 36,00 |
| JARRAS DE CRISTAL | 5 | 2,00 | 10,00 |
| CUCHARA SOPERAS | 24 | 0,35 | 8,40 |
| CUCHARAS DE CAFÉ | 36 | 0,35 | 12,60 |
| TENEDOR | 24 | 0,35 | 8,40 |
| CUCHILLOS | 24 | 0,35 | 8,40 |
| LIMPIONES | 10 | 2,00 | 20,00 |
| | | 408,33 | 1.081,88 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Pilco, 2016)

Tabla 27 Muebles y enseres producción

| MUEBLES Y ENSERES | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------------------|-----------------------|--------------------|
| ESTANTERÍAS | 150,00 | 150,00 |
| MESA DE TRABAJO | 270,00 | 270,00 |
| | 420,00 | 420,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 28 Equipo de cómputo

| EQUIPO DE CÓMPUTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| COMPUTADORA | 1 | 750,00 | 750,00 |
| IMPRESORA | 1 | 250,00 | 250,00 |
| CAJA REGISTRADORA | 1 | 300,00 | 300,00 |
| | | 1300,00 | 1300,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 29 Materiales indirectos

| MATERIALES INDIRECTOS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| FUNDAS ESTÁNDAR 100 u | 2 | 0,50 | 1,00 |
| CONTENEDORES PEQUEÑOS 100 u | 2 | 1,25 | 2,50 |
| PALILLOS 180 u | 2 | 0,50 | 1,00 |
| PAPEL ALUMINIO 2 | 1 | 6,46 | 6,46 |
| PAPEL FILM 2 | 2 | 1,65 | 3,30 |
| SORBETES 100 | 2 | 0,25 | 0,50 |
| PAPEL ENCERADO 2 | 2 | 2,49 | 4,98 |
| VASOS TÉRMICOS 100 | 2 | 1,25 | 2,50 |
| FUNDAS DE PAPEL 100 | 2 | 1,00 | 2,00 |
| SERVILLETAS 300 u | 2 | 1,55 | 3,10 |
| CUCHARAS DE POSTRE 200 u | 2 | 0,50 | 1,00 |
| | | 17,40 | 28,34 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 30 *Suministros y materiales*

| SUMINISTROS Y MATERIALES | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|---------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| CLORO | 1 | 4,42 | 4,42 |
| DEJA | 1 | 5,73 | 5,73 |
| DESINFECTANTE | 1 | 3,75 | 3,75 |
| ESCOBA | 3 | 1,20 | 3,60 |
| TRAPEADOR | 3 | 1,50 | 4,50 |
| ATOMIZADOR | 2 | 0,85 | 1,70 |
| CEPILLO DE LAVAR | 1 | 0,75 | 0,75 |
| CEPILLO PARA BAÑO | 2 | 1,45 | 2,90 |
| JABÓN LÍQUIDO | 2 | 1,99 | 3,98 |
| BASUREROS | 2 | 10,95 | 21,90 |
| FUNDAS DE BASURA | 2 | 2,95 | 5,90 |
| QUITAGRASA | 1 | 4,73 | 4,73 |
| LAVAJILLA | 1 | 2,52 | 2,52 |
| ESPONJA | 2 | 1,82 | 3,64 |
| LUSTRE | 2 | 0,75 | 1,50 |
| PAPEL HIGIÉNICO FAMILIAR | 2 | 5,60 | 11,20 |
| MALLAS DE CABELLO | 2 | 4,00 | 8,00 |
| GUANTES DE LÁTEX | 1 | 9,00 | 9,00 |
| MASCARILLA | 1 | 5,00 | 5,00 |
| | 32 | 68,96 | 104,72 |

| COSTO 100% | PRODUCCIÓN 50% | ADMINISTRACIÓN 30% | VENTAS 20% |
|-------------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| 1.256,64 | 628 | 377 | 251 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 31 *Requerimiento de activo fijo*

| ACTIVOS FIJOS | | |
|-----------------------------------|-----------------------|--------------------|
| | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 7.386,00 | 7.476,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 850,00 | 2.230 |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | 1.300 | 1300,00 |
| SUB-TOTAL DE ACTIVOS FIJOS | | 11.006,00 |
| INVENTARIOS | | |
| | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| MENAJE Y VAJILLA | 408,33 | 1.081,88 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 68,96 | 104,72 |
| MATERIALES IDIRECTOS | 17,40 | 28,34 |
| SUB -TOTAL DE INVENTARIO | | 1.214,94 |
| TOTAL ACTIVOS + INVENTARIO | | 12.220,94 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

13.7. Programa pre – operativo

13.7.1. Muestras, pruebas y ensayos

Tabla 32 *Muestras y pruebas*

| RESPONSABLE | TIEMPO | COSTO POR TIEMPO (\$) | COSTO TOTAL |
|---------------------|---------------|------------------------------|--------------------|
| Chef administrador | 1:00H 30 " | 540,73 | 8,25 |
| Ayudante de cocina | 1:00H 30 " | 537,52 | 5,24 |
| Gerente propietario | 1:00H 30 " | 540,73 | 3,25 |
| | | TOTAL | 16,75 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Pruebas

Estas se realizaron con los productos de mayor costo, medio y bajo costo para obtener un precio en donde la variación de pesos de los ingredientes serán significativas hasta obtener una receta estándar adecuada en la cual el valor designado para la materia prima de estas se

tomó de la receta estándar en base al costo de materia prima requerido y el monto fue de un tope de 16,75 USD.

Muestras

Se obtendrán pequeñas porciones de los productos que dieron como resultado de las pruebas todos de un tamaño similar y serán colocados en recipientes adecuados.

Degustaciones se realizarán mediante el test de aceptabilidad (Anexo 6) en donde los degustadores describirán el sabor, color y aroma de los productos que irá complementado a la muestra cuchara, servilleta, platos desechables los mismos que no deberán superar un costo mínimo de 2,00 USD.

Costos de control de calidad el encargado de realizar el control de costos será el Chef porque la empresa no contará con ningún gasto adicional para realizar esta acción más que el de su salario. Los costos deberán ser controlados mediante un registro de los productos existentes dando seguimiento de todas las actividades desde la compra hasta la venta de los productos terminados. Estos procesos variarán dependiendo del tipo de preparación de los productos los costos en una operación de servicios de alimentos y bebidas componen varios aspectos que puede impactar negativamente durante a la empresa. Algunos de ellos pueden ser: compra de materia prima escasa, incrementos en los precios en el mercado, desperdicios, falta de estandarización en las porciones servidas, variaciones en la composición de platos vendidos.

XIV. ESTUDIO AMBIENTAL

El estudio ambiental es una herramienta básica para la toma de decisiones en el proyecto y se exigirá para tomar medidas de mitigación en cuanto a la aplicación de política estrategia y/o acción tendiente para minimizar los impactos adversos que se presentaren con la implementación de la cafetería con esto se pretende reducir los desechos.

Tabla 33 Medidas de mitigación

| DAÑOS OCASIONADOS POR PROCESOS DE PRODUCCIÓN | MEDIDAS DE MITIGACIÓN | REQUERIMIENTOS | COSTO \$ |
|---|--|--|-----------------|
| AGUA | | | |
| Los desperdicios sólidos obstruyen en el drenaje del agua en el lavabo. | Separar los desperdicios sólidos de líquidos con el fin evitar la obstrucción de paso del agua por la tubería. | Mallas Botes grandes | 8,00 |
| Evitar el desperdicio de agua | Reducir | | |
| Contaminación del agua mediante la materia grasa | Reciclar el aceite quemado. | Bidones de aceite de 20 litros. | 5,00 |
| SUELO | | | |
| Contaminación del suelo con fundas plásticas, envase de vidrio y plástico, cartones, papeles. | Reutilizar, reciclar, reducir | Tachos de basura de colores para que se pueda identificar con facilidad el tipo de basura. | 15,00 |
| El aire producido por el horno es caliente | Reducir | Colocar extractor de olor en el área de producción. | |
| RR.HH (Salud Ocupacional) Contaminación en la recolección de desechos. | Usar protección con el fin de evitar la contaminación. | Mascarillas Guantes | 8,00 |
| TOTAL | | | 36,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

14.1. Acciones remediables 3rs.

Para tomar las acciones remediales en primera instancia hay que tomar conciencia del desperdicio que se va a generar día a día, para ello, una de las claves para contribuir al mejoramiento medioambiental es aplicando las tres erres. Se **reducirá** el consumo de agua y de la energía eléctrica desconectando los equipos eléctricos que no se usen en este momento, también se cambiará los focos tradicionales por los ahorradores. Se **reutilizarán** los envases vidrio y/o plástico también se reutilizarán el agua que sale del lavado de fruver para la limpieza de los contenedores de basura del mismo modo las fundas plásticas que se obtiene en las compras del mercado se rehusará para recoger la basura además se usarán las hojas de papel bond a las dos lados. Se reciclará materiales que no pueden utilizarse para su objetivo inicial como: envases plásticos, cartones, envases de vidrio, además se clasificarán los desechos orgánicos e inorgánicos con el fin de cumplir con la responsabilidad ambiental y de facilitar el trabajo de los recolectores de basura. Con los desperdicios orgánicos se puede hacer un abono casero porque en la actualidad existen muchas personas poseen el huerto con productos orgánicos.

XV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL


15.1. Organización de la empresa

15.1.1. Área administrativa

El área administrativa tiene como función principal llevar a cabo la planificación estratégica de la empresa definir misión, visión, políticas, analizar la situación de la empresa y establecer objetivos, estrategias y técnicas para conseguir las metas. Es así que la administradora deberá asignar recursos humanos, tecnológicos y económico en el establecimiento de A&B también fijará la producción diaria, semanal y mensual de los productos, dichos recursos serán

asignados dependiendo de la proyección de ventas, costos fijos y variables para obtener utilidades.

Tabla 34 *Ficha de la administradora*

| CARGO | ADMINISTRADORA |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">FUNCIONES</p>  | <p>Organiza, controla, y dirige las actividades. Establece metas en lo referente a brindar un servicio. Realiza los presupuestos de ingresos y gastos. Promueve la ejecución del reglamento de trabajo. Establece sistemas de motivación para sus colaboradores. Implanta políticas. Organiza, controla, y dirige todas y cada una de las actividades</p> |
| <p style="text-align: center;">RESPONSABILIDADES</p> | <p>Es la encargada de administrar la cafetería, creando un ambiente cálido de trabajo entre el cliente interno y externo en donde prime la cordialidad.</p> |
| <p style="text-align: right;">SUELDO</p> <p>APORTE PATRONAL 12,15%</p> <p style="text-align: right;">TOTAL MENSUAL</p> <p style="text-align: right;">TOTAL ANUAL</p> | <p style="text-align: right;">370,87</p> <p style="text-align: right;">45,06</p> <p style="text-align: right;">415,93</p> <p style="text-align: right;">4.991,17</p> |


Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

15.1.2. Área productiva

La sección de producción en una empresa de A&B se considera como el corazón de la misma y si la actividad de esta sección se interrumpe, toda la empresa deja de ser productiva, por ello el área de producción debe tomar en cuenta las actividades como: planeación y distribución de materia prima, higiene y seguridad y el control de la producción. En ésta área es donde se determina la secuencia de las operaciones, las inspecciones y los métodos, se asignan tiempos, se proyecta, se distribuye y se logra la satisfacción del cliente.


Tabla 35 Ficha del Chef

| CARGO | CHEF |
|---|--|
| FUNCIONES  | Controlar la calidad de los procesos. Coordinar los asuntos del personal de cocina. Elaborar y autorizar pedidos. Contabilizar comandas Supervisar desempeño del personal a su cargo. Velar por la reducción de costos. |
| RESPONSABILIDADES | Es el encargado de todo lo relacionado con el menú , crea las opciones para la carta donde lo primordial es agradar al comensal. |
| SUELDO | 370,87 |
| APORTE PATRONAL 12,15% | 45,06 |
| TOTAL MENSUAL | 415,93 |
| TOTAL ANUAL | 4.991,17 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 36 Ficha de ayudante de cocina

| CARGO | AYUDANTE DE COCINA |
|---|---|
| FUNCIONES  | Colaborar con el orden y aseo Cumplir normas de manipulación de alimentos y estándares Preparar alimentos Realizar el mise en place de su área Realizar funciones extraordinarias |
| RESPONSABILIDADES | Es el encargado realizar el mise en place para los menús de los días, mantener el orden y la limpieza en el área de producción además deberá asistir al chef en todo lo que él requiera. |
| SUELDO | 368,67 |
| APORTE PATRONAL 12,15% | 44,79 |
| TOTAL MENSUAL | 413,46 |
| TOTAL ANUAL | 4.961,56 |

Fuente: (Investigación propia)


Elaborado por: (Mirian Pilco)

15.1.3. Área de Ventas

El área comercial de las empresas es una función de primer orden, ya que es la responsable directa de las relaciones con los clientes que son la fuente principal de ingresos. Para esto, es necesario la aplicación de gestión como el marketing mix, porque que en la actualidad los consumidores son cada vez más exigentes y la demanda de productos y servicios para que

se ajusten a sus necesidades particulares; a la vez que están más sensibilizados sobre sus derechos como consumidores y tienen más información sobre las vías de reclamación.


Tabla 37 Ficha del mesero

| CARGO | MESERO |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">FUNCIONES</p>  | <p>Organiza las mesas distribuyendo los utensilios de comida de acuerdo con las reglas establecidas.</p> <p>Colabora en la preparación de bebidas frías y calientes.</p> <p>Verifica que la vajilla, cristalería y cubertería estén limpios.</p> <p>Recoge del comedor las vajillas, cubiertos y bandejas utilizadas en el servicio.</p> <p>Es responsable del montaje de las mesas.</p> <p>Se encarga de dar servicio a los clientes.</p> <p>Informan a los clientes sobre las bebidas existentes o nuevas.</p> <p>Informa al cliente sobre el contenido de la carta.</p> <p>Informan a los clientes sobre las bebidas existentes o nuevas.</p> |
| <p style="text-align: center;">RESPONSABILIDADES</p> | <p>Es el único responsable que debe dar servicio a la mesa. Está obligado a prestar un servicio amable eficiente y cortés con un alto grado de profesionalismo y compañerismo. Responsable de errores y omisiones en el despacho de los pedidos. Encargado de resolver en primer instancia o definitivamente las quejas de los clientes o reportarlas a su superior. Dar al cliente la información de interés general cuando se requiera. Reportarse a jefe inmediato de turno al llegar a la cafetería o al ausentarse.</p> |
| <p style="text-align: right;">SUELDO</p> <p style="text-align: right;">APORTE PATRONAL 12,15%</p> <p style="text-align: right;">TOTAL MENSUAL</p> <p style="text-align: right;">TOTAL ANUAL</p> | <p style="text-align: right;">369,40</p> <p style="text-align: right;">44,88</p> <p style="text-align: right;">414,28</p> <p style="text-align: right;">4.971,39</p> |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Tabla 38 *Cajero*

| CARGO | CAJERO |
|---|---|
| FUNCIONES  | Se encarga de cobrar a los comensales. Reporta los ingresos y egresos diarios de la cafetería. Verifica que el dinero coincida con el total reportado por la cocina. Hace el recuento de caja al final del día. Elabora el reporte diario de caja general, donde se detallan el dinero billetes y en monedas. |
| RESPONSABILIDADES | Atender las solicitudes de los clientes que concurran a la cafetería. |
| SUELDO | 369,77 |
| APORTE PATRONAL 12,15% | 44,93 |
| TOTAL MENSUAL | 414,70 |
| TOTAL ANUAL | 4.976,36 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

15.1.4. Área financiera

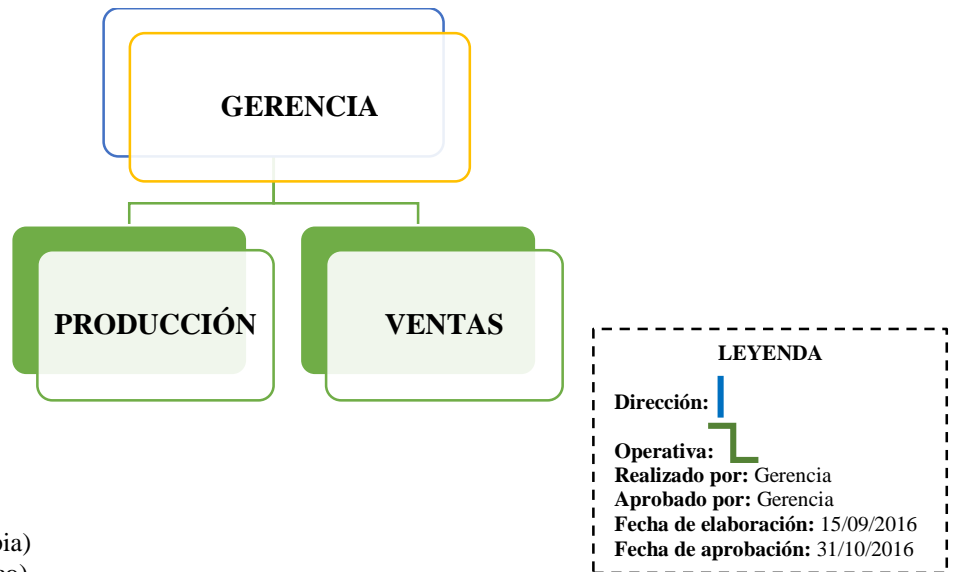
La función principal de ésta área es administrar los recursos económicos de cafetería esta empresa será calificada como artesano por ello no requiere de un contador de los trámites se encargará la propietaria además ella tomará la mayor parte decisiones asignando recursos disponibles en las diferentes áreas de la empresa con el objetivo económico de maximizar los beneficios.

15.1.5. Área ambiental

En el área ambiental una vez elaborado el estudio que permita poner en práctica las medidas de corrección que fueran formuladas en el estudio y la persona encargada de realizar todo será el gerente.

15.2. Organigrama estructural de la Cafetería Génesis

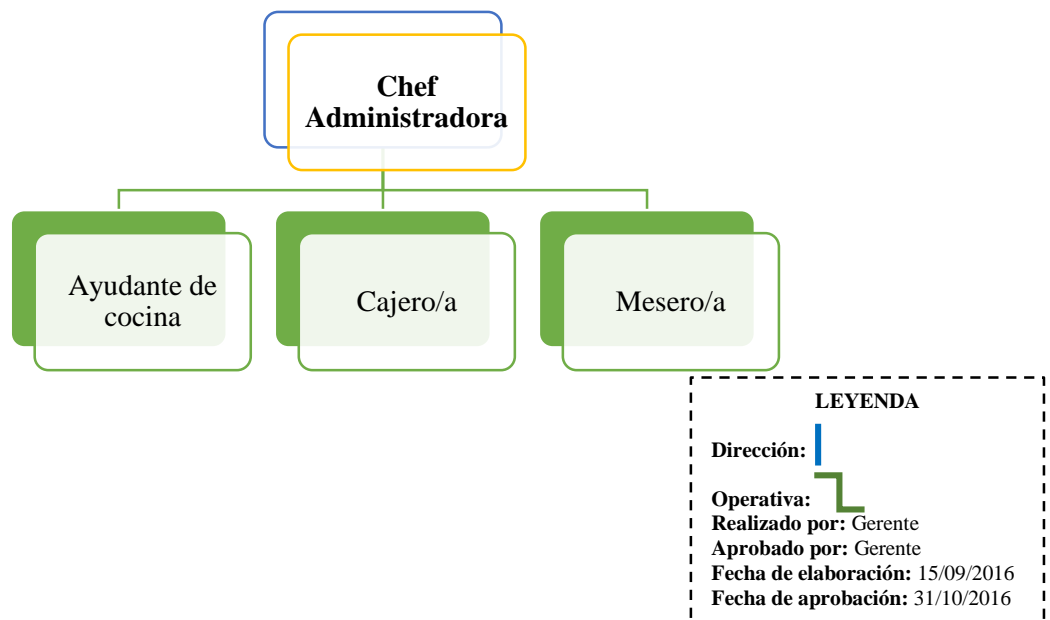
El organigrama estructural de la cafetería estará distribuida por áreas de trabajo para mantener el orden, la organización y fortalecer lazos de amistad entre el personal.



Fuente: (Investigación propia)
Elaborado por: (Mirian Pilco)

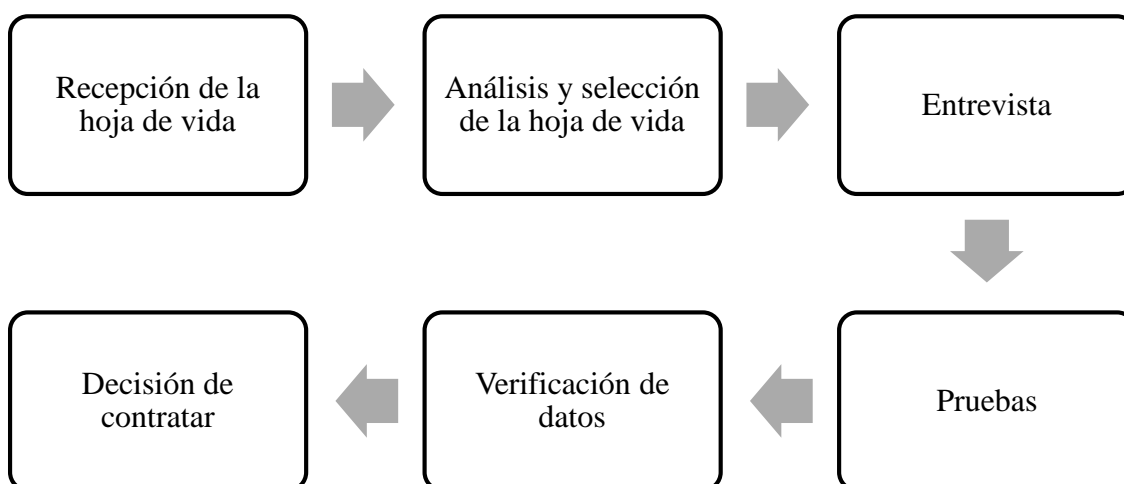
15.3. Organigrama funcional de la Cafetería Génesis

Al personal de la cafetería se designarán funciones y responsabilidades de acuerdo a los talentos requeridos en cada área de trabajo formando un equipo eficiente y eficaz.



Fuente: (Investigación propia)
Elaborado por: (Mirian Pilco)

15.4. Proceso de selección y contratación del talento humano



Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Reclutamiento El proceso de selección del personal para la empresa se lo realizará mediante la recepción de carpetas y solicitudes de parte de los empleadores buscando personal capacitado para la empresa, también se lo realizará verbalmente por medio de conocidos.

Selección de acuerdo a la necesidad ocupacional de la cafetería la Gerente propietaria procederá a realizar la selección de los candidatos postulantes programando una entrevista personal, confirmando los datos de la hoja de vida y certificados que evidencien la experiencia del o la candidata/a validando la hoja de perfil de personal de la cafetería conforme a la posición a ocupar.

Se considerara apto para desempeñar el cargo al personal que cumpla con por lo menos el 8 del puntaje, y quien no cumple con este valor, debe ser aprobado por el Gerente previa una entrevista verbal con el postulante.

En el caso de personal especializado como chefs y ayudantes de cocina serán evaluados en una entrevista verbal adicional por parte un especialista en el área para determinar el grado de conocimientos y el puntaje obtenido en la hoja de perfil.

Una vez seleccionado el personal y como requisito básico antes del proceso de contratación en inducción, el solicitante deberá tener los siguientes documentos originales:


- Record Policial actualizado
- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Carné de manipulación de alimentos y/o Certificado de Salud Ocupacional
- Vacunas (Tétanos Hepatitis A y B).

Contratación el solicitante seleccionado una vez verificado todos los documentos pasa al proceso de contratación y a formar parte del rol de la empresa. Para lo cual deberá llevar 2 fotos tamaño carnet y firmar el contrato que se le entregará ese momento y esperar la fecha que le designen para empezar con sus labores dentro de la empresa.

Inducción una vez ingresado a formar parte del equipo de trabajo de la *Cafetería Génesis* se tomará máximo cinco días de inducción en el área y puesto al que aplicó asumiendo las funciones como tal este proceso estará a cargo del Chef con supervisión del Gerente.

15.5. Descripción de puestos de trabajo

Tabla 39 Ficha profesiográfica administración

|  FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | | | | | |
|--|-------------------|----|----------------------|---------------|-----------------|
| Departamento | Nombre del puesto | Nº | Personal a cargo | Horario | Jornada |
| RRHH | CAJERO | 1 | 0 | 10:00 a 21:00 | Martes a Sábado |
| Área | A quien reporta | | Fecha de elaboración | | |
| ADMINISTRATIVA | ADMINISTRADORA | | 30/06/2016 | | |
| RESUMEN DEL CARGO | | | | | |
| Recibe a los clientes en caja y cobra de la venta de los alimentos. | | | | | |
| FUNCIONES | | | | | |
| <p>Recibir la caja con cuentas claras.</p> <p>Firmar el recibo de entrega de dinero.</p> <p>Brindar a los clientes la lista de los precios y/o promociones de la cafetería.</p> <p>Despachar los pedidos extras.</p> | | | | | |
| PERFIL | | | | | |
| <p>Ser bachiller en contabilidad</p> <p>Experiencia mínima 1 año en cargos similares.</p> <p>Licencia de conducir.</p> <p>Sexo indistinto.</p> <p>Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p> | | | | | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

15.6. Perfil de los trabajadores

El perfil de los trabajadores de designará de acuerdo a los puestos vacantes que exista en la cafetería para ello se tomará en cuenta las aptitudes, conocimientos profesionales, experiencia laboral, hábitos en la seguridad industrial, orden y limpieza en el trabajo y las cualidades que se requieren en el perfil.

15.7. Costos Salariales

Tabla 40 Costo salarial Cafetería Génesis

| CARGO | SUELDO MENSUAL | SUELDO AÑO |
|--------------------------|----------------|-----------------|
| CHEF ADMINISTRADORA | 370,87 | 4.450,44 |
| TOTALES DE M.O.D. | 370,87 | 4.450,44 |
| AYUDANTE DE COCINA | 368,67 | 4.424,04 |
| TOTALES DE M.O.D. | 368,67 | 4.424,04 |
| SALONERO POLIVALENTE | 369,40 | 4.432,80 |
| CAJERO | 369,77 | 4.437,24 |
| TOTAL DE M.O.I. | 739,17 | 8.870,04 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

XVI. MARCO LEGAL

Toda empresa requiere de un marco legal con el propósito de determinar la forma jurídica que puede adoptar para realizar las actividades empresariales los requisitos y pasos que debe cumplir para satisfacer las exigencias legales, por ello para poner en marcha el negocio es necesario cumplir con los requisitos que la ley exige garantizando el correcto funcionamiento y desempeño de la microempresa. En este caso la *Cafetería Génesis* será de tipo artesanal porque según la Junta de Defensa del Artesano esta ley corresponde a este tipo de empresa porque la actividad es la transformación de la materia prima en producto final como alimentos y bebidas para su respectiva comercialización. A continuación se detalla los requisitos necesarios para los artesanos:

Si el solicitante es extranjero, es necesario que presente la copia del pasaporte, visa de residente, carné de refugiado o el registro de su movimiento migratorio en el país.

El artesano realizará la declaración juramentada de dónde está ubicado su lugar de trabajo, o el por qué no cuenta con un taller.

No es obligatorio presentar la copia del título de maestro el que debe ser otorgado por un centro educativo reconocido por el ministerio de relaciones laborales. De contar el interesado con facturas o notas de venta, por compra de materia prima, materiales o insumos, debe presentarlos en el Miro, esto incluye cursos con los certificados que los avalen. Además, se debe adjuntar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).

El interesado debe tener una fotografía realizando la actividad artesanal, y otra del local o taller con todas las herramientas de trabajo.

Para constatar la actividad se elaborará un listado con el detalle de todas las herramientas o máquinas de trabajo, incluyendo el valor de cada una y el total.

En caso de que sean asociaciones, es necesario adjuntar la copia a estos otros documentos, los estatutos y el acuerdo Ministerial de nombramiento del representante Legal y Directiva.

En las direcciones provinciales del Miro se receptan los papeles para que sean analizados por un comité, el cual emite un pronunciamiento favorable o no con su posterior acuerdo.

El director de Artesanías firma los documentos, que serán remitidos al Ministerio de Finanzas, y con esta aprobación el peticionario finaliza el trámite.

El registro artesanal no tiene ningún valor. Algunos de los beneficios son facturación con tarifa 0%, declaración semestral del IVA, exoneración de impuestos a la exportación de artesanías, a la renta, y a la patente municipal.

El tiempo estimado desde la presentación de todos los papeles hasta la emisión del respectivo registro es de 15 a 20 días máximo. (Cabezas, 2012)

16.1. Requisitos para nuevos establecimientos de A&B

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo. (restaurantes, bar – restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
- Certificado de capacitación en manipulación de alimentos.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copias de la cédula y certificado de votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

La solicitud para permiso de funcionamiento puede ser obtenida sin costo en la página web www.dpsp.gov.ec o en las 22 áreas de salud de la provincia. (Ministerio, s.f.)

16.2. Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal

Para obtener la calificación de un taller artesanal, el artesano debe solicitarla al presidente de la junta nacional, provincial o cantonal de defensa del artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la JNDA (adquirir el formulario en la Junta).
- Copia del título artesanal.
- Carnet actualizado del gremio.
- Declaración juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad).
- Foto a color tamaño carnet.
- Tipo de sangre.

En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior. (Artesano, s.f.)

16.2.1. Beneficios

Los artesanos calificados con la Ley de Defensa del Artesano a nivel nacional, tienen beneficios para el desarrollo de sus actividades.

16.2.2. 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

16.2.3. 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
- Créditos preferenciales por medio del Banecuator (Banco Nacional de Fomento) y de la banca privada.

16.2.4. 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. El artesano tiene un límite del 25% que es el capital de la pequeña industria, es decir, USD 87.500 además están amparados con la normativa. (Corporación, s.f.)

16.3. Requisitos para el RISE

- Cédula de Identidad – Original y Copia

- Certificado de votación de las últimas elecciones
- Original y Copia de:
 - Planilla de agua
 - Planilla de luz
 - Planilla de teléfono
 - Contrato de arrendamiento
 - Comprobante de pago del impuesto predial
 - Estado de cuenta bancaria
 - Tarjeta de crédito

Nota: Presentar cualquiera de estos documentos, no es necesario presentarlos todos.

- Original y copia de la patente municipal (este documento lo deben presentar las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales; los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no tiene la necesidad de presentarlo).

16.3.1. Condiciones para el RISE

- Ser persona natural (No ser una compañía).
 - No tener ingresos mayores a \$60.000 en el año.
 - No haber sido agente de retención (Durante los últimos 3 años).
 - No dedicarse a ninguna de las actividades restringidas (Revisar en la página del SRI).
- (Andrade, 2015)

16.4. Permisos y requisitos de funcionamiento

Los permisos de funcionamientos son requerimientos obligatorios necesarios para poder iniciar con las actividades del negocio así como su normal desempeño por el período de un año, en cuyo tiempo deberá renovar estos permisos para los locales dedicados al negocio de la restauración son:

16.5. Registro único de contribuyentes (RUC)

Es indispensable que la empresa cuente con el RUC en el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas, mismas que generan obligaciones tributarias. El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos.

16.6. Patente Municipal

La patente municipal es un permiso necesario para emprender cualquier actividad comercial, en este caso la implementación de la cafetería necesita un local fijo, como su nombre lo indica la otorga la Municipalidad del lugar donde se instalará el negocio en este caso es el Ilustre Municipio de Guaranda. El impuesto de patentes se grava a todas las empresas comerciales que opera en la ciudad el plazo es hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

XVII. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

El estudio financiero ayuda a conocer si el proyecto es aceptable de igual manera conocer cuantitativamente lo que se necesita para invertir en cualquier tipo de negocio, ayuda a realizar una evaluación económica.

17.1. Análisis de la inversión

El resumen total de la propuesta de inversión para montar la cafetería génesis en la ciudad de Guaranda arroja un total de 23.751,93 USD y se resume en lo siguiente:

Tabla 41 Inversiones

| RUBROS | INVERSIÓN REALIZADA | INVERSIÓN POR REALIZAR | TOTAL INVERSIÓN |
|-----------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------|
| INVERSIONES FIJAS | | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | | 7.729,51 | 7.729,51 |
| MUEBLES Y ENSERES | | 1.956,14 | 1.956,14 |
| MENAJE Y VAJILLA | | 1.081,88 | 1.081,88 |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | 850,00 | 290,35 | 1.140,35 |
| IMPREVISTOS (1%) | | 97,28 | 97,28 |
| TOTAL Inv. FIJA | 850,00 | 11.155,16 | 12.005,16 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | | |
| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | | 300,00 | 300,00 |
| GASTOS DE INSTALACIÓN | | 298,00 | 298,00 |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | | 230,00 | 230,00 |
| GASTO DE EXPERIMENTACIÓN | | 133,97 | 133,97 |
| GASTO ARRIENDO | | 540,00 | 540,00 |
| IMPREVISTOS (1%) | | 15,02 | 15,02 |
| TOTAL Act. DIFERIDOS | 0,00 | 1.516,99 | 1.516,99 |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | |
| MATERIA PRIMA | | 3.997,37 | 3.997,37 |
| MATERIALES INDIRECTOS | 113,36 | | 113,36 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | | 1.240,41 | 1.240,41 |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | | 234,00 | 234,00 |
| SERVICIOS BÁSICOS | | 242,16 | 242,16 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 314,16 | | 314,16 |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | | 3.734,82 | 3.734,82 |
| CAJA - BANCOS | 239,06 | | 239,06 |
| CONTINGENCIAS (1%) | | 101,15 | 101,15 |
| TOTAL Capi. TRABAJO | 666,58 | 9.549,91 | 10.216,49 |
| TOTAL INVERSIÓN | 1.516,58 | 22.222,06 | 23.738,64 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Con ayuda de esta tabla se logró determinar el total de las inversiones que se deberá realizar para poder implementar el proyecto tanto en activos fijos, diferidos y capital de trabajo dando un total de inversión de 23.738,64 USD.

Estado de fuentes y usos

Tabla 42 Fuentes y usos

| RUBROS | USOS | FUENTES DE FINANCIAMIENTO | | |
|-----------------------------|------------------|---------------------------|------------------|-----------------|
| | | PROPIO | EXTERNO | PROVEEDORES |
| INVERSIONES FIJAS | | | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 7.729,51 | | 7.729,51 | |
| MUEBLES Y ENSERES | 1.956,14 | | 1.956,14 | |
| MENAJE Y VAJILLA | 1.081,88 | | 1.081,88 | |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | 1.140,35 | 850,00 | 290,35 | |
| IMPREVISTOS (1%) | 97,28 | | 97,28 | |
| SUBTOTAL | 12.005,16 | 850,00 | 11.155,16 | 0,00 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | | | |
| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | 300,00 | | 300,00 | |
| GASTOS DE INSTALACIÓN | 298,00 | | 298,00 | |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | 230,00 | | 230,00 | |
| GASTO DE EXPERIMENTACIÓN | 133,97 | | 133,97 | |
| GASTO ARRIENDO | 540,00 | | 540,00 | |
| IMPREVISTOS (1%) | 15,02 | | 15,02 | |
| SUBTOTAL | 1.516,99 | 0,00 | 1.516,99 | 0,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | |
| MATERIA PRIMA | 3.997,37 | | | 3.997,37 |
| MATERIALES INDIRECTOS | 113,36 | 113,36 | | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 1.240,41 | | 1.240,41 | |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | 234,00 | | 234,00 | |
| SERVICIOS BÁSICOS | 242,16 | | 242,16 | |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 314,16 | 314,16 | | |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | 3.734,82 | | 3.734,82 | |
| CAJA - BANCOS | 239,06 | 239,06 | | |
| CONTINGENCIAS (1%) | 101,15 | | 101,15 | |
| SUBTOTAL | 10.216,49 | 666,58 | 5.552,54 | 3.997,37 |
| TOTAL FUENTES Y USOS | 23.738,64 | 1.516,58 | 18.224,69 | 3.997,37 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

23.738,64

Análisis:

En este cuadro se determinó el total en cada fuente de inversión del proyecto para conocer con exactitud el monto de crédito bancario que se realizará, en este caso el total de capital para el crédito bancario es de 18.224,69 USD el resto de la inversión será por medio de proveedores y capital propio.

Total de la inversión

Tabla 43 *Inversión total*

| INVERSIÓN TOTAL | |
|------------------------|------------------|
| DETALLE | VALOR |
| ACTIVOS FIJOS | 12.005,16 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 1.516,99 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 10.216 |
| TOTAL | 23.738,64 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Financiamiento

Tabla 44 *Financiamiento*

| FINANCIAMIENTO | |
|-----------------------|------------------|
| DETALLE | VALOR |
| PRÉSTAMO | 18.224,69 |
| PROPIO | 1.516,58 |
| PROVEEDORES | 3.997 |
| TOTAL | 23.738,64 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Depreciación de activos fijos

Tabla 45 *Depreciación de activos*

| BIEN | VALOR (Sin IVA) | AÑOS DE VIDA | VALOR RESIDUAL | VALOR A DEPRECIAR ANUAL |
|-----------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|--|
| MAQ/EQUIPO | 6.400,00 | 10 | 640,00 | 576,00 |
| MUEBLES/ENSERES | 1.956,14 | 10 | 195,61 | 176,05 |
| EQUIPO/CÓMPUTO | 1.140,35 | 3 | 114,04 | 342,11 |
| TOTAL | 9.496,49 | 23,00 | 949,65 | 1.094,16 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Amortización de diferidos

Tabla 46 Amortización diferidos

| AMORTIZACIÓN | | | | | | |
|------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
| RUBROS | PROYECCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | | | | | |
| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | 300,00 | | | | | |
| GASTOS DE INSTALACIÓN | 298,00 | | | | | |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | 230,00 | | | | | |
| GASTO DE EXPERIMENTACIÓN | 133,97 | | | | | |
| GASTO ARRIENDO | 540,00 | | | | | |
| IMPREVISTOS (1%) | 15,02 | | | | | |
| TOTAL ACTIVO DIFERIDO | 1.516,99 | 303,40 | 303,40 | 303,40 | 303,40 | 303,40 |
| SALDO DIFERIDO | 1.516,99 | 1.213,59 | 910,19 | 606,79 | 303,40 | 0,00 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Amortización de préstamo

Tabla 47 Amortización préstamo

| PERÍODO | CAPITAL PRESTABLE | INTERÉS | CAPITAL PAGADO | CUOTA PAGO | SALDO |
|--------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------|
| 1 | 18.224,69 | 2.186,96 | 4.556,17 | 6743,14 | 13.668,52 |
| 2 | 13.668,52 | 1.640,22 | 4.556,17 | 6.196,40 | 9.112,35 |
| 3 | 9.112,35 | 1.093,48 | 4.556,17 | 5.649,65 | 4.556,17 |
| 4 | 4.556,17 | 546,74 | 4.556,17 | 5.102,91 | 0,00 |
| TOTAL | | 5.467,41 | 18.224,69 | 23.692,10 | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Presupuesto de costos de producción

Tabla 48 Costo de producción

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1. COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| MATERIA PRIMA | 16.646,63 | 17.330,81 | 18.043,11 | 18.784,68 | 19.556,73 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 5.165,48 | 5.377,78 | 5.598,81 | 5.828,92 | 6.068,49 |
| MATERIALES INDIRECTOS | 354,06 | 368,61 | 383,76 | 399,53 | 415,95 |
| GASTO DE EXPERIMENTACIÓN | 139,47 | 145,20 | 151,17 | 157,39 | 163,85 |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | 936,00 | 936,00 | 936,00 | 936,00 | 936,00 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 504,23 | 524,95 | 546,52 | 568,99 | 592,37 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 1.308,29 | 1.362,06 | 1.418,04 | 1.476,32 | 1.537,00 |
| MANTENIMIENTO MAQ/EQ | 250,00 | 260,28 | 270,97 | 282,11 | 293,70 |
| DEPRECIACIÓN MAQ/EQ | 3.200,00 | 3.200,00 | 3.200,00 | 3.200,00 | 3.200,00 |
| CONTINGENCIA (1%) | 105,31 | 109,64 | 114,15 | 118,84 | 123,72 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | 22.209,47 | 23.215,33 | 24.262,53 | 25.352,77 | 26.487,82 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis:

En esta tabla se encuentra detallados los costos relacionados directamente con la elaboración de los productos como es el caso de la mano de obra directa, combustibles y materia prima, en este caso el período es anual con un costo de \$ 22.209,47 de aquí partimos para realizar la proyección de cinco años llegando a tener como costo de producción en el quinto año un total de \$ 26.487,82.

Presupuesto de gastos de administración

Tabla 49 Gasto administrativo

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 2. GASTO DE ADMINISTRACIÓN | | | | | |
| SUELDO ADMINISTRATIVO | 4.991,17 | 5.196,31 | 5.409,87 | 5.632,22 | 5.863,70 |
| GASTO ARRIENDO | 2.160,00 | 2.248,78 | 2.341,20 | 2.437,42 | 2.537,60 |
| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | 300,00 | 312,33 | 325,17 | 338,53 | 352,44 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 242,16 | 252,11 | 262,47 | 273,26 | 284,49 |
| DEPRECIACIÓN EQU/ CÓMPU | | 342,11 | 342,11 | 342,11 | 342,11 |
| AMORTIZACIONES | 1.516,99 | 303,40 | 303,40 | 303,40 | 303,40 |
| IMPREVISTO 1% | 15,02 | 15,64 | 16,28 | 16,95 | 17,65 |
| TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN | 6.191,36 | 7.379,66 | 7.709,49 | 8.052,88 | 8.410,39 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: El cuadro de presupuesto el costo de producción está relacionado directamente con la elaboración de alimentos y bebidas que oferta la *Cafetería Génesis* en la cual es primordial la materia prima, mano de obra directa, servicios básicos llegando a un valor anual de 6.191,36 USD con esta referencia se partirá para realizar la proyección para los cinco años alcanzando a un valor 8.410,39 USD.

Presupuesto de gastos de venta

Tabla 50 Gasto de ventas

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 3. GASTO DE VENTAS | | | | | |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | 4.961,56 | 5.165,48 | 5.377,78 | 5.598,81 | 5.828,92 |
| PUBLICIDAD | 230,00 | 239,45 | 249,29 | 259,54 | 270,21 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 242,16 | 252,11 | 262,47 | 273,26 | 284,49 |
| DEPRECIACIÓN MUEB/ENSE | 176,05 | 176,05 | 176,05 | 176,05 | 176,05 |
| IMPREVISTOS 1% | 97,28 | 137,27 | 193,68 | 273,29 | 385,61 |
| TOTAL GASTO DE VENTAS | 5.354,95 | 5.618,26 | 5.907,18 | 6.228,85 | 6.593,18 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: En esta se detalla los gastos que se realizará por efecto de impulsar las ventas de o gastos directamente relacionado con la comercialización de los productos elaborados por la cafetería.

Cuadro de ingresos y egresos

Tabla 51 Ingresos y egresos

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1. COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| MATERIA PRIMA | 15.989,47 | 16.646,63 | 17.330,81 | 18.043,11 | 18.784,68 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 4.961,56 | 5.165,48 | 5.377,78 | 5.598,81 | 5.828,92 |
| MATERIALES INDIRECTOS | 340,08 | 354,06 | 368,61 | 383,76 | 399,53 |
| GASTO EXPERIMENTACIÓ | 133,97 | 139,47 | 145,20 | 151,17 | 157,39 |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | 936,00 | 936,00 | 936,00 | 936,00 | 936,00 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 484,32 | 504,23 | 524,95 | 546,52 | 568,99 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 1.256,64 | 1.308,29 | 1.362,06 | 1.418,04 | 1.476,32 |
| MANTENIMIENTO MAQ/EQ. | | 250,00 | 260,28 | 270,97 | 282,11 |
| DEPRECIACIÓN MAQU/ EQ. | | 3.200,00 | 3.200,00 | 3.200,00 | 3.200,00 |
| CONTINGENCIA (1%) | 101,15 | 105,31 | 109,64 | 114,15 | 118,84 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | 24.203,19 | 22.209,47 | 23.215,33 | 24.262,53 | 25.352,77 |
| 2. GASTO DE ADMINISTRACIÓN | | | | | |
| SUELDO ADMINISTRATIVO | 4.991,17 | 5.196,31 | 5.409,87 | 5.632,22 | 5.863,70 |
| GASTO ARRIENDO | 2.160,00 | 2.248,78 | 2.341,20 | 2.437,42 | 2.537,60 |
| GASTOS ORGANIZACIÓN | 300,00 | 312,33 | 325,17 | 338,53 | 352,44 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 242,16 | 252,11 | 262,47 | 273,26 | 284,49 |
| DEPRECIACIÓN EQUI/CÓMP | | 342,11 | 342,11 | 342,11 | 342,11 |
| AMORTIZACIONES | 1.516,99 | 303,40 | 303,40 | 303,40 | 303,40 |
| IMPREVISTO 1% | 15,02 | 15,64 | 16,28 | 16,95 | 17,65 |
| TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN | 6.191,36 | 7.379,66 | 7.709,49 | 8.052,88 | 8.410,39 |
| 3. GASTO DE VENTAS | | | | | |
| MANO OBRA INDIRECTA | 4.961,56 | 5.165,48 | 5.377,78 | 5.598,81 | 5.828,92 |
| PUBLICIDAD | 230,00 | 239,45 | 249,29 | 259,54 | 270,21 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 242,16 | 252,11 | 262,47 | 273,26 | 284,49 |
| DEPRECIACIÓN MUB/ENSE | 176,05 | 176,05 | 176,05 | 176,05 | 176,05 |
| IMPREVISTOS 1% | 97,28 | 137,27 | 193,68 | 273,29 | 385,61 |
| TOTAL GASTO DE VENTAS | 5.354,95 | 5.618,26 | 5.907,18 | 6.228,85 | 6.593,18 |
| 4. GASTO FINANCIERO | | | | | |
| INTERESES BANCARIOS | | 2.186,96 | 1.640,22 | 1.093,48 | 546,74 |
| TOTAL GASTO FINANCIERO | | 2.186,96 | 1.640,22 | 1.093,48 | 546,74 |
| TOTAL COSTOS Y GASTOS | 35.749,50 | 37.394,35 | 38.472,23 | 39.637,74 | 40.903,08 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Con esta tabla se puede puntualizar los costos y gastos totales que se realizarán durante la elaboración y comercialización de los productos incluidos los intereses del crédito adquirido dentro de un período anual y este será la base para proyectarlo a cinco años.

Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 52 *Pérdidas y ganancias*

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS NETAS | 56.077,84 | 58.382,64 | 60.782,16 | 63.280,31 | 65.881,13 |
| (-) Costo de Producción | 22.209,47 | 23.215,33 | 24.262,53 | 25.352,77 | 26.487,82 |
| (=) Utilidad Bruta | 33.868,37 | 35.167,31 | 36.519,63 | 37.927,54 | 39.393,31 |
| (-) Gasto de Administración | 7.379,66 | 7.709,49 | 8.052,88 | 8.410,39 | 8.782,58 |
| (-) Gasto de Ventas | 5.618,26 | 5.907,18 | 6.228,85 | 6.593,18 | 7.014,03 |
| (=) Utilidad Operativa | 20.870,45 | 21.550,63 | 22.237,90 | 22.923,98 | 23.596,70 |
| (-) Gasto Financiero | 2.186,96 | 1.640,22 | 1.093,48 | 546,74 | |
| (=) Utilidad antes de Reparto Utilidades | 18.683,49 | 19.910,41 | 21.144,42 | 22.377,24 | 23.596,70 |
| (=) Utilidad Neta | 18.683,49 | 19.910,41 | 21.144,42 | 22.377,24 | 23.596,70 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis:

Mediante la tabla de estado de pérdidas y ganancias se puede verificar la factibilidad del proyecto, siendo esta la parte esencial de la proyección del emprendimiento ya que muestra la posibilidad de generar utilidades dentro de un periodo determinado en el caso de la Cafetería Génesis se observas que la utilidad es mayor a los costos y gastos.

Estado de situación financiera

Tabla 53 Estado situación financiera

| BALANCE GENERAL | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Activo Corriente | 27.928,32 | 25.449,89 | 22.978,54 | 20.505,99 | 22.576,27 |
| Activo Fijo | 12.005,16 | 12.005,16 | 12.005,16 | 12.005,16 | 12.005,16 |
| Depreciación Acumulada | -1.094,16 | -2.188,32 | -3.282,47 | -4.376,63 | -5.470,79 |
| Diferidos (valor amortización anual) | 1.213,59 | 910,19 | 606,79 | 303,40 | 0,00 |
| TOTAL ACTIVOS | 40.052,91 | 36.176,93 | 32.308,02 | 28.437,92 | 29.110,64 |
| PASIVO | | | | | |
| Pasivo corriente (interés bancario) | 2.186,96 | 1.640,22 | 1.093,48 | 546,74 | |
| Pasivo L/P (crédito bancario) | 13.668,52 | 9.112,35 | 4.556,17 | | |
| TOTAL PASIVO | 15.855,48 | 10.752,57 | 5.649,65 | 546,74 | 0,00 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| Capital | 5.513,95 | 5.513,95 | 5.513,95 | 5.513,95 | 5.513,95 |
| Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta) | 18.683,49 | 19.910,41 | 21.144,42 | 22.377,24 | 23.596,70 |
| TOTAL PATRIMONIO | 24.197,43 | 25.424,36 | 26.658,37 | 27.891,18 | 29.110,64 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | 40.052,91 | 36.176,93 | 32.308,02 | 28.437,92 | 29.110,64 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis:

En el balance general se destacan las 3 cuentas principales que son activos, pasivos y patrimonio. Este estado financiero es un resumen de todas las cuentas que participan en el proyecto, donde a cada una de ellas se le asigna un valor en dinero previamente calculado, para así identificar qué tanto tiene la empresa en activos, cuál es su nivel de deudas y su patrimonio financiero.

Flujo del efectivo

El flujo de efectivo será una herramienta financiera indispensable para saber y determinar en qué momento del ciclo del negocio, será necesario una mayor aportación de capital o un endeudamiento que garantice que se dispondrá de dinero efectivo para cubrir los gastos o

pagos necesarios para continuar con el negocio o para mover o aplazar determinados pagos que si pueden ser negociados a un plazo mayor.

Tabla 54 Flujo de caja

| RUBROS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| (+) VENTAS | | 56.077,84 | 58.382,64 | 60.782,16 | 63.280,31 | 65.881,13 |
| (-) COSTO PRODUCCIÓN | | 22.209,47 | 23.215,33 | 24.262,53 | 25.352,77 | 26.487,82 |
| (-) GASTO ADMINISTRATIVO | | 7.379,66 | 7.709,49 | 8.052,88 | 8.410,39 | 8.782,58 |
| (-) GASTO DE VENTAS | | 5.618,26 | 5.907,18 | 6.228,85 | 6.593,18 | 7.014,03 |
| (-) GASTOS FINANCIEROS | | 2.186,96 | 1.640,22 | 1.093,48 | 546,74 | |
| (=) UTILIDAD ANTES DE REO . UT . E IMP | | 18.683,49 | 19.910,41 | 21.144,42 | 22.377,24 | 23.596,70 |
| (-) REPARTO UTILIDADES | | | | | | |
| (=) UTILIDADES ANTES DE IMPUESTO | | | | | | |
| (-) IMPUESTO | | | | | | |
| (=) UTILIDAD NETA | | 18.683,49 | 19.910,41 | 21.144,42 | 22.377,24 | 23.596,70 |
| (+) DEPRECIACIONES | | 1.094,16 | 1.094,16 | 1.094,16 | 1.094,16 | 1.094,16 |
| (+) AMORTIZACIÓN ACT. NOMINAL | | 303,40 | 303,40 | 303,40 | 303,40 | 303,40 |
| (-) INVERSIÓN MAQ. Y EQ. | -7.729,51 | | | | | |
| (-) INV. TERRENO Y OBRA FÍSICA | | | | | | |
| (-) INVERSIÓN OTROS | -4.178,37 | | | | | |
| (-) INV. ACTIVO NOMINAL | -1.516,99 | | | | | |
| (-) INV. CAPITAL DE TRABAJO | | -10.216,49 | | | | |
| (-) VEHÍCULO | | | | | | |
| (-) IMPREVISTOS | -97,28 | | | | | |
| (+) RECUP. CAPITAL TRABAJO | | | | | | 10216,49 |
| (+) PRÉSTAMO | 18.224,69 | | | | | |
| (-) AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO | | -4.556,17 | -4.556,17 | -4.556,17 | -4.556,17 | |
| TOTAL FLUJO CAJA | 4.702,54 | 5.308,38 | 16.751,79 | 17.985,80 | 19.218,62 | 35.210,74 |
| | | -23.738,64 | | | | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

XVIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA SOCIAL Y AMBIENTAL

18.1. Evaluación económica

Liquidez o prueba ácida este indicador mide la capacidad que tienen la cafetería para cancelar sus obligaciones de corto plazo, también sirve para establecer la facilidad o dificultad que presenta para pagar sus pasivos corrientes al convertir a efectivo sus activos corrientes. Se trata de determinar qué pasaría si a la empresa se le exigiera el pago inmediato de todas sus obligaciones en el lapso menor a un año. De esta forma, los índices de liquidez aplicados en un momento determinado evalúan a la empresa desde el punto de vista del pago inmediato de sus acreencias corrientes en caso excepcional.

$$Prueba \acute{A}cida = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$Prueba \acute{A}cida = \frac{10.216,49 - 1.214,94}{5.534,77}$$

$$Prueba \acute{A}cida = 1,63$$

Mediante la prueba ácida se determinó que por cada 1,00 USD que adeuda la empresa a corto plazo se dispone de 0,63 centavos para pagarlo, es decir que la cafetería estaría en óptimas condiciones de realizar el pago inmediato de la totalidad de sus pasivos a corto plazo.

18.2. Evaluación financiera

Flujo Neto Efectivo

Es la diferencia entre los ingresos netos y los gastos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de inversión con la técnica de "valor presente", esto significa tomar en cuenta el valor del dinero en función del tiempo.

Tabla 55 *Flujo Neto Efectivo*

| DATOS | VALORES | | | | | |
|--------------------------------|-------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Número de períodos | 5 | | | | | |
| Tipo de período | Anual | | | | | |
| Tasa de descuento | 12% | | | | | |
| FLUJO NETO EFECTIVO | | | | | | |
| DETALLE | PERÍODOS ANUALES | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Flujo neto efectivo proyectado | -23.738,64 | 5.308,38 | 16.751,79 | 17.985,80 | 19.218,62 | 35.210,74 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Estos datos son tomados de la tabla del cálculo de flujo de caja desde el primer año en adelante y son la base para la evaluación del proyecto aplicando las fórmulas de los diferentes índices financieros.

Valor Actual Neto

Tabla 56 VAN

| VALOR ACTUAL NETO (VAN) | | | |
|-------------------------|-------------|-------------|---------------------|
| N° | FNE | $(1 + i)^n$ | FNE/(1+i)^n |
| 0 | (23.738,64) | | (23.738,64) |
| 1 | 5.308,38 | 1,12 | 4.739,62 |
| 2 | 16.751,79 | 1,25 | 13.354,43 |
| 3 | 17.985,80 | 1,40 | 12.801,94 |
| 4 | 19.218,62 | 1,57 | 12.213,78 |
| 5 | 35.210,74 | 1,76 | 19.979,52 |
| TOTAL | | | 39.350,65 |
| VAN | | | \$ 39.350,65 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: El Valor Actual Neto que recibe el proyecto con proyección para los cinco años al momento actual el valor es de 39.350,65 USD es decir que el emprendimiento es viable.

Tasa Interna de Retorno

Tabla 57 TIR

| TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | |
|-------------------------------|---------------------|
| Tasa de descuento | VAN |
| 0% | \$ 70.736,70 |
| 8% | \$ 47.906,30 |
| 9% | \$ 45.618,94 |
| 10% | \$ 43.434,29 |
| 11% | \$ 41.346,64 |
| 12% | \$ 39.350,65 |
| 13% | \$ 37.441,33 |
| 14% | \$ 35.614,02 |
| 15% | \$ 33.864,33 |
| TIR | 52,14% |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Mediante este índice se evalúa el porcentaje de rentabilidad del proyecto en base a una tasa de rendimiento, para la Cafetería Génesis el TIR fue de 52,14% es decir, el proyecto es rentable porque mientras más alta sea la TIR más rentable es el proyecto.

TMAR

Tabla 58 TMAR

| TASA MÍNIMA DE RETORNO (TMR) | | |
|------------------------------|-------------------|------------------|
| AÑOS | FLUJO OPERACIONAL | VAN |
| | | 12% |
| Inversión Inicial | -23.738,64 | -23.738,64 |
| 1 | 5.308,38 | 4.739,62 |
| 2 | 16.751,79 | 14.956,96 |
| 3 | 17.985,80 | 16.058,75 |
| 4 | 19.218,62 | 17.159,48 |
| 5 | 35.210,74 | 31.438,16 |
| TOTAL | 70.736,70 | 60.614,34 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Es la cantidad de efectivo máxima que debe ingresar al proyecto, para hacerlo rentable es de 60.614,34 USD.

Período de Recuperación de la Inversión

Tabla 59 PRI

| PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI) | | | | | |
|---|-------------------------------|----------------------|-------------------------------------|--------------------------|------|
| Años | Flujos operativos descontados | Sumatoria flujo neto | Diferencia entre flujos e inversión | Parcial del año sobrante | PRI |
| 0 | (23.738,64) | | | | |
| 1 | 5.308,38 | 5.308,38 | (18.430,26) | | |
| 2 | 16.751,79 | 22.060,17 | (1.678,47) | | |
| 3 | 17.985,80 | 40.045,97 | 16.307,34 | 0,91 | 1,91 |
| 4 | 19.218,62 | 59.264,59 | 35.525,95 | 1,85 | 2,85 |
| 5 | 35.210,74 | 94.475,34 | 70.736,70 | 2,01 | 3,01 |
| TOTAL PRI | 70.736,70 | | | | |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: El período de la recuperación de la inversión del proyecto cubre en la totalidad de la inversión, entonces la *Cafetería Génesis* a partir del tercer año es decir empieza a generar utilidades.

Relación Beneficio/Costo

Tabla 60 Relación B/C

| RELACIÓN BENEFICIO COSTO (R B/C) | | | |
|---|------------------|-----------------|---------------|
| TASA DE DESCUENTO | 12% | | |
| Nº | INVERSIÓN | INGRESOS | COSTOS |
| 0 | 23.738,64 | | |
| 1 | | 56.077,84 | 22.209,47 |
| 2 | | 58.382,64 | 23.215,33 |
| 3 | | 60.782,16 | 24.262,53 |
| 4 | | 63.280,31 | 25.352,77 |
| 5 | | 65.881,13 | 26.487,82 |
| TOTAL INGRESO | | | \$ 217.473,83 |
| TOTAL COSTO | | | \$ 86.748,63 |
| (=) COSTO+INVERSIÓN | | | 110.487,27 |
| R/C | | | 2,51 |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: La relación beneficio es la mayor rotación del dinero que se realiza en el proyecto y está en función del mayor alcance que pueda obtener, cuando las utilidades sean siempre mayores y estará en función del aumento de ventas en este caso el monto de utilidad obtenida por cada 1,00 USD invertido se va a obtener 1,51 (un dólar con cincuenta y un centavos) de beneficio.

18.4. Punto de Equilibrio

Este indicador explica el movimiento de los costos variables y de los costos fijos u operacionales con el fin de dar a conocer cuál es el mínimo valor que se tendrá que vender para no ganar ni perder, es decir mantener el punto de equilibrio para esto se aplica la siguiente fórmula:

Tabla 61 Punto de equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES | | | |
|--|------------------|----------------------|---|
| PVP = | | 1,74 | |
| CVu = | | 0,62 | |
| CF = | | 3.965 | |
| | | | P.E. = $\frac{CF}{PVP - CVu}$ |
| | P.E. = | $\frac{3.965}{1,13}$ | |
| | P.E. = | 3.524 | UNIDADES |
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES | | | |
| PVP = | | 1,74 | |
| | P.E. \$ = | PVP | 1,74 |
| | P.E. \$ = | P.E. (U) | 3.524 |
| | P.E. \$ = | | 6.134 DÓLARES |

Fuente: (Investigación propia)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

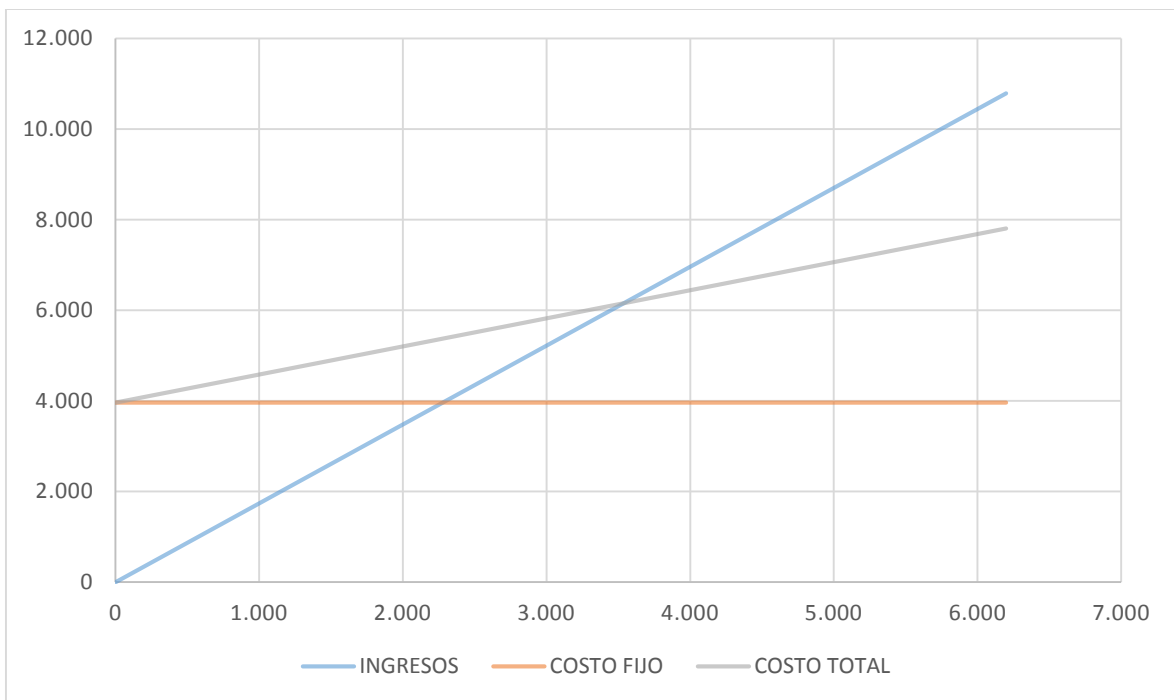


Figura 24 Punto de equilibrio

Fuente: (Tabla N°55)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

18.5. Evaluación social

La evaluación social de la *Cafetería Génesis* es positivo ya que con este proyecto se generará empleo, por ende se pretende mejorar el estilo de vida de los trabajadores y a la vez la relación laboral será agradable y en armonía, en cuanto a la atención al cliente así también la atención la meta será sobrepasar las expectativas.

18.6. Evaluación ambiental

En la actualidad las empresas de alimentos y bebidas son un gran fuente de ingresos en todo el país por consiguiente es una de las principales generadoras de basura y desperdicio de los recursos. Por ello, es necesario analizar las medidas que llevan a cabo estos lugares para la conservación del medioambiente, formando empresas más conscientes y responsables en los establecimientos de comidas existe la oportunidad de impulsar la aplicación de las tres erres (reciclar, reducir y reutilizar) concretando el significado de esta última palabra como las acciones que hace la sociedad referentes al cuidado y mejoramiento del medio ambiente, así como la reducción del impacto social que generan ciertas actividades y la incorporación de productos ecológicos, además muchos establecimientos de A y B necesitan proponer un enfoque sustentable para reducir efectos como la contaminación del agua, debido a la combinación que presenta con aceites, grasas y químicos empleados para limpieza, el desperdicio de alimentos y el excesivo uso de desechables. La evaluación ambiental de este proyecto es medio positivo porque se pretende contribuir con el cuidado del medio ambiente mediante el control de residuos que se generará en la cafetería, asimismo se fomentará a la clasificación de los desechos orgánicos e inorgánicos también de los materiales como cartones, fundas plásticas, botellas de vidrio y plástica de esta manera proyectando una mejor imagen del negocio.

18.7. Evaluación socio económica

En la evaluación socioeconómica con este emprendimiento aportará al desarrollo de la economía de la ciudad en este caso generando empleo de 0,0024%, mejorando la condición de vida y al desarrollo económico de la ciudad ya que en la actualidad la economía no es estable.

Tabla 64 *Generación de empleo*

| DETALLE | VALORES | RESULTADO |
|-----------------------------------|----------------|------------------|
| DESEMPLEO EN BOLÍVAR | 164.209,00 | |
| PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO | 4 | |
| APORTE | | 0,0024% |

Fuente: (Censo INEC 2010)

Elaborado por: (Mirian Pilco)

Análisis: Mediante la implementación de la cafetería se contribuirá al desarrollo económico así también se generará fuentes de empleo en un 0,0024%, en donde el valor del número de personas desempleadas de Guaranda se tomó del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010.

XIX. CONCLUSIONES

- Una vez ejecutado el estudio de mercado se concluye que existe la demanda insatisfecha ya que la demanda es mayor que la oferta estos datos se consiguieron al aplicar la encuesta.
- El estudio técnico permitió identificar el diseño de la planta para la optimización de tiempos y movimientos en la producción de alimentos así como también el diseño de recetas estándar para fijar los precios de venta al público.
- Una vez concluido el estudio económico y financiero se demuestra que el proyecto es realizable ya que el VAN es positivo con un valor de \$ 39.350,65 la TIR es de 52,14% el PRI será en 3 años y la relación beneficio costo es de \$2,51; resultados que han demostrado que este emprendimiento es viable.

XX. RECOMENDACIONES

- Con los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado se recomienda la aplicación de nuevos estudios ya que el mercado es cambiante con la finalidad de conocer cuáles son los requerimientos y necesidades del cliente.
- Se recomienda la utilización del diseño de la planta al momento de implementarse la cafetería con la finalidad de coadyuvar la optimización del tiempo y maquinaria, en cuanto a las recetas estándar es importante tomar en cuenta los precios del mercado para la fijación de los precios de la cafetería.
- La evaluación financiera del presente proyecto es factible de ejecutarse, por ello se recomienda poner en marcha dada su alta rentabilidad y siendo aporte para el desarrollo de la ciudad de Guaranda.

XXI. BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, C.** (17 de Noviembre de 2015). *Lista de requisitos para sacar el RISE*. Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Lista de requisitos para sacar el RISE: <http://sinmiedosec.com/lista-de-requisitos-para-sacar-el-rise/>
- Arias, A. S.** (s.f.). *Definiciones*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2016, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Arias, F.** (01 de Julio de 2011). *Proyecto factible*. Recuperado el 07 de Julio de 2016, de Proyecto factible.
- Barragán, L.** (07 de Julio de 2010). *Restaurant temático*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de Restaurant temático: <http://restaurantematico.blogspot.com/2010/07/que-es-un-restaurant-tematico.html>
- Bonta & Farber.** (06 de Abril de 2010). *Definición de mercado*. Recuperado el 29 de Junio de 2016, de Definición de mercado: <http://wwwsanchezmercado-verito.blogspot.com/2010/04/definicion-de-mercado-segun-varios.html>
- Cabezas, V.** (29 de Septiembre de 2012). *Ministario de Industrias y Productividad*. Recuperado el 18 de 2016, de Ministario de Industrias y Productividad : <http://www.ppdigital.com.ec/noticias/ciudadania/4/registro-de-artesanos-en-el-mipro>
- Camilo, C. d.** (25 de Octubre de 2012). *Qué significa la palabra “café”*. Recuperado el 08 de Junio de 2016, de Qué significa la palabra “café”: <http://www.elcafedecamilo.com/que-significa-la-palabra-cafe/>
- Castellón, C.** (25 de Octubre de 2000). *Restaurantes, bares y cafeterías*. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de Restaurantes, bares y cafeterías: http://www.aytojaen.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fdes_d1_v1.jsp&contenido=2457&tipo=6&nivel=1400&layout=p_20_contenedor1.jsp&codResi=1&language=es&codMenu=206&codMenuPN=4&codMenuSN=100&codMenuTN=197
- Corporación Artesanos Ecuador** (s.f.). *Legislación Artesanal*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de Legislación Artesanal : <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>
- Domínguez, M.** (21 de Noviembre de 2011). *Cafetería cristiana para ganar almas para Cristo*. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de Cafetería cristiana para ganar almas para Cristo: <http://www.noticiacristiana.com/misiones/evangelismo/2011/11/crean-cafeteria-cristiana-para-ganar-almas-para-cristo.html>

- Dubs, R.** (13 de Junio de 2010). *Formulación y evaluación de proyectos* . Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Formulación y evaluación de proyectos : <http://proyectofactible6.blogspot.com/>
- Fundación Wikipedia.** (09 de Febrero de 2015). *Wipedia*. Recuperado el 01 de Junio de 2016, de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cafeter%C3%ADa>
- Gamarra, A.** (08 de Noviembre de 2008). *Alimentación, Bebidas* . Recuperado el 06 de Junio de 2016, de Alimentación, Bebidas : <https://historiainfinita.wordpress.com/2008/11/08/breve-historia-del-cafe-historia-y-leyendas/>
- Guzmán, S.** (s.f.). *Definición de Los Emprendedores*. Recuperado el 14 de 11 de 2016, de <https://negociosonlineymas.blogspot.com/2016/02/que-es-un-emprendimiento-definicion.html>
- Heerera, B.** (22 de Octubre de 2014). *Concepto de emprendimiento*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2016, de <http://emprendimiento110.blogspot.com/2014/10/la-autoestima-es-un-conjunto-de.html>
- Iturrioz, J.** (2009). *Valor Actual Neto*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>
- Junta Nacional de Defensa del Artesano.** (s.f.). *Artesanos calificados*. Recuperado el 21 de Agosto de 2016, de Artesanos calificados.
- Jungal, K.** (17 de Mayo de 2012). *Historias de las cafeterías* . Recuperado el 04 de Julio de 2016, de Historias de las cafeterías : <http://cafearomadiez.blogspot.com/2012/05/historias-de-las-cafeterias.html>
- Kiziryan, M.** (s.f.). *Flujo de caja*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2016, de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Malhotra.** (2008). *Estudio de Mercado*. (I. Thompson, Editor) Recuperado el 03 de 10 de 2016, de Estudio de Mercado: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html#comentarios>
- Mendoza, D.** (12 de Junio de 2010). *Gerencie-Emprendimiento* . Recuperado el 22 de Diciembre de 2016, de <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Ministerio de Salud Pública.** (s.f.). *Requisito Industria mediana, pequeña, industrial-artesanal-microempresa*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de Requisito Industria mediana, pequeña, industrial-artesanal-microempresa: <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- News, C.** (12 de Octubre de 2012). *Tomar un café* . Recuperado el 24 de Junio de 2016, de Tomar un café : <http://www.noticiacristiana.com/sociedad/2012/10/tomar-un-cafe-o-una-cerveza-%C2%BFcon-dios-es-posible-en-argentina.html>

- Pérez & Merino.** (2010). *Definición de viabilidad*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Definición de viabilidad: <http://www.definicionabc.com/economia/viabilidad.php>
- Pérez, J.** (2008). En J. Pérez, *Técnicas y Calidad de Servicio* (pág. 16). Madrid: Eorocolor S.A.
- Porto & Gardey.** (2010). *Definición de temática*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de Definición de temática: <http://definicion.de/tematica/>
- Porto & Merino.** (2013). *Definición de propuesta*. Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Definición de propuesta: <http://definicion.de/propuesta/>
- Romero, F.** (2010). *Características de una cafetería*. Recuperado el 15 de Junio de 2016, de Características de una cafetería: <http://www.pqs.pe/tu-negocio/caracteristicas-cafeteria-exitosa>
- Tamames, E.** (11 de Mayo de 2016). *Restauración*. Recuperado el 06 de Julio de 2016, de Restauración.
- Thompson, M.** (Mayo de 2006). *Proyecto*. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>
- El Universo.** (04 de Febrero de 2016). *Restaurantes, gastronomía, café*. Recuperado el 27 de Junio de 2016, de Restaurantes, gastronomía, café: <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/02/04/nota/5385982/cafendelelet-cafeteria-tematica-politica>
- Vargas, I.** (26 de Mayo de 2015). *Restaurantes y cafterías peculiares en el mundo*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Restaurantes y cafterías peculiares en el mundo: <http://culturacolectiva.com/restaurantes-y-cafeterias-peculiares-en-el-mundo/>
- Widget & Hoctro.** (10 de Mayo de 2009). *Preparación y evaluación del proyecto*. Recuperado el 13 de 10 de 2016, de <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html>
- Zamorano, I.** (01 de Enero de 2005). *Origen del café. Dispersión del consumo y cultivo*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de Origen del café. Dispersión del consumo y cultivo: http://www.nuestrocafe.com/articulo/origen_del_cafe_dispercion_del_consumo_y_cultiv_171.php



ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



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



**ENCUESTA PARA PROYECTO DE EMPREDIMIENTO
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERIA EN LA CIUDAD DE GUARANDA**

Objetivo: Recoger información del grupo objetivo para determinar la aceptabilidad de la cafetería en la ciudad de Guaranda.

Instrucciones: La información que usted provea será usada netamente con fines académicos, por lo que solicito responda con total libertad. Señale con una **X** una sola respuesta

Género

- a. Masculino_____
- b. Femenino_____

Elija su rango de edad

- a. 15 - 25 años_____
- b. 26 - 35 años_____
- c. 36 - 45 años_____
- d. Más de 46 años_____

1. ¿Le gustaría que se instale una cafetería temática en la ciudad de Guaranda?

- a. Si
- b. No

¿Porque?_____

2. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría que se ubique la cafetería?

- a. En la universidad_____
- b. En la Plaza Roja (centro)_____
- c. En el terminal_____
- d. Otros_____

3. ¿Cuál de estos nombres le gustaría para una cafetería?

a. Cafetería La Rosca_____

b. Cafetería El Atajo_____

c. Cafetería Génesis_____

d. Cafetería Peca2_____

4. ¿Escoja el horario de atención que a usted le gustaría para una cafetería?

a. En la mañana y en la tarde_____

b. Solo en la tarde_____

c. Medio día hasta la noche_____

d. Todo el día_____

5. ¿Usted se siente satisfecho con el actual servicio que le brindan otras cafeterías?

a. Si_____

b. No_____

¿Por qué?_____

6. Escoja que servicios le gustaría encontrar en una cafetería

a. Música _____

b. Internet_____

c. Buzón de sugerencias_____

d. Información turística_____

7. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar diariamente en una cafetería?

a. De \$ 3 a 10 _____

b. De \$ 11 – 20 _____

c. De \$ 21 – 30 _____

d. Más de \$ 30 _____

8. ¿Usted, cuantas veces a la semana visita una cafetería?

a. 2 veces _____

b. 3 veces _____

- c. 4 veces ____
- d. Más de 5 veces ____

9. Escriba los nombres de la cafetería que visita con más frecuencia

10. ¿Usted, cuál de las siguientes comidas elegiría de una cafetería?

- a. Sándwiches _____
- b. Postres _____
- c. Bocadillos tradicionales _____

11. ¿Cuál de las siguientes bebidas consumiría con más frecuencia?

- a. Bebida caliente ____
- b. Bebidas frías ____
- c. Gaseosas y/o aguas ____

12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se difunda el producto ofertado en la cafetería?

- a. Radio _____
- b. Redes Sociales (¿Cuál?) _____
- c. Periódico _____
- d. Hojas volantes _____


13. ¿A usted, que promociones le gustaría que se ofrezca en la cafetería?


- a. Descuentos _____
- b. Cupones _____
- c. Ofertas _____
- d. Regalos _____


¡Gracias por su colaboración!


Anexo 2 Recetas estándar


| NOMBRE DE LA RECETA: | Sándwich Marcos | | | GRUPO: | SÁNDWICH | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 10 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Pan tornillo | 10 | 10 | u | 0,15 | c/u | 1,50 | |
| Jamón de pavo | 240 | 240 | g | 3,64 | c/g | 2,18 | |
| Queso mozzarella | 240 | 240 | g | 6,13 | c/g | 2,10 | |
| Lechuga crespas | 100 | 100 | g | 0,5 | c/g | 0,25 | |
| Tomate | 150 | 150 | lb | 0,5 | c/lb | 0,17 | |
| Mayonesa | 200 | 200 | g | 11,6 | c/g | 0,61 | |
| Pepinillo | 150 | 150 | lb | 0,5 | c/lb | 0,17 | |
| Sal/Pimienta | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 6,98 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,67 | | 5% | % VARIOS | 0,35 | | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 1,40 | | | TOTAL | 7,33 | | |
| U1=PV- Σ CP | 0,82 | | | C. PAX | 0,73 | | |
| U2=P.V.S-PV | 0,44 | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | | |
| U neta= U1+U2 | 1,27 | | | P.V | 2,22 | | |
| | | | | P.V.S | 2,66 | | |
| | | | | | | | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Sándwich Lucas | | | GRUPO: | SÁNDWICH | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 10 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Pan baguette | 800 | 800 | u | 1,5 | c/u | 2,40 | |
| Jamón | 240 | 240 | g | 2,13 | c/g | 1,28 | |
| Queso maduro | 240 | 240 | g | 2,75 | c/g | 1,32 | |
| Mayonesa | 200 | 200 | g | 11,6 | c/g | 0,61 | |
| Lechuga crespas | 100 | 100 | u | 0,5 | c/g | 0,25 | |
| Tomate | 150 | 150 | lb | 0,5 | c/lb | 0,17 | |
| Sal/Pimienta | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 6,02 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,57 | | 5% | % VARIOS | 0,30 | | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 1,21 | | | TOTAL | 6,32 | | |
| U1=PV- Σ CP | 0,71 | | | C. PAX | 0,63 | | |
| U2=P.V.S-PV | 0,38 | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | | |
| U neta= U1+U2 | 1,09 | | | P.V | 1,92 | | |
| | | | | P.V.S | 2,30 | | |
| | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Sándwich Juanes | | | GRUPO: | SÁNDWICH | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|---------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 10 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Pan tornillo | 10 | 10 | u | 0,15 | c/u | 1,50 | |
| Pollo (filete) | 700 | 700 | g | 1,5 | c/lb | 2,31 | |
| Aguacate | 1 | 1 | u | 0,4 | c/u | 0,40 | |
| Tomate | 200 | 200 | lb | 0,5 | c/lb | 0,22 | |
| Mayonesa | 200 | 200 | g | 11,6 | c/g | 0,61 | |
| Cebolla perla | 100 | 100 | g | 0,5 | c/lb | 0,11 | |
| Limón | 2 | 2 | u | 0,05 | c/u | 0,10 | |
| Sal | | | | | | | |
| Pimienta | | | | | | | |
| Cilantro | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 5,25 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,50 | | | 5% | % VARIOS | 0,26 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 1,05 | | | | TOTAL | 5,52 | |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,62 | | | | C. PAX | 0,55 | |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,33 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | |
| $U\ neta= U1+U2$ | 0,95 | | | | P.V | 1,67 | |
| | | | | | P.V.S | 2,01 | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Café Betesda | | | GRUPO: | BEBIDA CALIENTE | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-----------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 10 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Agua | 1800 | 1800 | ml | 0,00 | c/lt | 0,00 | |
| Café | 250 | 250 | g | 4,56 | c/g | 2,85 | |
| Azúcar en sobre | 20 | 20 | u | 1,95 | c/g | 0,33 | |
| | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 3,18 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,30 | | | 5% | % VARIOS | 0,16 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,64 | | | | TOTAL | 3,33 | |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,37 | | | | COSTO * PAX | 0,33 | |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,20 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | |
| $U\ neta= U1+U2$ | 0,58 | | | | P.V.P | 1,01 | |
| | | | | | P.V.S | 1,21 | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Cappuccino Sarai | | | GRUPO: | BEBIDA CALIENTE | | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|--------------------|--------------------|----------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | | |
| Café | 200 | 200 | g | 4,56 | c/g | 2,28 | | |
| Azúcar | 20 | 20 | u | 1,75 | c/g | 0,02 | | |
| Leche | 800 | 800 | ml | 0,80 | c/lt | 0,64 | | |
| Agua | 1800 | 1800 | ml | | c/lt | 0,00 | | |
| Espuma de leche | 800 | 800 | ml | 0,00 | ml | 0,00 | | |
| Cocoa en polvo | 50 | 50 | g | 2,21 | c/g | 0,25 | | |
| Canela | 20 | 20 | g | 0,58 | c/g | 0,39 | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 3,58 | | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,34 | | | | 5% | % VARIOS | 0,18 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,72 | | | | | TOTAL | 3,75 | |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,42 | | | | | COSTO * PAX | 0,38 | |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,23 | | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| $U\text{ neta}= U1+U2$ | 0,65 | | | | | | P.V.P | 1,14 |
| | | | | | | | P.V.S | 1,37 |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Café Frappee Génesis | | | GRUPO: | BEBIDA CALIENTE | | | |
|-----------------------------|----------------------|---|--------|----------------|--------------------|--------------------|----------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | | |
| Café soluble | 100 | 100 | g | 3,25 | c/g | 1,63 | | |
| Azúcar en sobre | 10 | 10 | u | 1,95 | c/g | 0,16 | | |
| Hielo | 600 | 600 | g | 1,10 | c/lt | 0,33 | | |
| Leche evaporada | 600 | 600 | g | 2,21 | c/g | 3,01 | | |
| Milano de chocolate | 100 | 100 | g | 3,68 | c/g | 0,58 | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 5,71 | | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,54 | | | | 5% | % VARIOS | 0,29 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 1,14 | | | | | TOTAL | 5,99 | |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,67 | | | | | COSTO * PAX | 0,60 | |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,36 | | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| $U\text{ neta}= U1+U2$ | 1,03 | | | | | | P.V.P | 1,82 |
| | | | | | | | P.V.S | 2,18 |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Infusiones Salomón | | | GRUPO: | BEBIDA CALIENTE | | |
|-----------------------------|--------------------|---|--------|----------------|-----------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 10 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Té manzanilla | 10 | 10 | u | 0,98 | c/u | 0,39 | |
| Azúcar en sobre | 20 | 20 | u | 1,95 | c/g | 0,33 | |
| Agua | 2500 | 2500 | ml | 0,5 | c/lt | 1,25 | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 1,97 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,19 | | | 5% | % VARIOS | 0,10 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,39 | | | | TOTAL | 2,07 | |
| $U1 = PV - \Sigma CP$ | 0,23 | | | | COSTO * PAX | 0,21 | |
| $U2 = P.V.S - PV$ | 0,13 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | |
| $U\ net = U1 + U2$ | 0,36 | | | | P.V.P | 0,63 | |
| | | | | | P.V.S | 0,75 | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Batido Ana | | | GRUPO: | BEBIDA FRÍA | | |
|-----------------------------|---------------|---|--------|----------------|---------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Mora | 1500 | 1500 | g | 1,5 | c/lb | 2,25 | |
| Leche | 1000 | 1000 | ml | 0,8 | c/lt | 0,80 | |
| Azúcar | 400 | 400 | g | 1,75 | c/kg | 0,35 | |
| Agua | 1000 | 1000 | ml | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 3,40 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,32 | | | 5% | % VARIOS | 0,17 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,68 | | | | TOTAL | 3,57 | |
| $U1 = PV - \Sigma CP$ | 0,40 | | | | COSTO * PAX | 0,36 | |
| $U2 = P.V.S - PV$ | 0,22 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | |
| $U\ net = U1 + U2$ | 0,62 | | | | P.V.P | 1,08 | |
| | | | | | P.V.S | 1,30 | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Batido Ester | | | GRUPO: | BEBIDA FRÍA | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-------------|---------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Fresa | 1500 | 1500 | lb | 1 | c/lb | 3,30 | |
| Leche | 1000 | 1000 | ml | 0,8 | c/lt | 0,80 | |
| Azúcar | 400 | 400 | g | 1,75 | c/g | 0,35 | |
| Agua | 1000 | 1000 | ml | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 4,45 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,43 | | | | 5% | % VARIOS | 0,22 |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,89 | | | | | TOTAL | 4,68 |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,52 | | | | | COSTO * PAX | 0,47 |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,28 | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| $U\ neta= U1+U2$ | 0,81 | | | | | P.V.P | 1,42 |
| | | | | | | P.V.S | 1,70 |
| | | | | | | | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Jugos Jacob | | | GRUPO: | BEBIDA FRÍA | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-------------|---------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Tomate de árbol | 800 | 800 | lb | 1,00 | c/lb | 1,60 | |
| Azúcar | 400 | 400 | g | 1,75 | c/g | 0,35 | |
| Agua | 1000 | 1000 | ml | 0,00 | c/lt | 0,00 | |
| | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 1,95 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,19 | | | | 5% | % VARIOS | 0,10 |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,39 | | | | | TOTAL | 2,05 |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,23 | | | | | COSTO * PAX | 0,20 |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,12 | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| $U\ neta= U1+U2$ | 0,35 | | | | | P.V.P | 0,62 |
| | | | | | | P.V.S | 0,74 |
| | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Jugos José | | | GRUPO: | BEBIDA FRÍA | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-------------|---------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Sandía | 1500 | 1500 | g | 2,00 | c/u | 1,50 | |
| Azúcar | 300 | 300 | g | 1,75 | c/g | 0,26 | |
| | | | | | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 1,76 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,17 | | | | 5% | % VARIOS | 0,09 |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,35 | | | | | TOTAL | 1,85 |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,21 | | | | | COSTO * PAX | 0,19 |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,11 | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| $U\ neta= U1+U2$ | 0,32 | | | | | P.V.P | 0,56 |
| | | | | | | P.V.S | 0,67 |
| | | | | | | | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Jugos Rey David | | | GRUPO: | BEBIDA FRÍA | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|---------------|---------------|----|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Piña | 1000 | 1000 | gr | 1,50 | c/u | 1,50 | |
| Azúcar | 300 | 300 | gr | 1,75 | c/g | 0,26 | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 1,76 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,17 | | | 5% | % VARIOS | 0,09 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,35 | | | | TOTAL | 1,85 | |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,21 | | | | COSTO * PAX | 0,19 | |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,11 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | |
| $U_{neta}= U1+U2$ | 0,32 | | | | P.V.P | 0,56 | |
| | | | | | P.V.S | 0,67 | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Agua y gaseosas | | | GRUPO: | BEBIDA FRÍA | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|---------------|---------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 15 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Tesalia | 1 | 1 | u | 0,50 | c/u | 0,50 | 0,60 |
| Gaseosas | 1 | 1 | u | 0,75 | c/u | 0,75 | 1,00 |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 1,25 | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,12 | | | 5% | % VARIOS | 0,06 | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 0,25 | | | | TOTAL | 1,31 | |
| $U1=PV-\Sigma CP$ | 0,15 | | | | COSTO * PAX | 0,13 | |
| $U2=P.V.S-PV$ | 0,08 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 | |
| $U_{neta}= U1+U2$ | 0,23 | | | | P.V.P | 0,40 | |
| | | | | | P.V.S | 0,48 | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Brownie Moisés | | | GRUPO: | POSTRE | | | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|--------------------|----------------------|------|--------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 60 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | | | |
| Margarina | 200 | 200 | g | 1,65 | c/lb | 0,73 | | | |
| Chocolate | 200 | 200 | g | 3 | c/g | 1,32 | | | |
| Huevos | 2 | 2 | u | 0,15 | c/u | 0,30 | | | |
| Azúcar | 150 | 150 | g | 1,05 | c/g | 0,16 | | | |
| Esencia de vainilla | 40 | 40 | g | 1,36 | c/ml | 0,54 | | | |
| Harina | 100 | 100 | g | 0,5 | c/lb | 0,11 | | | |
| Nueces | 150 | 150 | g | 1,75 | c/g | 1,75 | | | |
| Azúcar glass | 50 | 50 | g | 1,25 | c/g | 0,25 | | | |
| Baño de Chocolate | 240 | 240 | g | 1,4 | c/g | 1,34 | | | |
| Crema de leche | 300 | 300 | ml | 1,55 | c/ml | 0,93 | | | |
| Esencia de menta | 20 | 20 | ml | 1,55 | c/ml | 0,31 | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 7,74 | | | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,70 | | | | 5% | % VARIOS | 0,39 | | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 1,51 | | | | | | | TOTAL | 8,13 |
| U1=PV- Σ CP | 0,81 | | | | | | | COSTO * PAX | 0,81 |
| U2=P.V.S-PV | 0,46 | | | | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 | | |
| U neta= U1+U2 | 1,28 | | | | | | | P.V.P | 2,32 |
| | | | | | | | | P.V.S | 2,79 |
| | | | | | | | | | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Torta Trinidad | | | GRUPO: | POSTRES | | | | |
|-----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|--------------------|----------------------|------|--------------------|-------|
| | | | | TIEMPO: | 25 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | | | |
| Huevos | 330 | 330 | g | 0,15 | c/g | 0,83 | | | |
| Azúcar | 400 | 400 | g | 1,75 | c/g | 0,35 | | | |
| Harina | 400 | 400 | g | 0,50 | c/lb | 0,44 | | | |
| Polvo de hornear | 10 | 10 | g | 1,83 | c/g | 0,15 | | | |
| Esencia de vainilla | 20 | 20 | g | 1,36 | c/ml | 0,27 | | | |
| Leche condensada | 300 | 300 | ml | 4,02 | c/ml | 2,68 | | | |
| Leche evaporada | 400 | 400 | ml | 2,5 | c/ml | 2,44 | | | |
| Crema de leche | 250 | 250 | ml | 1,55 | c/ml | 0,78 | | | |
| Leche | 250 | 250 | ml | 0,8 | c/ml | 0,20 | | | |
| Crema chantilly | 100 | 100 | g | 1,65 | c/ml | 1,65 | | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 9,78 | | | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,88 | | | | 5% | % VARIOS | 0,49 | | |
| Σ . C.P= CxP + C.I.F | 1,91 | | | | | | | TOTAL | 10,27 |
| U1=PV- Σ CP | 1,03 | | | | | | | COSTO * PAX | 1,03 |
| U2=P.V.S-PV | 0,59 | | | | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 | | |
| U neta= U1+U2 | 1,61 | | | | | | | P.V.P | 2,94 |
| | | | | | | | | P.V.S | 3,52 |
| | | | | | | | | | |


| NOMBRE DE LA RECETA: | Cheesecake Pedro | | | GRUPO: | POSTRES | | |
|---------------------------|-------------------|---|--------|----------------|--------------------|----------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 25 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Masa: Galletas | 300 | 300 | g | 1,68 | c/g | 1,33 | |
| Margarina | 100 | 100 | g | 1,65 | c/lb | 0,36 | |
| Relleno: Leche condensada | 300 | 300 | ml | 4,02 | c/ml | 3,02 | |
| Queso crema | 500 | 500 | g | 4,11 | c/g | 3,43 | |
| Duraznos | 250 | 250 | g | 3,08 | c/g | 0,94 | |
| Gelatina con sabor | 20 | 20 | g | 3 | c/g | 0,15 | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 9,22 | |
| C.LF 30% (PV) | 0,88 | | | | 5% | % VARIOS | 0,46 |
| ∑. C.P= CxP + C.LF | 1,85 | | | | | TOTAL | 9,68 |
| U1=PV-∑CP | 1,09 | | | | | COSTO * PAX | 0,97 |
| U2=P.V.S-PV | 0,59 | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| U neta= U1+U2 | 1,67 | | | | | P.V.P | 2,93 |
| | | | | | | P.V.S | 3,52 |
| | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Tiramisú Judas | | | GRUPO: | POSTRES | | |
|---------------------------|-------------------|---|--------|----------------|--------------------|----------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 45 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | |
| Huevos | 6 | 6 | u | 0,15 | c/u | 0,90 | |
| Azúcar | 180 | 180 | g | 1,05 | c/g | 0,19 | |
| Harina | 190 | 190 | g | 0,50 | c/lb | 0,21 | |
| Esencia de vainilla | 20 | 20 | g | 1,36 | c/ml | 0,27 | |
| Café instantáneo | 30 | 30 | g | 1,5 | c/g | 0,64 | |
| Azúcar | 300 | 300 | g | 1,05 | c/g | 0,05 | |
| Queso de untar | 600 | 600 | g | 5 | c/ml | 6,00 | |
| Gelatina s/s | 7 | 7 | g | 1,05 | c/g | 0,25 | |
| Crema de leche | 200 | 200 | ml | 1,65 | c/ml | 0,66 | |
| Azúcar | 120 | 120 | g | 1,75 | c/g | 0,11 | |
| Cocoa | 20 | 20 | g | 2,37 | c/g | 0,11 | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 9,38 | |
| C.LF 30% (PV) | 0,84 | | | | 5% | % VARIOS | 0,47 |
| ∑. C.P= CxP + C.LF | 1,83 | | | | | TOTAL | 9,84 |
| U1=PV-∑CP | 0,98 | | | | | COSTO * PAX | 0,98 |
| U2=P.V.S-PV | 0,56 | | | | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| U neta= U1+U2 | 1,55 | | | | | P.V.P | 2,81 |
| | | | | | | P.V.S | 3,38 |
| | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Humitas Marta | | | GRUPO: | BOCADILLO TRADICIONAL | | | |
|----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-----------------------|--------------------|----------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 90 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | | |
| Choclo | 2000 | 2000 | g | 1,5 | c/lb | 3,00 | | |
| Huevos | 6 | 6 | u | 0,15 | c/u | 0,90 | | |
| Margarina | 250 | 250 | g | 1,80 | c/lb | 0,99 | | |
| Queso criollo | 200 | 200 | g | 1,5 | c/lb | 0,66 | | |
| Azúcar | 10 | 10 | g | 1,75 | c/g | 0,01 | | |
| Polvo de hornear | 20 | 20 | g | 1,83 | c/g | 0,31 | | |
| Cebolla blanca | 60 | 60 | g | 1,5 | c/g | 0,09 | | |
| Sal/Pimienta/Comino | | 0 | | | | | | |
| Hoja de choclo | 20 | 20 | u | 0 | c/u | 0,00 | | |
| Aceite | 100 | 100 | ml | 4,09 | c/ml | 0,20 | | |
| Achiote | 100 | 100 | ml | 1,00 | c/ml | 0,25 | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 6,41 | | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,61 | | | | 5% | % VARIOS | 0,32 | |
| Σ. C.P= CxP + C.I.F | 1,28 | | | | | TOTAL | 6,73 | |
| U1=PV-ΣCP | 0,75 | | | | | COSTO * PAX | 0,67 | |
| U2=P.V.S-PV | 0,41 | | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| U neta= U1+U2 | 1,16 | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Quimbolitos Pablo | | | GRUPO: | BOCADILLO TRADICIONAL | | | |
|----------------------------|-------------------|---|--------|----------------|-----------------------|--------------------|----------------------|------|
| | | | | TIEMPO: | 25 MIN | NÚMERO DE PAX | 10 | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL | | |
| Harina de maíz | 250 | 250 | g | 0,6 | c/g | 0,15 | | |
| Harina de trigo | 250 | 250 | g | 0,5 | c/g | 2,08 | | |
| Huevos | 6 | 6 | u | 0,15 | c/u | 0,90 | | |
| Queso criollo | 400 | 400 | g | 1,75 | c/lb | 1,54 | | |
| Mantequilla | 300 | 300 | g | 1,85 | c/lb | 1,22 | | |
| Azúcar | 400 | 400 | g | 1,75 | c/g | 0,35 | | |
| Pasas | 100 | 100 | g | 1,12 | c/g | 0,56 | | |
| Polvo de hornear | 20 | 20 | g | 1,83 | c/g | 0,31 | | |
| Hojas de achira | 10 | 10 | g | 0,03 | c/g | 0,30 | | |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 7,41 | | |
| C.I.F 30% (PV) | 0,71 | | | | 5% | % VARIOS | 0,37 | |
| Σ. C.P= CxP + C.I.F | 1,49 | | | | | TOTAL | 7,78 | |
| U1=PV-ΣCP | 0,87 | | | | | COSTO * PAX | 0,78 | |
| U2=P.V.S-PV | 0,47 | | | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| U neta= U1+U2 | 1,34 | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Bolones Salomé | | | GRUPO: | BOCADILLO TRADICIONAL | |
|----------------------------|-------------------|---|--------|--------------------|-----------------------|---------------|
| | | | | TIEMPO: | 25 MIN | NÚMERO DE PAX |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL |
| Verde | 1000 | 1000 | g | 1,00 | c/g | 1,00 |
| Fritada | 300 | 300 | g | 2,00 | c/lb | 1,32 |
| Queso mozzarella | 400 | 400 | g | 6,13 | c/g | 3,50 |
| Huevo | 1 | 1 | u | 0,15 | c/u | 0,15 |
| Aceite | 400 | 400 | ml | 4,09 | c/ml | 0,82 |
| Cebolla blanca | 100 | 100 | g | 1,00 | c/g | 0,10 |
| Sal | | | | | | |
| Pimienta | | | | | | |
| Cebolla colorada | 100 | 100 | g | 0,5 | c/lb | 0,11 |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 7,00 |
| C.I.F 30% (PV) | 0,67 | | | 5% | % VARIOS | 0,35 |
| ∑. C.P= CxP + C.I.F | 1,40 | | | TOTAL | | 7,35 |
| U1=PV-∑CP | 0,82 | | | COSTO * PAX | | 0,74 |
| U2=P.V.S-PV | 0,45 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| U neta= U1+U2 | 1,27 | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

| NOMBRE DE LA RECETA: | Tortillas el manto | | | GRUPO: | BOCADILLO TRADICIONAL | |
|----------------------------|--------------------|---|--------|--------------------|-----------------------|---------------|
| | | | | TIEMPO: | 25 MIN | NÚMERO DE PAX |
| INGREDIENTES | CANTIDAD (10) | MÁS PAX | UNIDAD | COSTO UNITARIO | UNIDAD | COSTO TOTAL |
| Harina de castilla | 800 | 800 | g | 0,5 | c/lb | 0,88 |
| Queso criollo | 600 | 600 | g | 1,75 | c/lb | 2,31 |
| Huevo | 1 | 1 | u | 0,15 | c/u | 0,15 |
| Aceite | 300 | 300 | g | 1 | c/ml | 0,75 |
| Achiote | 100 | 100 | g | 1 | c/ml | 0,25 |
| Cebolla blanca | 50 | 50 | g | 1 | c/g | 0,05 |
| CÁLCULOS | RESULTADOS |  | | | C. VARIABLE | 4,39 |
| C.I.F 30% (PV) | 0,42 | | | 5% | % VARIOS | 0,22 |
| ∑. C.P= CxP + C.I.F | 0,88 | | | TOTAL | | 4,61 |
| U1=PV-∑CP | 0,52 | | | COSTO * PAX | | 0,46 |
| U2=P.V.S-PV | 0,28 | | | 33% | C.M.P O VENTA | 0,33 |
| U neta= U1+U2 | 0,80 | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Anexo 3 Tríptico

Ven, disfruta y Siéntete como en casa

Introducción

"Cafetería Génesis" es un emprendimiento que está diseñado para la creación de una cafetería temática es un lugar donde la clientela no solo encontrará alimentos y bebidas para degustar además disfrutará de un ambiente cómodo, agradable y acogedor con una temática que hable acerca del amor de DIOS hacia los seres humanos induciendo a conocer a fondo acerca de quién fue y es JESÚS, por consiguiente en la carta de la cafetería se encontrará los nombres de mujeres y hombres de FE del antiguo y nuevo testamento que creyeron en la promesa de DIOS de esta manera lograr que se reconozca el sacrificio de Jesús en la cruz y en él hay vida eterna.





Horario de atención:
10:00 a.m. - 21:00 p.m.
De Martes a Sábado

Dirección:
Av. Elsa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora

Teléfono:
0990688366

e-mail:
genesiscafeateria@hotmail.com





| | | |
|---|---|--|
| <p style="text-align: center;">MISIÓN</p> <p>Ofrecer un sitio atractivo y acogedor a nuestros consumidores con una atmósfera alegre, acompañada de productos de calidad y un excelente servicio donde los clientes deseen regresar, contribuyendo a nuestro crecimiento y mejora día a día.</p> | <p style="text-align: center;"><i>Sándwich's</i></p> <p>SÁNDWICH MATEO SÁNDWICH MARCOS SÁNDWICH LUCAS SÁNDWICH JUANES</p> | <p style="text-align: center;"><i>Postres</i></p> <p>BROWNIE MOISÉS TORTA TRINIDAD CHEESECAKE PEDRO TIRAMISÚ PABLO</p> |
| <p style="text-align: center;">VISIÓN</p> <p>Ser reconocidos en la ciudad de Guaranda dentro de 3 años como una cafetería original sólida, competitiva y preferida en nuestra especialidad, con calidad humana y principios éticos, desarrollando en cada uno de nuestros colaboradores su capacidad creativa a favor del cliente.</p> |  |  |
|  | <p style="text-align: center;"><i>Bebidas</i></p> <p>CAFÉ BETESDA CAPPUCCINO SARAI CAFÉ FRAPPEE GÉNESIS INFUSIONES SALOMÓN BATIDOS ANA & ESTER JUGOS (Jacob, Jose, Rey David)</p> | <p style="text-align: center;"><i>Bocadillos Tradicionales</i></p> <p>HUMITAS MARTHA QUIMBOLITOS ZAQUEO BOLONES SALOMÉ TORTILLAS EL MANTO</p> <p style="text-align: center;"><i>AQUAS Y QUESOSAS</i></p> |

Siéntete como en casa