



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

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN LA UTILIZACIÓN DE CAFÉ
ARTESANAL EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, 2017”**

Trabajo de titulación

Tipo: Emprendimientos

Presentado para optar al grado de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTORA: YADIRA VIVIANA PATIÑO PALA

Riobamba – Ecuador

2017

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Silvia Tapia
DIRECTORA

Riobamba 30 de octubre de 2017

CERTIFICADO

Certifico que el presente trabajo de titulación titulado “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN LA UTILIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017” de la Srta. Yadira Viviana Patiño Pala, ha sido revisado y autorizado para su publicación.

Ing. Silvia Tapia
DIRECTORA

Lcdo. Efraín Romero
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Yadira Viviana Patiño Pala, declaro que el siguiente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 30 de Octubre del 2017

Yadira Viviana Patiño Pala

CI. 060436093-3

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme la oportunidad de cumplir con una meta más, por darme salud, fortaleza y sabiduría.

Mi más sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía, por haberme permitido ser parte de ella, y por haber sido la encargada de formarme como profesional y como ser humano, para responder con responsabilidad y capacidad a cada uno de los retos de la vida profesional.

A mi tutora, la Ing. Silvia Tapia y al Lcdo. Efraín Romero por su paciencia, conocimientos y experiencia para guiarme, a mis amigos Carlos Aguilar y Angie Villareal por su ayuda, apoyo y consejos.

A Dany Larco, por su amor, tiempo, consejos y apoyo incondicional a cada momento para poder realizar y cumplir esta meta.

A todos muchas gracias

Yadira

DEDICATORIA

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.”

“Mahatma Gandhi”

Dedico este trabajo a mi padre José Patiño, que me guía y protege desde el cielo; quien me enseñó que pese a las circunstancias se debe seguir adelante para alcanzar nuestros sueños, a mi madre Cecilia Pala por su amor, apoyo, constancia, su entrega, su guía y sus consejos, porque a pesar de las circunstancias siempre me levanta y me da ánimo para seguir adelante con mis metas, por fomentar en mí cada una de las virtudes y valores de un gran ser humano, a mis hermanas y hermanos por su compañía, comprensión y amor, por compartir mis triunfos y fracasos, en cada momento de esta etapa de mi vida.

Yadira

RESUMEN

En el presente emprendimiento se plantea el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería “KOPI LUWAK”, que se especializa en la utilización de café artesanal, en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo; el tipo de metodología que se utilizó en la investigación es descriptiva y de campo con tablas y gráficos estadísticos, además de referencias bibliográficas relativas al proyecto, se empleó técnicas de recolección de datos como encuestas, aplicadas a la población económicamente activa del Cantón, en el desarrollo del proyecto de factibilidad se efectuaron diferentes estudios: el estudio de mercado en el que se analizó la oferta y la demanda, precios y canales de distribución del producto; mediante el estudio técnico se determinó el tamaño de la empresa su capacidad, localización, y se estableció recetas estándar; en el estudio administrativo se constituyó la organización, funciones, objetivos de los diferentes departamento de la empresa así como niveles jerárquicos e inducción del personal a la empresa; el estudio legal investigo la ley de defensa del artesano sus beneficios laborales, sociales, tributarios y permisos necesarios para el funcionamiento de la empresa ; el estudio ambiental determino que no existe un impacto ambiental que resalte; el estudio financiero arrojó una inversión total de \$28.679,75 que está compuesto por un préstamo de \$21.747,42; un capital propio de \$3.502,97; se obtuvo un: valor actual neto positivo de \$47.226,76; una tasa interna de retorno de 70%; así como una relación beneficio costo del \$1.65; el periodo de recuperación de la inversión será de 2 años, 6 meses y 12 días, lo que nos indica que el proyecto es rentable, por lo que se recomienda la implementación del presente estudio.

Palabras Claves: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <CAFETERÍA>, <KOPI LUWAK>, <COCINA ARTESANAL>.

SUMMARY

In the present entrepreneurship, it is proposed the development of a feasibility study for the creation of a coffee shop “KOPILUWAK”, which is specialized in the use of artisan coffee, in the Canton Guano, Chimborazo Province. The research method used was descriptive and field with statistical tables and graphs, as well as bibliographical references related to the project; Data collection techniques were used as surveys applied to the canton’s economically active population. Different studies were carried out in the development of the feasibility project: the market study, the supply and demand analysis, prices and distribution channels of the product; through the technical study the size of the company in its capacity, location, and established standard recipes were determined; in the administrative study, the organization was constituted, its functions, objectives of the different departments, as well as hierarchical levels and induction of personnel to the company; in the legal study, the law of defense of the craftsman, his labor, social, tributary benefits and permits necessary for the operation of the company were investigated; the environmental study determined that there is no environmental impact that stands out; the financial study yielded a total investment of \$ 28,679.75; which is comprised of a loan of \$ 21,747.42; own capital of \$ 3,502.97; a positive net present value of \$ 47, 226.76 was obtained; an internal rate of return of 70%, as well as a cost benefit ratio of \$ 1.65; the period of recovery of the investment is 2 years, 6 months and 12 days, indicating that the project is profitable, so the implementation of this research study is recommended.

Keywords: <TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCES>, <ENTREPRENEURSHIP>, <FEASIBILITY STUDY>, <CAFETERIA>, <KOPILUWAK>, <ARTISAN KITCHEN>.

INDICE CONTENIDO

RESUMEN.....	vii
SUMMARY	viii
CAPÍTULO I.....	10
ASPECTOS GENERALES.....	10
1. Introducción	10
1.1 Objetivos	11
1.1.1 Objetivo general	11
1.1.2 Objetivos específicos	11
CAPÍTULO II	12
BASES TEÓRICAS.....	12
2.1. Marco teórico	12
2.1.1 <i>Cafeterías historia</i>	12
2.1.2 <i>Clasificación de las cafeterías</i>	13
2.1.3 <i>Primeros establecimientos o cafeterías</i>	13
2.1.4 <i>Condiciones mínimas requeridas</i>	13
2.1.5 <i>Limpieza de la maquinaria</i>	14
2.1.6 <i>Molino dosificador de café</i>	14
2.1.7 <i>Instalación de una cafetería</i>	14
2.1.8 <i>Funcionalidad</i>	15
2.1.9 <i>Conjunto acogedor para el cliente</i>	15
2.1.10 <i>Barra</i>	16
2.1.11 <i>Maquinaria y material para el servicio</i>	16
2.1.12 <i>Diversas formas de preparar café</i>	16
2.1.13 <i>Utensilios y materiales para el servicio</i>	17
2.1.14 <i>Historia del café</i>	17
2.1.15 <i>El café es un producto básico mundial</i>	20
2.1.16 <i>Ecuador con aroma de café</i>	20
2.1.17 <i>El café ecuatoriano renace, se reinventa, crece</i>	22
2.1.18 <i>Los cafés especiales: la nueva tendencia del mercado</i>	23
2.1.19 <i>Semana del Café</i>	24

2.1.20	<i>Variedades de café en Ecuador</i>	25
2.1.21	<i>Ubicación geográfica del sector en el Ecuador</i>	25
2.1.22	<i>Cafés; otras infusiones; chocolates.</i>	26
2.1.23	<i>Frappé</i>	28
2.1.24	<i>Turismo</i>	29
2.1.25	<i>Cantón guano</i>	30
2.1.26	<i>Gastronomía</i>	30
2.1.27	<i>Emprendimiento</i>	31
2.1.28	<i>Estudio de mercado</i>	31
2.1.29	<i>Estudio técnico</i>	33
2.1.30	<i>Estudio administrativo</i>	34
2.1.31	<i>Estudio legal</i>	35
2.1.32	<i>Estudio ambiental</i>	35
2.1.33	<i>Estudio financiero</i>	36
2.1.34	<i>Evaluación</i>	36
2.2.	Marco conceptual	38
	CAPÍTULO III	41
	METODOLOGÍA	41
3.1.	Tipo y diseño de la investigación	41
3.2.	Técnicas de recolección de datos	42
3.3.	Fuentes de investigación	42
3.3.1.	<i>Primarias</i>	42
3.3.2.	<i>Secundarias</i>	42
3.4.	Segmento de mercado	43
3.5.	Universo	44
3.6.	Muestra	44
3.7.	Estratificación	45
3.8.	Tabulación y análisis de resultados	46
	CAPÍTULO IV	56
	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	56
4.1.	Identificación de la Idea	56
4.1.1.	<i>Lluvia de ideas</i>	56
4.1.2.	<i>Justificación</i>	59
4.1.3.	<i>Nombre del emprendimiento</i>	59

4.1.4.	<i>Descripción del emprendimiento</i>	60
4.1.5.	<i>Productos</i>	60
4.1.6.	<i>Aporte energético y de nutrientes</i>	61
4.1.7.	<i>Cafetería</i>	61
4.1.8.	<i>Tipo de empresa</i>	61
4.1.9.	<i>Aplicación del FODA</i>	65
4.2.	Estudio de mercado	66
4.2.1.	<i>Demanda</i>	66
4.2.2.	<i>Oferta</i>	68
4.2.3.	<i>Demanda insatisfecha</i>	70
4.2.4.	<i>Mix de mercado</i>	71
4.2.5.	<i>Marca</i>	71
4.2.6.	<i>Logotipo</i>	72
4.2.7.	<i>Eslogan</i>	73
4.2.8.	<i>Competencia</i>	74
4.2.9.	<i>Análisis del sector</i>	74
4.2.10.	<i>Cargos y funciones del área comercial</i>	75
4.2.11.	<i>Determinación de inversiones y gastos de área comercial</i>	76
4.3.	Estudio técnico	77
4.3.1.	<i>Determinación del tamaño</i>	77
4.3.2.	<i>Capacidad del emprendimiento</i>	77
4.3.3.	<i>Localización</i>	78
4.3.4.	<i>Trazabilidad hacia arriba</i>	78
4.3.5.	<i>Requerimiento de talento humano</i>	85
4.3.6.	<i>Diseño de la planta</i>	89
4.3.7.	<i>Descripción de la planta</i>	90
4.3.8.	<i>Estructura de costos de producción</i>	90
4.3.9.	<i>Determinación de activos fijos para producción</i>	95
4.3.10.	<i>Programa pre operativo</i>	99
4.4.	Estudio administrativo, legal y ambiental	100
4.4.1.	<i>Organización</i>	100
4.4.2.	<i>Marco legal</i>	108
4.4.3.	<i>Permisos requeridos para su funcionamiento</i>	111
4.4.4.	<i>Impacto ambiental</i>	112

4.5.	Estudio financiero	114
4.5.1.	<i>Análisis de la inversión</i>	114
4.5.2.	<i>Estado de ganancia y pérdidas</i>	119
4.5.3.	<i>Estado de situación financiera</i>	120
4.5.4.	<i>Estado de flujo de efectivo</i>	121
4.5.5.	<i>Evaluación económica</i>	122
4.5.6.	<i>Evaluación financiera</i>	122
4.5.7.	<i>Evaluación social</i>	125
4.5.8.	<i>Evaluación ambiental</i>	125
4.6.	Conclusiones	126
4.7.	Recomendaciones	127

INDICE TABLA

Tabla 3-1, segmentación del mercado	43
Tabla 3-2, estratificación	45
Tabla 3-3, ¿está de acuerdo con la creación de una cafetería?	46
Tabla 3-4, ¿estaría dispuesto a visitarnos?	47
Tabla 3-5, ¿el café es su bebidas preferida?	48
Tabla 3-6, ¿Qué productos consumiría más?	49
Tabla 3-7, ¿qué valor estaría dispuesto a pagar?	50
Tabla 3-8, frecuencia de visita.....	51
Tabla 3-9, tipo de promociones.....	52
Tabla 3-10, horario de atención	53
Tabla 3-11, ¿existen establecimiento que brinden este servicio?	54
Tabla 3-12, promocionado a través de medios de comunicación	55
Tabla 4-1, identificación de la idea	57
Tabla 4-2, evaluación de la idea	58
Tabla 4-3, nombres para la empresa	59
Tabla 4-4, políticas y estrategias	63
Tabla 4-5, FODA	65
Tabla 4-6, crecimiento poblacional.....	66
Tabla 4-7, demanda proyectada.....	67
Tabla 4-8, oferta proyectada	68
Tabla 4-9, demanda insatisfecha.....	70
Tabla 4-10, ficha profesiografica	75
Tabla 4-11, inversión y gastos del área comercial	76
Tabla 4-12, requerimientos área de ventas	76
Tabla 4-13, tamaño de la empresa	77
Tabla 4-14, capacidad del emprendimiento	77
Tabla 4-15, ficha profesiografica	86
Tabla 4-16, ficha profesigrafica	87
Tabla 4-17, ficha profesiografica	88
Tabla 4-18, consumo de servicios básicos	90
Tabla 4-19, consumo de combustible.....	91
Tabla 4-20, mantenimiento.....	91
Tabla 4-21, depreciación.....	92
Tabla 4-22, materia prima.....	93
Tabla 4-23,mano de obra directa	93
Tabla 4-24, costos indirectos de fabricación	94
Tabla 4-25, activos fijos para producción	95
Tabla 4-26, menaje y vajilla	96
Tabla 4-27, suministros y materiales	97
Tabla 4-28, CIF	98
Tabla 4-29, programa pre operativo	99
Tabla 4-30, reclutamiento y selección.....	104
Tabla 4-31, ficha profesiografica (cajero/mesero).....	105

Tabla 4-32, ficha profesiografica (gerente/chef)	106
Tabla 4-33, ficha profesiografica (ayudante)	107
Tabla 4-34, obligaciones y beneficios tributarios	110
Tabla 4-35, gasto de organización	111
Tabla 4-36, estudio ambiental	113
Tabla 4-37, análisis de la inversión	114
Tabla 4-38, fuentes y usos	115
Tabla 4-39, inversión	116
Tabla 4-40, financiamiento	116
Tabla 4-41 amortización del préstamo	116
Tabla 4-42, costo de producción	117
Tabla 4-43, gastos de administración	118
Tabla 4-44, gastos de ventas	118
Tabla 4-45, estado de ganancias y perdidas	119
Tabla 4-46, estado de situación financiera	120
Tabla 4-47, flujo de efectivo	121
Tabla 4-48, prueba acida	122
Tabla 4-49, VAN	122
Tabla 4-50, TIR	123
Tabla 4-51, B/C	123
Tabla 4-52, PRI	123
Tabla 4-53, punto de equilibrio	124
Tabla 4-54, evaluación social	125

INDICE GRAFICOS

Gráfico 3-1, ¿estaría de acuerdo con la creación de una cafetería?	46
Gráfico 3-2, ¿estaría dispuesto a visitarnos?	47
Gráfico 3-3, ¿el café es su bebida favorita?	48
Gráfico 3-4, ¿Qué productos consumiría más?	49
Gráfico 3-5, ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar?	50
Gráfico 3-6, frecuencia de visita	51
Gráfico 3-7, tipo de promociones	52
Gráfico 3-8, horario de atención	53
Gráfico 3-9, ¿existen establecimientos que brinde este servicio?.....	54
Gráfico 3-10, promociones a través de medios de comunicación.....	55
Gráfico 4-1, crecimiento poblacional.....	67
Gráfico 4-2, demanda proyectada	68
Gráfico 4-3, oferta proyectada	69
Gráfico 4-4, demanda insatisfecha.....	70
Gráfico 4-5, diagrama de flujo	81
Gráfico 4-6, diagrama de flujo (ventas)	82
Gráfico 4-7, diagrama de flujo (compras).....	83
Gráfico 4-8, diagrama de flujo (operación de procesos).....	84
Gráfico 4-10, Organigrama Estructural	101
Gráfico 4-11, Organigrama funcional	102

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 4-1, análisis del sector	74
Ilustración 4-2, macro y micro localización	78
Ilustración 4-3, Plano de una Cafetería	89
Ilustración 4-4, punto de equilibrio	124

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1, recetas estándar	131
Anexo 2, encuesta	146
Anexo 3, carta	148
Anexo 4, manual de funciones	149

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1. Introducción

El Cantón Guano perteneciente a la provincia de Chimborazo, es un lugar que cuenta con muchas alternativas turísticas y de esparcimiento, es por ello que atrae una gran cantidad de turistas locales, nacionales y extranjeros; el cantón cuenta con establecimientos que ofrecen comida y bebida típica del lugar, es un sector que, sigue creciendo de forma moderada y en el que tienen cabida los conceptos que sean atractivos y duraderos, sin embargo en el cantón no existe una cafetería artesanal que expenda una gran variedad de bebidas a base del café.

En los últimos años las cafeterías han establecido un nicho de mercado propio, convirtiéndose en un segmento que ofrece muchas posibilidades.

El presente proyecto tiene la finalidad de dar a conocer una cafetería artesanal que ofrezca preparaciones variadas y de calidad en cuanto al café, por otra parte también se ofertara postres a base de café, bebidas frías acompañadas de un ambiente agradable y acogedor; resaltando el profesionalismo en cada una de las preparaciones.

Debido a la gran acogida de visitantes que posee el cantón y al no contar con este tipo de establecimientos, se ve la necesidad de crear una cafetería que logre satisfacer las necesidades del cliente en cuanto a producto y servicio.

Posteriormente este proyecto servirá para conocer la viabilidad de una idea emprendedora realizando cada uno de sus estudios para la creación de una cafetería que se especializa en la elaboración de productos a base de café elaborados artesanalmente.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

- Elaborar la propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería especializada en la utilización de café artesanal en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

1.1.2 Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado para identificar sus elementos y establecer el mercado objetivo.
- Identificar recetas estándar para determinar cantidades exactas de materia prima, el costo por porción y tiempo de preparación, que se realizó entre, otros en el estudio técnico.
- Definir los estudios administrativo, legal, ambiental y financiero del emprendimiento.
- Determinar la evaluación económica, financiera, ambiental y social mediante ratios y métodos para su viabilidad.

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS

2.1. Marco teórico

2.1.1 Cafeterías historia

Las primeras cafeterías comenzaron a abrirse en Estambul en el año 1550, cuyo número rápidamente creció. Dichos establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de la vida cotidiana. Si bien los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano. (Jungal, 2012)

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.¹ Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como La Bottega del Café. 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. 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 Zúrich (Barcelona, 1862),² Café Gijón (Madrid, 1888), Café Iruña (Pamplona, 1888,³ y Bilbao, 19034), Café Novelty (Salamanca, 1905) o el Café de Fornos (Madrid, 1907) entre otros. (Jungal, 2012)

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. (Jungal, 2012)

2.1.2 Clasificación de las cafeterías

Las cafeterías se clasifican en distintas categorías, tomando en cuenta sus instalaciones.

La ordenación turística de cafeterías las clasifica en las siguientes categorías: primera, segunda y especial. Tanto los restaurants y hoteles como las cafeterías, a mayor número de tenedores, estrellas o tazas, mayor será la categoría de estos establecimientos. (Maza, 2009, pág. 29)

2.1.3 Primeros establecimientos o cafeterías

Las cafeterías eran ya conocidas en La Meca y en Cairo a comienzos del siglo XVI, más tarde en Constantinopla. En el siglo XVII se difundieron por Europa, parece ser que el primer café se inauguró a principios de dicho siglo. El primero fue en Oxford, en 1650, dos años más tarde en Londres, en Francia fue inaugurado en Marsella (1654), y en Paris, el Café de Procopio. Hoy el café, símbolo de una vida más tranquila y placida, ha sido reemplazada por la moderna cafetería, que está más en consonancia con el estilo dinámico y el ritmo de la vida moderna actual. (Maza, 2009, pág. 37)

2.1.4 Condiciones mínimas requeridas

Cada categoría debe tener un tipo de instalaciones mínimas.

Categoría especial o tres tazas

- Entrada para los clientes independiente del personal.
- Guardarropa
- Calefacción y refrigeración
- Servicios sanitarios independientes: damas y caballeros.
- Decoración y mobiliario en armonía con la categoría del local
- Cafetera exprés
- Fuente de soda
- Plancha
- Cámara frigorífica
- Office con fregaderos
- Local para almacén
- Menaje de calidad

- Barra o mostrador adecuado
- Vestuarios. (Maza, 2009, pág. 30)

2.1.5 Limpieza de la maquinaria

La cafetera es la parte más importante dentro de la cafetería, es por ello que es importante la puesta a punto con toda meticulosidad. Por mayor comodidad y aprovechamiento del tiempo, se imponen las automáticas, ya que permiten realizar otra labor mientras el café se está haciendo. La limpieza de la cafetera debe ser exagerada, ya que por estar situada en el lugar más visible del local y a la vista del cliente, debe estar impecablemente limpia. El vaporizador crea una costra o suciedad motivada por la leche al calentarla o por cualquier otro líquido, debido a esto es importante realizar la limpieza después de cada servicio. (Maza, 2009, pág. 38)

Para su limpieza se quitan los porta cacillos, que deben ser sumergidos en agua caliente con jabón y fregarlos bien, se enjuaga y se los deja escurrir para luego secarlos. Los filtros de igual manera tienen ser lavados muy bien y comprobar que los agujeros estén limpios y sin obstrucciones.

Se debe prestar atención, dentro de la limpieza de la cafetera, al cajón para los posos de café. Es frecuente, incluso en cafeterías de tres tazas, ser que este cajón de posos esta descuidado y sucio, por ello es importante cuidar su conservación y limpieza al máximo, limpiándolo por dentro y por fuera. (Maza, 2009, pág. 38)

2.1.6 Molino dosificador de café

Es imprescindible limpiarlo todos los días a fondo y que se mantenga reluciente. Para su limpieza debe desmontarse la tolva que ca sujeta a tornillos que se deben aflojara para sacarlos, se enjabona y se aclara con agua tibia, luego que se haya escurrido se procede a sacarla por un paño que no suelte pelusa, la tolva debe quedar completamente seca, ya que si esta húmeda perjudicara al café, cada una de sus partes deben quedar limpias y secas antes de volver a montarlo. (Maza, 2009, pág. 40)

2.1.7 Instalación de una cafetería

Se puede decir que los diversos elementos que tiene una cafetería están instalados en función de:

- Las dimensiones y características del local.
- Tipo de servicio que presta al público.

Por esta razón, aun cuando existe diversidad en cuanto a la marca, modelos de la maquinaria, la diferencia no es mucha. Donde realmente hay mucha variación es en las dimensiones y forma de la barra, así como la decoración, mobiliario y amplitud de la sala. (Maza, 2009, pág. 40)

Condiciones para el éxito de una cafetería:

2.1.8 *Funcionalidad*

- Clientes
 - Espacio suficiente entre las mesas, sillas y la barra.
 - Muebles cómodos.
 - Aseo y limpieza adecuados.
- Servicio
 - Amplitud suficiente en la barra para el desarrollo adecuado del trabajo.
 - Montaje racional de la maquinaria.
 - Estanterías asequibles. (Maza, 2009, pág. 44)

2.1.9 *Conjunto acogedor para el cliente*

- Iluminación adecuada.
- Decoración.
- Atmosfera sin humo y limpia.
- Refrigeración y calefacción.
- Música ambiental.
- Servicio rápido.
- Uniformes limpios y correctos del personal.
- Preparación profesional del personal.
- Calidad de los productos.
- Material cuidado y limpio. (Maza, 2009, pág. 44)

Se debe tener en cuenta cada uno de estos detalles para ofrecer un buen servicio al cliente.

La distribución de la maquinaria e instalaciones esenciales y fijas dentro del mostrador no son uniformes, es decir, no hay normas estrictas, ya que los elementos de la instalación son bastantes semejantes. (Maza, 2009, pág. 44)

2.1.10 Barra

Se denomina barra a la zona donde se sirve directamente al cliente. La misma que debe estar hecha de materiales que permitan su fácil limpieza y conservación. Debajo se encuentra un escalón en el cual se colocan elementos indispensables para el servicio y que no deben estar expuestos directamente al público. (Maza, 2009, pág. 45)

Entre estos están:

- El fregadero
- Caramas de frigorífico
- Botelleros
- Platos
- Cubiertos
- Fuente de soda. (Maza, 2009, pág. 45)

2.1.11 Maquinaria y material para el servicio

Cafetera exprés

Todas las máquinas usan presión para su funcionamiento, poseen una válvula de seguridad, la misma que, cuando la presión interior sobrepasa el límite correcto se abre y deja escapar el vapor hasta que vuelva a la normalidad, si esta válvula no llegara a funcionar la cafetera puede explotar. En el caso de las cafeteras antiguas, es posible que la válvula no funcione normalmente, por ello es necesario vigilar el manómetro, y cuando la presión sube a 1,5 atmósfera se abre el vaporizador para que la presión baje. Estas anomalías suelen ser frecuentes en las zonas de aguas pesadas, es decir, mayor porcentaje de cal, lo que hace que al pasar el agua forme una corteza de cal en el interior, lo que puede obstruir o dificultar el funcionamiento normal de la cafetería. (Maza, 2009, pág. 64)

2.1.12 Diversas formas de preparar café

El café se puede preparar de varias formas, entre ellas:

- Café solo o moka
- Café cortado
- Café piccolino
- Café con leche
- Café diablo (brulé o quemado)

- Café a la americana
- Café turco
- Café royal
- Café irlandés (irish coffe)
- Café vienés
- Café ruso
- Café capuccino
- Café blanco y negro
- Mazzagranti. (Maza, 2009, pág. 64)

2.1.13 Utensilios y materiales para el servicio

En una cafetería se utilizan distintos tipos de tazas, copas, jarras, teteras, vasos.

Teteras

Pueden ser de barro:

- Barro
- Porcelana
- Metal

Por su tamaño:

- Octavo de litro (una persona)
- Cuarto de litro (dos personas)
- Medio litro (dos personas). (Collado, 2010, pág. 56)

En caso de otras infusiones que no sea té, se coloca la tetera en un octavo para una persona, pero en caso de ser té, siempre se debe poner la tetera en un cuarto de litro para una persona y medio litro para dos. En la actualidad se emplean bolsitas que contienen las infusiones y no es necesaria que estas sean colocadas. (Collado, 2010)

2.1.14 Historia del café

Los especialistas del tema no se ponen de acuerdo, por mucho que se diga.

Kahveh- palabra turca que significa el fruto del cafeto. (Planta del café).

Kaboueh- palabra árabe que significa fuerza.

Kaffa- nombre de una ciudad de Etiopía.

Kawah- palabra árabe que significa impulso, vitalidad. (Cortijo, El Mundo del Café, 2000)

El cafeto o planta del café, procede de África de las montañas de Abisinia (Etiopia) pero son los árabes quienes implantan la costumbre de tomar café movida por la prohibición del Islam de tomar alcohol. Son ellos los primeros en extraer los granos, tostarlos, molerlos y mezclarlos con agua caliente. (Cortijo, El Mundo del Café, 2000)

El café, esa bebida estimulante y aromática tan difundida por el mundo, encuentra su origen en las tierras de Abisinia (actual Etiopia). Fruto de un arbusto llamado cafeto, su nombre procede de la ciudad etíope de Caffa. Una leyenda atribuye su descubrimiento a un pastor local llamado Kaldi, quien observo el efecto reanimante ejercido en sus cabras tras comer unos frutos rojos de un arbusto. Tras probarlos él mismo se sintió con más vigor y energía. Aunque con toda probabilidad, las tribus africanas lo conocían desde la Antigüedad utilizando los granos molidos para alimentar a los animales, dar fuerzas a sus guerreros, y soportar las largas ceremonias religiosas. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

Su popularidad llegaría tras la introducción de éste en Arabia, donde Yemen se convertiría en un importante centro de cultivo y distribución por todo el mundo musulmán; y al que por sus efectos dice la leyenda que Mahoma le dio el nombre de qahwa (قهوة), que significa excitante, energético, vigorizador. Precisamente sobre sus alteraciones en el organismo humano hizo que los imanes ortodoxos de La Meca (1511) y El Cairo (1532) se planteasen si las determinadas características se ajustaban a los parámetros del Corán, el cual prohíbe todo tipo de intoxicación. Sus conclusiones llevaron al emir Khair Bey a prohibirlo, pero las revueltas surgidas tras el cierre de las cafeterías hicieron que las autoridades derogasen el edicto. Como ejemplo curioso decir que existía una ley turca que permitía el divorcio de una mujer si su marido no le proporcionaba una dosis diaria de café. Por aquella época, el café se había extendido por Persia, Egipto, África Septentrional y Turquía, donde en 1475 abriría sus puertas en Estambul Kiwa Han, la primera cafetería del mundo. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

La primera mención que se tuvo en Europa del café aparece en un libro publicado en 1583 por el botánico y médico alemán Leonard Rauwolf, quien acababa de volver de un largo viaje por Oriente Medio. “Una bebida tan negra como la tinta, útil contra numerosos males, en particular los males de estómago. Sus consumidores lo toman por la mañana, con toda franqueza, en una copa de porcelana que pasa de uno a otro y de la que cada uno toma un vaso lleno. Está formada por agua y el fruto de un arbusto llamado bunnu.” (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

Gracias a los mercaderes venecianos, siempre con el oído atento al mercado de las especias, la nueva bebida llegó a Europa en el año 1615 generando muy diversas actitudes ante ella y varias

anécdotas. Aquí os dejo dos de ellas: Su introducción en Italia dio lugar a controversias sobre si era lícito a los papas el uso de una bebida de los mahometanos, siendo el papa Clemente VIII quien resolvió probar el café y emitir su fallo. Lo saboreó y dijo: “Esta bebida de Satanás es tan deliciosa, que sería una lástima dejar a los infieles la exclusiva de su uso. Vamos a chasquear a Satanás bautizándola y así haremos de ella una bebida auténticamente cristiana”. (Gamarra, 2008)

En el siglo XVII se creía que tanto el café como el té eran una droga, prescribiéndose que su uso continuado y a grandes dosis podía llevar a la muerte del consumidor. Intrigado por esta receta, el rey Gustavo III de Suecia para demostrarlo, ordenó a un reo tomar café todos los días y a otro tomar té. El experimento, que fue seguido por una comisión médica, fue un fracaso: los primeros en morir fueron los médicos, después el rey, muchos años más tarde el condenado a beber té y por último el bebedor de café. (Gamarra, 2008)

El café fue especialmente reprobado en ciertos núcleos protestantes; tanto que algunos terratenientes alemanes pusieron medidas en marcha para dificultar su difusión. En Rusia estuvo prohibido con penas incluso de tortura y de mutilación. Y, cuando la policía zarista encontraba a alguna persona presa de una crisis nerviosa, se lo atribuía al café. El malestar ante esta bebida persistió hasta bien entrado el siglo XIX en el norte de Europa. Mientras en el este y el oeste europeo hubo una mayor tolerancia. En la década de 1650 comenzó a ser muy importado y consumido en Inglaterra, y se comenzaron a abrir cafeterías en Oxford y en Londres, las cuales se convirtieron en lugares donde nacieron las ideas liberales, debido a la visita frecuente a esos lugares (donde, por cierto, se distribuían panfletos) por parte de filósofos y letrados. Como curiosidad decir la famosa compañía de seguros Lloyd fue en su origen una cafetería. (Gamarra, 2008)

El café cruzó el Atlántico en 1689, con la apertura del primer establecimiento en Boston. La bebida ganó popularidad y obtuvo el rango de bebida nacional, después de que los rebeldes lanzaron al mar el té sobrepasado por la corona británica durante el motín del té en Boston. Esta operación clave se preparó en la cafetería Dragón verde. En la actualidad, las principales regiones productoras de café son América del Sur (en particular, Brasil, Colombia y Perú), Vietnam, Kenia y Costa de Marfil. Hawái tiene una pequeña producción de café de gran calidad y elevado precio, pero entre las numerosas variedades desarrolladas, el café más caro y famoso sigue siendo el Blue Mountain procedente de Jamaica. (Gamarra, 2008)

No constan datos científicos que expliquen el verdadero origen del café, sin embargo la más creíble de las leyendas data del siglo X, que trata del pastor KALDI que se percató que al llevar a alimentar a sus cabras en cierta zona, estaban inquietas y llenas de energía, notó que a las cabras

las ponía en ese estado, cuando comían un fruto rojo similar a las cerezas que crecían en abundancia en esa zona. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

Kaldi recogió los frutos y se los llevo a los monjes capuchinos, los cocinaron y al probar la bebida les desagrado debido a la amargura, decidieron arrojarlas al fuego, el fruto al entrar en contacto con el fuego empezó a emanar un aroma intenso y agradable, prepararon un tisana, con lo que comprobaron que la bebida lograba mantenerlos despiertos por largas horas de oración. Con el tiempo se utilizó los frutos para preparar la bebida que hoy en día conocemos como café.

Según investigaciones el beber café o el conocimiento del arbusto de café aparece en el siglo XV, en los monasterios del Yemen. En arabia los granos de café fueron tostados y molidos, afín a lo que hoy conocemos. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

Para el siglo 16, se lo conoció en Medio Oriente y luego se extendió al resto de Europa y América. En el año de 1860 se empezó con el cultivo de café en nuestro país principalmente en Manabí, para el año 1880 comenzaron las primeras cosechas las mismas que coincidieron con el arranque de Ecuador en el mercado mundial, convirtiéndose en uno de los grandes exportadores de cacao y café. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

2.1.15 *El café es un producto básico mundial*

No es posible exagerar la importancia del café en la economía mundial. El café es uno de los productos primarios más valiosos, segundo en valor durante muchos años únicamente al petróleo como fuente de divisas para los países en desarrollo. El cultivo, procesamiento, comercio, transporte y comercialización del café proporciona empleo a millones de personas en todo el mundo. El café tiene una importancia crucial para la economía y la política de muchos países en desarrollo. Para muchos de los países menos adelantados del mundo, las exportaciones de café representan una parte sustancial de sus ingresos en divisas, en algunos casos más del 80%. El café es un producto básico que se comercia en los principales mercados de materias primas y de futuros, muy en especial en Londres y en Nueva York. (Sette, 2007)

2.1.16 *Ecuador con aroma de café*

El café ecuatoriano es reconocido a nivel mundial por su alta calidad y sus magníficos sabores. Por esas cosas extrañas de la vida, y por tener a un gigante cafetero como vecino, los ecuatorianos no disfrutan, como debiera ser, del fruto de su tierra. Sin embargo, varios productores y comerciantes vienen apostando a la producción de café en diversas zonas del Ecuador. Y hoy también se suman instituciones públicas como el Ministerio de Agricultura y Pesca (MAGAP) y

el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), quienes se encuentran evaluando posibles denominaciones de origen (DO), que lo impulsen y le generen un valor agregado. En esta nueva entrega, ANEPI presenta una crónica sobre el café ecuatoriano. Para poder narrar esta historia, José Nicolás Vélez, dueño de Café Vélez y fanático de la producción cafetera del Ecuador, brinda algunos datos importantes e interesantes que ayudan a armar el rompecabezas del café nacional. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

En los últimos tiempos existen dos variedades: el *Coffea arábica* y *Coffea canephora*, el producto que se cultiva en el medio es el arábica. Apareció en América en 1727, primero llegó a Brasil y luego a Paraguay, Perú, Bolivia y Ecuador. Productores de Quilanga (San Antonio de las Aradas), resaltan que el café especial (Café arábica puro), tiene un tinte a chocolate y vainilla, olor característico propio del campo. Acidez aceptable y excelente volumen, con un dulzor intenso y bien balanceado, resabio dulce y agradable que le hacen irresistible al paladar de los lojanos y ecuatorianos. (Crónica, 2015)

Una de las tierras más versátiles y ricas del Ecuador es la zona de Manabí. De ahí provienen los primeros grandes cultivos de café, que datan de 1860. El grano que se cosecha hasta hoy en Jipijapa tiene una buena calidad. De allí salieron las primeras exportaciones, gracias a pequeñas plantaciones que después generaron un mercado mucho mayor. Loja es otra de las zonas que impulsó la producción nacional. Este boom se dio también debido al reconocimiento otorgado en otros países al cacao ecuatoriano. A principios de 1900 el puerto de Manta despachaba grandes cantidades de café, sobre todo al mercado europeo. Poco a poco Ecuador se convirtió en uno de los grandes exportadores, logrando enviar casi dos millones de sacos a inicios de la década del noventa. Lamentablemente llegó la crisis del café, fruto de la sobre oferta del producto. Vietnam sobrepasó la producción colombiana y centroamericana, obligando a disminuir los precios. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

En el país se volvió insostenible mantener el cultivo por los altos costos que representaba para los productores. José Vélez cuenta que “Ecuador dejó de ser cafetero y quedó, más que nada, la gente que tenía el cultivo por vocación, por devoción o por cultura, pero ya no era gente orientada al negocio del café”. El problema que tuvo el país fue no haber sabido posicionar su producción como marca, lo que sí hizo Colombia en un trabajo de 80 años, permitiéndole sobrevivir a la crisis del café y a otras crisis similares. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

El resurgir del aroma ecuatoriano

El nuevo siglo trajo consigo tendencias de consumo que favorecieron a ciertas industrias exclusivas. Una de ellas fue la industria cafetera, que se vio impulsada por la aparición de

compradores de aromas diferentes y sabores únicos. José Vélez describe a este proceso como un “refinamiento del mercado”, que descubrió que se estaba vendiendo café de menor o mejor calidad al mismo precio. Hoy se ha llegado al punto de vender café verde “con el nombre del productor y la finca, a precios incomparables a los de un café de supermercado”. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

Debido a esta diversificación del mercado, se descubrió el gran potencial que tiene el suelo ecuatoriano para producir diferentes tipos de cafés, dispuestos a ser comercializados en estos nuevos mercados. Las zonas cafeteras del Ecuador son varias, destacándose Loja, Zamora Chinchipe, Pichincha, Imbabura y Galápagos. Las dos primeras se encuentran en un periodo evaluación por parte del IEPI, para determinar si pueden acceder al listado de DO que tiene el país, reconocimiento que lograrán casi con seguridad entre el 2014 y el 2015. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

José Vélez explica que la DO para el café está definida por las características de la región, acompañada por la calidad de la producción, logrando que el consumidor pueda diferenciar que el café de una región tiene un gusto determinado. “El café lojano tiene todo el respaldo para poder ser un producto de altísima calidad, que compita con cualquier café del mundo”. El experto en café continúa explicando que tanto en Loja como en Zamora Chinchipe, por su altura, tienen condiciones de acidez alta. Sus varietales son casi todos Arábigos, Caturra y Typica, de sabor delicado y muy aromático. Además, desde hace poco tiempo se está estudiando la introducción de nuevos varietales frutales en la zona de Zamora, algunas que ya se vienen produciendo en Pichincha. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

El Ecuador se encuentra en un proceso de impulsar y reimpulsar la producción local, no para seguir exportando materia prima, sino para transformarla y dotarla de un valor agregado. Según José Vélez, lo que le espera al sector cafetero es la tecnificación de las haciendas, enriqueciendo “el conocimiento de los productores para un manejo más tecnificado”. Esto ayudará a exportar café de calidad, soportando posibles plagas como la roya, que ataca fuertemente a estas plantaciones. (Isntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual, 2014)

2.1.17 El café ecuatoriano renace, se reinventa, crece

El café es una de las bebidas más antiguas. Ecuador es uno de los 14 países en el mundo que, por sus condiciones geográficas y climáticas, permiten el cultivo y producción de 2 especies de plantas de café. Una es el Arábigo que produce café con tazas limpias, notas dulces, fructuosas, y con mayor acidez. La otra es Robusta que produce tazas más fuertes, poco aromáticas, ásperas

y notas amargas. Por otra parte, no todas las plantas de cafeto son iguales ya que están sujetas a diferentes influencias como suelos, altitudes y climas, pero también, porque las 2 especies se subdividen en algunas variedades que, dependiendo de sus particularidades, ofrecen un fruto diferente y registran cualidades organolépticas propias. Los variados ecosistemas del Ecuador permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho de nuestro territorio, llegando a cultivarse incluso en la región Insular. De hecho, 20 de las 24 provincias que conforman el país producen el grano. (El Telegrafo, 2015)

2.1.18 Los cafés especiales: la nueva tendencia del mercado

La calidad de un grano de café está condicionada por una serie de factores, para empezar, las condiciones de su crecimiento y producción: el microclima donde está plantado, las características de la variedad, la forma en que la tierra y los árboles son tratados, la altitud, la composición del suelo, la sombra que reciben los cafetales, el tipo de recolección de la cereza y, por último, el tipo de proceso utilizado para tratar los granos como el método de desecación, eliminación de la humedad. En esta etapa las semillas quedan listas para meterlas en sacos y enviarlas a las factorías donde las limpian, clasifican y tuestan para que liberen todo su aroma. Esto determinará sus particularidades y su calidad. (El Telegrafo, 2015)

Según estadísticas, cada año el mercado de los cafés diferenciados crece a un ritmo del 17%. La creciente demanda se explica por la tendencia actual de los consumidores hacia estilos de vida más saludables, el consumo de productos de calidad y compatibles con el medioambiente, por lo que el mercado cafetalero mundial apunta al desarrollo de un nuevo nicho, el de los denominados cafés especiales que tienen características únicas y que logran obtener calificaciones superiores a 80 puntos sobre 100, en catación (evaluación organoléptica mediante la técnica de cata o degustación profesional). Pero, solo el 20% de los cafés de la variedad Arábica que se cultiva en el mundo está considerado como café de calidad superior o café especial. En el Ecuador, se han identificado varias zonas con aptitud para la producción de este tipo de cafés. Una es al noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito. (El Telegrafo, 2015)

Basados en esta potencialidad, el Municipio, a través de CONQUITO, puso en marcha un proyecto denominado Café de Quito, con el fin de promover el consumo de los cafés especiales de la región noroccidental del Distrito a escala nacional, fomentar una cultura cafetalera en los capitalinos y, con la expectativa a futuro, de obtener una certificación de origen (D.O), representada con un sello “Q” que distinga al café de altura de esta zona garantizando la calidad del producto. (El Telegrafo, 2015)

2.1.19 *Semana del Café*

Formar al consumidor y crear una cultura que valore la calidad en la taza de un café y que esta sea ligada a la identidad del país y sus regiones, es uno de los objetivos que se ha fijado CONQUITO. Para el efecto, promovió la realización de un singular evento gastronómico en donde el “Café de Quito”, fue el principal protagonista. Durante 10 días, 17 locales, entre bares, restaurantes, cafeterías, heladerías y pastelerías, incorporaron a su oferta, platos y bebidas que tenían como ingrediente principal diversas marcas de café producidas en el noroccidente de Quito. Esto dio la oportunidad al consumidor de disfrutar de una experiencia directa con el producto, familiarizarse con las características de la región, y lo motivó a descubrir las cualidades organolépticas particulares del café de esta zona. La iniciativa tuvo una gran acogida y sirvió para vigorizar un vínculo entre todos los actores de la cadena productiva del café, desde la producción hasta el consumidor. (El Telegrafo, 2015)

La historia de la producción cafetalera en el Ecuador ha tenido muchos bemoles y no ha estado libre de dificultades y tropiezos. Sin embargo, en los últimos años el fenómeno se ha ido revirtiendo. El incremento de los precios en el mercado internacional, una mejor comprensión a escala local de la necesidad de diversificar y de explorar nuevos destinos, la alta demanda a escala mundial, el diseño de políticas gubernamentales orientadas a promover la agricultura y apoyar a los productores han sido más que positivas. (El Telegrafo, 2015)

Hoy en día, a Ecuador le interesa producir con mejor calidad, diversificar, escudar a nuevos nichos y trabajar con el café orgánico. Por ello, basado en reglas y estándares internacionales y con el aval y apoyo de la Asociación de Cafés Especiales de América, se realiza en el país, desde hace 8 años, el concurso La Taza Dorada, un evento donde se constata la calidad del café ecuatoriano. Uno de los objetivos es promover la aplicabilidad de las buenas prácticas agrícolas y el reconocimiento económico para los caficultores, además de dar a conocer las cualidades distintivas y la excelencia de sus cafés. (El Telegrafo, 2015)

Si bien en la preparación de una buena taza con café es primordial la calidad del grano, también es importante el conocimiento y la habilidad de quien lo prepara. Por tal razón y a fin de motivar la formación de baristas y evaluar, y premiar la calidad del servicio, desde hace 2 años se lleva a cabo el concurso La Taza Mejor Servida, evento que cuenta con el aval de la Asociación de Catadores del Ecuador, La Academia del Café y otros. (El Telegrafo, 2015)

2.1.20 Variedades de café en Ecuador

- **Café arábigo**

El café arábigo al ser un cultivo estacional requiere de 180 – 200 días de lluvia (6 meses) para un óptimo desarrollo, aunque el cafeto presenta cierta tolerancia a la sequía su producción declina considerablemente cuando las precipitaciones disminuyen. La especie arábica requiere un periodo seco de alrededor de tres meses, tiene una amplia adaptabilidad a los distintos ecosistemas de las cuatro regiones del Ecuador (Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos). Se cultiva desde altitudes cercanas al nivel del mar hasta los 2.000 metros. Las principales variedades arábicas cultivadas en el Ecuador son: Típica, Caturra, Bourbon, Pacas, Catuaí, Catimor y Sarchimore. En el país se produce café verde, tostado y soluble. (Dirección de Inteligencia, 2013)

- **Café robusta**

El café robusta a diferencia del café arábigo, requiere un clima tropical con altas precipitaciones o en su defecto riego. Tradicionalmente la región Amazónica ecuatoriana, especialmente las provincias del Norte Amazónico han cultivado café robusta y en períodos de bonanza fue un cultivo que permitió dinamizar la economía. Por la caída de los precios a inicios de la década el cultivo se vio mermado y gran parte de estos están abandonados. En el Ecuador se produce las siguientes presentaciones de café:

- Café verde,
- Café tostado, en grano y/o molido, pos de café
- Café soluble o instantáneo (spray, aglomerado y liofilizado). (Dirección de Inteligencia, 2013)

2.1.21 Ubicación geográfica del sector en el Ecuador

En el Ecuador se produce las especies de café arábigo y robusta, distribuidas en las cuatro regiones geográficas. A continuación se presentan los tipos de café y sus zonas de producción:

- Arábigo Lavado: Loja, Zamora Chinchipe, Manabí, El Oro, Imbabura, Carchi y Galápagos.
- Arábigo Natural: Loja, Manabí, Zamora Chinchipe, El Oro, Imbabura, Carchi y Galápagos.
- Robusta: Sucumbíos, Orellana, Napo, Pichincha, Los Ríos y Guayas.
- Industrializado (Soluble): Guayas y Manabí. (Dirección de Inteligencia, 2013)

2.1.22 *Cafés; otras infusiones; chocolates.*

Se los define como líquidos que son ingeridos con el fin de reponer las pérdidas naturales del organismo. Las hojas de té los granos de café, semillas de cola, etc., son las fuentes de bebidas sin alcohol, que contienen alcaloides suavemente estimulantes. Para reconocer si el café en grano es bueno, se aconseja, tirar el grano al suelo. Debe rebotar, porque, si es bueno, es muy elástico. Para reconocer si el café molido es de buena calidad, colocar una cucharadita en un vaso con agua: no debe bajar al fondo. (Collado, 2010, pág. 9)

El café es en muchos establecimientos hosteleros un producto “estrella”. Su demanda a lo largo del día, representa un porcentaje importante de las ventas, la misma que provoca el consumo de otros productos. La semilla es lo que se utiliza para la preparación de la infusión. El fruto posee un tamaño aproximado de 12 mm, que contienen los granos o semillas. (Collado, 2010, pág. 9)

Dentro de los cafés tostados hay varios tipos y los más importantes son:

- **Café natural:** sometido a la acción del calor hasta que adquieren el aroma y sabor deseado:
- **Café torrefacto:** es el café que se adiciona azúcar antes de finalizar el proceso de tueste.

Muchos cafés son la mezcla de diferentes clases. El empleo de café torrefacto tiene como finalidad conseguir dar más cuerpo y color al café. Cuando se emplea solo café natural este sale más claro y menos denso. El café en grano debe conservarse en recipientes herméticamente cerrados, para que no le afecten la humedad. (Collado, 2010, pág. 13)

Otro punto importante es ir moliendo según las necesidades, ya que si hay grandes cantidades molidas sin gastero, el café pierde parte de sus propiedades. El café descafeinado es un café al que se le ha extraído casi toda la cafeína (permanece en cantidad mínima, alrededor de 1,5 gr. Por taza). Es indicado para aquellos que sufren determinadas enfermedades del corazón y para aquellos que no quieren renunciar al placer de tomar un buen café después de haber tomado y unas cuantas tazas. (Collado, 2010, pág. 13)

Hay muchísimas plantas y clases de otros cafés y se obtienen de varias plantas de la Coffea arabica; el de achicoria es el más antiguo y difundido, de cebada, de trigo (malta). El café en la cafetería, en el bar, en el restaurante, admite múltiples preparaciones; estas se pueden clasificar como sigue:

- **Café solo:** se sirve en taza pequeña, más o menos largo, según las apetencias del cliente.
- **Cortado:** en taza pequeña, se le hecha al café unas gotas de leche. (Maza, 2009, pág. 16)

- **Con leche:** en taza mediana, se hecha en partes iguales café y leche; también se le puede echar en taza grande de desayuno con una parte de café y dos de leche. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Piccolino:** en taza pequeña, se sirve la crema del café, solo, corto y muy concentrado. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Granoizado:** café solo, sometido al frío, de la fuente de soda; el grado de mayor o menor concentración va en gustos de la clientela es una bebida altamente refrescante. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Blanco y negro:** se sirve en vaso mediano, donde se echa el café granizado, al que se le añade una bola de leche merengada. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Ruso:** se sirve en vaso mediano, donde se echa una bola de helado, sirope y se termina de llenar con café granizado. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Mazzagrani:** en vaso largo, que contenga una piel de limón, se le hecha una copa de ron, jarabe de azúcar y se termina de llenar el café granizado. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Irish coffee:** se sirve en copas especiales, ya que hay que calentarlas, se coloca una cucharada de azúcar morena, whisky irlandés, un café solo muy caliente y se le adiciona crema. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Vienés:** es un café solo, al que se adiciona una cucharada de nata montada, sirviéndose en taza pequeña. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Capuccino:** en vaso resistente al fuego, mediada de leche calentada y espumada convenientemente y en abundancia; con el vaporizador se deja resbalar por las paredes del vaso con café solo. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Turco:** en un recipiente adecuado se pone agua a hervir y cuando esta en ebullición se le añade café y azúcar. Cuando ha cocido por tres veces se retira la espuma y se añaden unas gotas de agua fría. Después de reposar cinco minutos se sirve en taza pequeña. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Royal:** en una taza pequeña se coloca azúcar impregnado en “chateuse” amarillo, sirviendo después de café solo. (Maza, 2009, pág. 16)
- **Brute:** en un vaso resistente al calor se pone un café solo. Aparte se calienta una copa de brandy con una piel de limón, que se echara despacio y prendiendo en una cucharilla un poco de brandy y azúcar. (Maza, 2009, pág. 16)

- **Americano:** café propio de desayunos, sobre todo para aquellos clientes no habituados al café fuerte. Se sirve en taza grande un café solo, acompañado de jarra de agua caliente para que el cliente se vaya sirviendo rebajándose a su gusto. (Maza, 2009, pág. 16)

El café es una bebida estimulante, cuyos efectos se producen por el contenido de cafeína. Este alcaloide produce una acción ciertamente benéfica, de suave excitación de las funciones psicofísicas; lo que comporta el desarrollo de la facultad de percibir y reconocer porque actúa sobre el sistema nervioso central, actúa también como vasodilatador y ejerce una suave acción analgésica. Por lado, influye en el sistema muscular, favorece los movimientos intestinales y también es diurético. Su influencia sobre el corazón determina un leve aumento de la frecuencia de los latidos (la cafeína se usa en medicina en los casos de colapsos cardiocirculatorios y en otras enfermedades del corazón). (Maza, 2009, pág. 17)

En definitiva, desarrolla en conjunto una acción positiva sosteniendo de modo general, siempre y cuando no se abuse del café y se tome el número justo de tazas al día; se dice que tres tazas de café al día no crea ningún problema, pero la cafeína en dosis elevadas puede crear dependencia o provocar graves trastornos a nuestro organismo. Es conveniente determinar las cantidades de cafeína que son perjudiciales para nuestro organismo. Cada uno de nosotros posee un grado de tolerancia, sin embargo 250 mg. De cafeína al día, es suficiente para que se produzcan una serie de trastornos en nuestro cuerpo, tales como: molestias gástricas e insomnio, etc. (Maza, 2009, pág. 17)

2.1.23 Frappé

El Frappé nació en Grecia hace casi 60 años. Como muchos de los grandes inventos y descubrimientos de la historia, el café Frappé apareció de manera casual en 1957 durante la Feria Internacional del Comercio de Tesalónica (Grecia). Esta modalidad de café puede elaborarse con tres grados de dulzor, según la proporción de café y azúcar que se utilice en su preparación. La primera variante es el Frappé “Solo”, el cual se elaboraría únicamente con dos cucharadas de café. Después tendríamos el Frappé “Medio”, que se elabora con dos cucharas de café y dos cucharadas de azúcar. Por último tendríamos el Frappé “Dulce”, el cual se hace con dos cucharadas de café y cuatro de azúcar. Actualmente, el Frappé ha ido evolucionando hasta utilizar productos como chocolate, fruta o incluso té. Según diferentes estudios, son muchos los beneficios que aporta este tipo de café. Como afirma el *Dr. Gerasimos Siasos*, doctor de Medicina en la universidad de Atenas, se ha demostrado que el café ayuda a mejorar diferentes funciones cardíacas en personas de avanzada edad. Además según los ingredientes que se le añadan tendrá

otras características como efectos antioxidantes, relajantes, afrodisíaco, estimulantes y capaz de mejorar la circulación. (Faborit, 2014)

El fortuito accidente ocurrió cuando uno de sus empleados buscaba tomar su café instantáneo para el “Break” matutino, pero al no encontrar agua caliente decidió hacer el café con agua y hielo en la coctelera. Este experimento improvisado dio origen a la popular bebida griega. El Frappé se ha convertido en una de las bebidas más emblemáticas de la gastronomía griega, y se sirve en virtualmente todas las cafeterías del mundo. (Antartic, 2016)

El Café Frappe es un café que combina otros ingredientes como el hielo, lo que lo convierte en una bebida estimulante y refrescante a su vez. La historia de cómo el creador de esta bebida acabó con la idea es graciosa, pues Dimitris Vakondios, en busca de lo necesario para hacer su café instantáneo (y sin encontrarlo) se topó con agua fría y una batidora de mano durante una feria en Thessaloniki. Vakondios era empleado de Yannis Dritsas, representante de Nestlé, que en la feria presentaba un nuevo producto a base de mezclar cacao y leche para los niños. En un descanso el empleado quería tomar un café y al no encontrar agua caliente, decidió coger la batidora de Yannis Dritsas para preparar el que se conoce como primer café frappe. El resultado los sorprendió y dio origen a una de las bebidas más populares del verano. (Gon, 2016)

2.1.24 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo es uno de los sectores con mayor rapidez de crecimiento que representa más de un tercio del total del comercio mundial de servicios. El crecimiento del turismo global superó el 4.4% en el 2011, aun no encontramos datos actualizados del 2012 pero por las predicciones antes dichas en el 2011 se cree que se aumentará el promedio del turismo con una cifra de mil millones de turistas dando un crecimiento entre el 3% y el 4%. (Organización Mundial de Turismo, 2015)

El sector turístico no solo incrementa los ingresos sino que también genera más posibilidades de empleo, productividad y competitividad ya que tiene una tasa de retorno en ventas del 6% así podemos tener una oportunidad en el mercado del turismo si cada día se van aumentando estas tasas de turismo. En el Ecuador existe una creciente inversión en activos fijos en el sector de turismo, gracias al retorno de capital y al crecimiento de una demanda potencial de turistas, interesados en visitar el Ecuador y contar con la infraestructura adecuada. (Organización Mundial de Turismo, 2015)

2.1.25 Cantón guano

La Mitología Andina sostiene que todo este valle, "...fue alguna vez un gran lago en el que habían grandes peces y que aquí estuvo el edén bíblico, que las vírgenes solían sacrificarse en el Elenpata. Conquistados por los Incas, fueron parte del Tahuantinsuyo; y, en la Colonia fue uno de los principales centros de Obraje y mortandad aborigen, porque como dice la tradición, del Obraje del Elen "quienes entraban allí no volvían a salir". Fueron una cultura muy avanzada, con poblaciones bien organizadas. Jacinto Jijón y Caamaño, fueron los que descubrieron y analizaron los abundantes restos arqueológicos de esas etapas importantes para nuestra prehistoria, las costumbres de los primitivos moradores, sus formas de vida y de trabajo, su religión, que convirtió en divinidades a las montañas tutelares: El Chimborazo y el Tungurahua. (Consejo Provincial de Chimborzo, 2015)

Vicente Rocafuerte, Uno de los grandes mandatarios del Ecuador en los primeros años de la República. Fue Presidente de la convención Nacional reunida en Cuenca, en la que se aprobó el decreto de cantonización de Guano el 17 de Diciembre de 1845. General José María Urbina, Ministro de gobierno, que firmó el ejecútese de cantonización de Guano, en Cuenca, el 20 de Diciembre de 1845. Fue también presidente del Ecuador. Guano es un hermoso valle, al pie de las faldas meridionales de Igualata, ha logrado fama internacional gracias a sus alfombras y entre ecuatorianos es conocido por la laboriosidad de su gente. Guano también es el asiento de culturas milenarias. Allí varios arqueólogos e investigadores han encontrado vestigios de hace miles de años. (Consejo Provincial de Chimborzo, 2015)

Ciudad cuna de gran actividad artesanal y trabajo en la provincia por la labor incansable de su gente, se la conoce como la CAPITAL ARTESANAL Y TURISTICA DEL ECUADOR. Se encuentra en la Sierra Central del país al norte de la provincia de Chimborazo a 8 Km. de la Ciudad de Riobamba a una altitud de 2720 m.s.n.m. La superficie del Cantón es de 473.3 Km² que corresponde al 7% de la superficie total de la provincia de Chimborazo. La temperatura es de 16°C a 18° C. Con una población de 37.894 Habitantes. (Consejo Provincial de Chimborzo, 2015).

2.1.26 Gastronomía

Pero Guano no es solo artesanías. Los visitantes pueden degustar de dulces y embutidos elaborados por los propios moradores. Cholas (pan con relleno de raspadura). Los más apetecidos son las tradicionales cholas (pan con relleno de raspadura), cuya funda de doce unidades se la adquiere por un dólar. (Ceballos, 2003)

Las empanadas de sal, fritada y el chorizo de Guano (embutido de carne de chanco molida), también son preferidos. Este último plato se lo expende en una bandeja acompañado de mote, papas cocinadas, lechuga, cebolla, tomate, tostado y el ají molido en piedra.

Pero la bebida favorita no es una gaseosa o jugo. Es la tradicional chicha huevona, que consiste en chicha de jora, mezclada con huevos, azúcar y cerveza, que se da a probar a todo visitante nacional y extranjero. (Ceballos, 2003)

Guano también es reconocido por su gastronomía. Las tortillas con fritada o chorizo, la chicha huevona y el yaguar loco son los platos típicos más recomendados. También puede encontrar las cholitas elaboradas en horno de leña. (J. Zapata, 2014).

2.1.27 Emprendimiento

La palabra "emprendimiento" se deriva del término francés entrepreneur, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (1982) muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero. (Ramírez, 2009)

El concepto de emprendedor se caracterizaba por dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales; y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas, y era reconocido por sus funciones. Casson (1982) propone dos caminos similares de características personales y funcionales para definir el concepto de emprendedor, con base en la economía, diferenciando al emprendedor del inversionista. (Ramírez, 2009)

2.1.28 Estudio de mercado

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un

conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización. (Rico, 2005)

Con un buen estudio de mercado nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máxime si su producto o servicio viene a aportar valores añadidos y ventajas competitivas. (Rico, 2005)

Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas. Con respecto a la competencia, necesitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción, etc. (Rico, 2005)

Para realizar un estudio de mercado se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Determinar la necesidad del estudio
- ✓ Establecer los objetivos del estudio
- ✓ Identificar la información que se va a recolectar
- ✓ Determinar las fuentes de información
- ✓ Seleccionar y desarrollar las técnicas de recolección de información
- ✓ Recolección de la información
- ✓ Análisis de la información
- ✓ Presentación del estudio. (Crece Negocio, 2014)

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. Más que centrar Capítulo 1: Generalidades sobre proyectos de inversión, la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que este demandará, en el estudio de mercado se tendrán que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo. La importancia del estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizará sus actividades

económicas. El estudio de mercado se asimila a los cimientos en las construcciones. Si estos cumplen con las normas de construcción, la probabilidad de daños en la estructura disminuye notablemente. Si la investigación del mercado se realiza profesionalmente y se profundiza en aquellos elementos que pueden afectar el funcionamiento de la futura empresa, el estudio será consistente y se podrá obtener información que permitirá disminuir la incertidumbre, por lo que la toma de decisiones de invertir o no se hace sobre bases firmes. (Orozco, 2006)

2.1.29 Estudio técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (Arica, 2011)

En otras palabras, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

“Consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”. (Arica, 2011)

Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas. Evaluación financiera de proyectos se identifican en este último estudio. El estudio técnico es realizado por expertos en el campo objetivo del proyecto de inversión (ingenieros, técnicos, arquitectos, etc.) y propone definir alternativas técnicas que permitan lograr los objetivos del proyecto y se constituye en una de las etapas de la pre factibilidad que mayor atención requiere debido a que toda la

arquitectura financiera del proyecto, que corresponde a la estimación de inversiones, costos e ingresos está montada sobre sus resultados. (Orozco, 2006)

Tamaño de la empresa

Se clasifican las empresas en: grandes, medianas y pequeñas. Existen criterios para determinar el tamaño de la empresa y son:

- Por el capital
- Por el número de empleados
- Por el volumen de producción
- Por el volumen de ventas. (Niuesa, 2016)

Dependiendo del criterio que siga se establecerá el tamaño de la empresa.

- Empresa pequeña.- cuando posee menos de cincuenta empleados.
- Mediana empresa.- si cuenta con cincuenta a doscientos cincuenta empleados.
- Empresa grande.- si su número de empleados es mayor a doscientos cincuenta. (Hill, 2000)

Según la unión Europea se estableció una definición acerca de las pequeñas y medianas empresas (pymes).

- Microempresa.- menos de diez trabajadores.
- Pequeña empresa.- si posee entre diez y cuarenta y nueve empleados.
- Mediana empresa.- entre cincuenta y doscientos cuarenta y nueve empleados.

Según las definiciones anteriores se establece el tamaño como microempresa ya que la misma posee un número menor a diez trabajadores. (Hill, 2000)

Para la determinación del tamaño de la empresa se tomara en cuenta la población objetiva a partir del año 2017 hasta el año 2020.

2.1.30 Estudio administrativo

El estudio administrativo consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos, fiscales. (CB, 2011)

2.1.31 Estudio legal

El estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa, estar constituida legalmente permite a la empresa promover la producción de la empresa sin problemas y dentro de las disposiciones, ser sujeto de crédito entre las entidades financieras, participar como proveedor de empresa de mayor tamaño o de las entidades del estado. Tiene como objetivo la viabilidad legal, conociendo los alcances y limitaciones relacionadas con la naturaleza del proyecto. (Opoyc, 2011)

Entre las formas legales más representativas de la organización empresarial se distinguen: la propiedad particular, la sociedad de personas de responsabilidad limitada, la sociedad anónima y la organización corporativa comunitaria. La sociedad surge con el pacto social y nace como persona jurídica mediante su inscripción en el registro mercantil. Los impuestos a los cuales estarán sometida la empresa pueden ser de tres tipos:

Impuestos nacionales, impuestos de valor agregado (IVA) e impuestos especiales, como la seguridad democrática. Impuestos regionales, son cargas impuestas por las regiones como por ejemplo impuesto de rodamiento, etc. Impuestos municipales, están asociados con la municipalidad donde está ubicado la empresa. (Opoyc, 2011)

2.1.32 Estudio ambiental

El Estudio de Impacto Ambiental es un documento técnico de carácter inter-disciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. Su finalidad es que la autoridad de aplicación tome decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico. Estos proyectos (que pueden abarcar la construcción de plantas de procesos químicos, obras de infraestructura, proyectos mineros, barrios de viviendas, etc.) tienen un común denominador: la obra en cuestión generará cambios irreversibles en el ambiente cercano y en las condiciones de vida de una sociedad. De allí la importancia del EsIA, que debe presentarse a la autoridad de aplicación para que ésta, luego de analizarlo y, si corresponde, lo apruebe mediante la Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), antes de que comiencen las obras. (Coria, 2008)

El EsIA abarca la consideración de las posibles alteraciones ocasionadas por la puesta en marcha de un determinado proyecto en sus distintas etapas, realizando una comparación entre el estado

de situación del ambiente anterior al proyecto (situación sin proyecto), y las consecuencias que el desarrollo del mismo podrá causar en sus diferentes etapas de realización (preliminar, ejecución y operación) en el área de influencia. (Coria, 2008)

2.1.33 Estudio financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Anzil, 2012)

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos. (Anzil, 2012)

2.1.34 Evaluación

Es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas pertinentes correctivas pertinentes. La evaluación de resultados tiene como objetivos: evaluar el impacto real del proyecto ya entrado en operación para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes, simular la experiencia para enriquecer el nivel conocimientos y capacidad para mejorarla. (Padilla, 2011)

Para la evaluación del proyecto se debe decidir entre tres cursos de acción:

Rechazo: si el proyecto no resulta conveniente de acuerdo con el análisis realizado con la información disponible, debe optarse por no continuar con el estudio, ejecución u operación.

Demora: si el proyecto demuestra ventajas, pero se estima que su conveniencia aumentara si se estudia, ejecuta u opera más adelante, se debe tomar la alternativa de demora a la etapa siguiente. Aceptación: si el proyecto resulta conveniente, de acuerdo con la información disponible, se puede pasar a la siguiente etapa de análisis o comenzar su ejecución u operación. (Padilla, 2011)

El ciclo de vida del proyecto puede ser visto como un proceso de compra de certidumbre. Esto significa que el pasaje de una etapa a la siguiente, y en particular de cada subetapa de la pre inversión a la que le sigue, está dado no solo por la bondad del proyecto sino también porque los beneficios de un estudio más profundo que permite reducir la incertidumbre y superar a los costos del mismo. (Padilla, 2011)

La evaluación del proyecto, cualquiera que sea el método usado, considera, para calcular la rentabilidad de la inversión, la ocurrencia de hechos futuros y estima los costos y beneficios futuros en uno solo de entre muchos escenarios posibles. Sin embargo, dada la posibilidad de prever con exactitud el comportamiento de las variables que condicionan la rentabilidad calculada, es conveniente agregar información que contribuya a tomar la decisión por parte de agentes involucrados tan distintos como el inversionista que arriesga su capital, el financista que presta recursos y el gerente o ejecutivo que administran recursos de accionistas, entre muchos otros. Cada uno de ellos observa el resultado del estudio de proyectos desde muy diversas perspectivas, por cuanto en ellos hay expectativas, grados de aversión al riesgo e informaciones distintas que obligan a buscar una solución que satisfaga los requerimientos de todos ellos. (Chaín, 2007)

2.2. Marco conceptual

Análisis.- distinción y separación de las partes de algo para conocer su composición, estudio detallado de algo. (Real Academia Española, 2007)

Aroma.- flor del aroma, de muy fragante olor. Cualquier goma, leño o hierba de mucha fragancia. Olor muy agradable. (Océano, 1991)

Bebida.- líquido que se bebe, líquido compuesto como la horchata o los medicinales, y especialmente los alcohólicos. (Océano, 1991)

Café.- semilla de cafeto. Infusión de esa semilla tostada y molida. (Océano, 1991)

Cafetería.- local público donde se sirve cafés y otras bebidas y en algunos casos aperitivos y comidas. (Océano, 1991)

Calidad.- manera de ser de una persona o caso. Importancia o cualidad de una cosa. (Océano, 1991)

Consumo.- acción y efecto de consumir, utilizar genéricos para el sustento. Utilización por parte del sujeto consumidor, de un bien o servicio producido. (Océano, 1991)

Consumidores.- gastar comestibles u otros géneros. (Océano, 1991)

Cultura.- conjunto de elementos de índole material o espiritual, organizados lógicamente y coherentemente, incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, los usos y costumbres y todos los hábitos y aptitudes adquiridos por los hombres en su condición de miembros de la sociedad. (Océano, 1991)

Demanda.- cantidad de un bien que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir. (Océano, 1991)

Emprendimiento.- Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o

que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. (Gardey, 2013)

Establecimientos.- cosa fundada o establecida. Lugar donde habitualmente se ejerce una industria o profesión. (Océano, 1991)

Especies.- conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres comunes. (Océano, 1991)

Fruto.- producto del desarrollo del ovario de una flor tras la fecundación, en la que está contenida la semilla. (Real Academia Española, 2007, pág. 327)

Historia.- conjunto de acontecimientos pasados de la humanidad, ciencia que estudia y narra cronológicamente los acontecimientos pasados. (Real Academia Española, 2007, pág. 362)

Método.- procedimiento para alcanzar un determinado fin. (Océano, 1991)

Mercado.- sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar géneros o mercaderías. En estos lugares se fijan los precios y se resuelven los problemas de compra, la base del mercado es el intercambio. (López, 2002, pág. 711)

Oferta.- hecho o efecto de ofrecer. Conjunto de viene o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado. (Real Academia Española, 2007, pág. 496)

Población.- conjunto de organismos de una misma especie y que ocupan un área de extensión relativamente pequeña que depende de la movilidad, tamaño y capacidad de difusión de los individuos. (Océano, 1991)

Preparaciones.- conjunto de conocimientos que se tiene sobre una materia. (Océano, 1991)

Producción.- acto o conjunto de actos mediante los cuales se crea riqueza, en sus diversos procesos de extracción, obtención y transformación. (Océano, 1991)

Procesos.- conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. (Océano, 1991)

Región.- porción de territorio determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, producción, topografía, administración, gobierno, etc. Todo espacio de gran extensión. (Océano, 1991)

Sabor.- cualidad por la cual algunas cosas, espec. Alimentos producen una determinada sensación en el órgano del gusto. (Real Academia Española, 2007, pág. 631)

Servicio.- realización o prestación por parte de alguien o algo de trabajo o función que le son propios. Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de una entidad. (Real Academia Española, 2007, pág. 649)

Tradicional.- transmisión de conocimientos, doctrinas o costumbres, de generación en generación. Conjunto de conocimientos, doctrina, relatos, ritos o costumbres de un pueblo o colectividad, transmitidos por tradición. (Real Academia Española, 2007, pág. 703)

Trazabilidad.- Según la normativa europea, la trazabilidad es "la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo". De este modo tenemos que, la trazabilidad, es una herramienta que nos permite identificar y reconstruir el origen y el historial de un producto alimentario reconociendo todas las fases por las que pasa (recolección, producción, elaboración, almacenaje, distribución...). (Elika , 2011)

Turismo.- hecho de viajar por placer, conjunto de personas que hacen turismo. (Real Academia Española, 2007, pág. 717)

Variiedad.- diferencia dentro de la unidad, conjunto de cosas diversas, inconstancia o mutabilidad de las cosas. (Océano, 1991)

Zona.- extensión considerable de terreno cuyos límites están determinados por razones administrativas políticas. (Océano, 1991)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Metodología de la investigación

Una vez expuesto el problema, se aplicaron técnicas ordenadas de estudio, que permitió recabar y analizar la información adquirida orientada a la investigación, la misma que fueron incógnitas, cuyas respuestas guiaron el sentido del estudio y su alcance.

Estudio descriptivo

En esta investigación se realizó un estudio descriptivo, el mismo que permitió identificar la población meta, la recolección de datos y la selección de fuentes de información ya que esta busca especificar las características propiedades y perfiles de personas o grupos que son sometidos a análisis, cuya finalidad es medir o almacenar información de forma independiente.

Investigación de Campo

Trabaja en relación con los personas y la información obtenida es fidedigna y documentada, la investigación de campo aplicada permitió ampliar la información con la finalidad de recopilar datos y la información necesaria que luego fueron analizados obteniendo respuestas y resultados de estudio. Los datos de interés fueron recopilados en forma directa de la realidad; se trata de investigaciones a partir de datos originales o principales. (El Pensante , 2016)

Diseño de la investigación

Técnicas Cuantitativas

Los datos cuantitativos involucra el uso de números para evaluar la información. Esta técnica se aplicó en el estudio para la valoración de los datos obtenidos, mediante cálculos estadísticos, a partir de los cuales se elaboró los resultados de la investigación.

3.2. Técnicas de recolección de datos

Encuesta

Es un procedimiento que admite explorar temas que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo permite obtener información de un número considerable de individuos. La encuesta fue aplicada a la población de estudio, cuya información obtenida permitió investigar la opinión pública a cerca de los productos que se requería obtener información.

3.3. Fuentes de investigación

El siguiente proyecto se obtuvo información de dos fuentes de investigación que son:

3.3.1. Primarias

Se obtuvo datos a través de encuestas, las mismas que proporcionaron información directa acerca de los consumidores, es decir, su opinión y preferencia.

3.3.2. Secundarias

La información que se obtuvo se la realizó través del INEC, CNE, que proporcionaron datos en cuanto a la población, así mismo como como monografías, fuentes bibliográficas, tesis, etc. que facilitaron información medida que la información requirió.

3.4. Segmento de mercado

Tabla 3-1, segmentación del mercado

Variables		Índices
Geográficas	País	Ecuador
	Región	Sierra
	Provincia	Chimborazo
	Cantón	Guano
	Local	Urbana
Demográficas	Población	Hombres y Mujeres
	Ocupación	Profesionales, estudiantes, otros
	Nivel de educación	Primario, secundario, superior.
	Clase social	Media- baja Media Alta
Psicológicas	Lealtad	
	Sensibilidad al precio	
	Intención de compra	Siempre A veces
Motivación	Negocios	Entidades públicas y privadas.
	Turismo	Atractivos naturales, culturales, deportivas, etc.
	Reuniones	Familiares Religiosas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

3.5. Universo

El universo se refiere al conjunto de individuos, objetos o fenómenos sometidos a investigación, que poseen características definitivas.

Para el presente trabajo se ha tomado en cuenta la población del Cantón Guano, que es nuestro lugar de estudio, para luego proceder a tomar una muestra de la población a investigar.

3.6. Muestra

La muestra es parte del universo, igual en características, excepto por que se toma una cantidad menor de personas en el que se abrirá la investigación.

Se ha tomado en cuenta la información del último censo poblacional del 2010, proporcionado por el INEC, para que dichos datos puedan ser aplicados en la formula.

Formula:

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

n= tamaño

N= total de población

Z= valor estandarizado que resulta dependiendo de (E) error dispuesto (1,96)

p= probabilidad de éxito (0,90) 90%

q= probabilidad de fracaso (0,10)

E= error dispuesto a cometer

$$n = \frac{(1,96)^2(0,90)(0,10)(16,517)}{16517(0,05)^2 + (1,96)^2(0,90)(0,10)}$$

$$n = \frac{571065365}{41638249}$$

$$n = 137$$

3.7. Estratificación

Se necesita contar con las opiniones de diferentes elementos que establecen el universo, incorporados en la muestra, para lo cual se realizó la estratificación de la muestra, que corresponden a las parroquias urbanas del cantón.

Formula:

$$n = n. \frac{Ni}{N}$$

n= muestra

N= población

Ni= estrato

Parroquia rosario

$$n = 1750x \frac{137}{14,52}$$

$$n = 16,5$$

Parroquia la matriz

$$n = 12719x \frac{137}{14,52}$$

$$n = 120$$

Estratificación

Tabla 3-2, estratificación

Zona urbana

Parroquia la matriz	120 encuestas
Parroquia el rosario	17 encuestas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Para obtener el número correspondiente de encuestas se aplicó la fórmula de línea recta, dando como resultado un total de 137 encuestas a ser aplicadas en el cantón. Anexo 2.

3.8. Tabulación y análisis de resultados

Se demuestran las tablas y gráficos que se obtuvieron en la hoja cálculo en Excel.

Tabla 3-3, ¿estaría de acuerdo con la creación de una cafetería?

1. ¿Según su criterio, usted estaría de acuerdo con la creación de una cafetería artesanal en el cantón Guano?		
SI	NO	total
130	7	137
95%	5%	100%

Opción	fa	fr %
Si	130	95
No	7	5
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

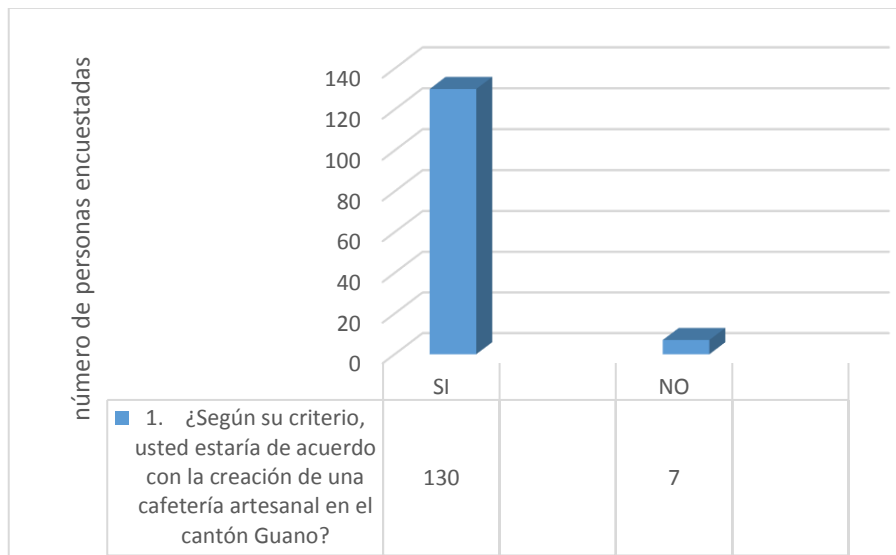


Gráfico 3-1, ¿estaría de acuerdo con la creación de una cafetería?

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- gracias a los datos proporcionados por las encuestas, se determinó que el 95% de las personas encuestadas está de acuerdo con la creación de una cafetería artesanal en el cantón, debido a que no existe un establecimiento de brinde estos productos y servicio, mientras que un 5% no está de acuerdo, ya que manifestaron que muchas veces acuden al cantón solo para realizar la compra de panes conocidos como cholos.

Tabla 3-4, ¿estaría dispuesto a visitarnos?

2. ¿En caso de implementarse la cafetería en el cantón Guano, estaría dispuesto a visitarnos?	
SI	NO
131	6
96%	4%

Opción	fa	fr %
Si	131	96
No	6	4
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

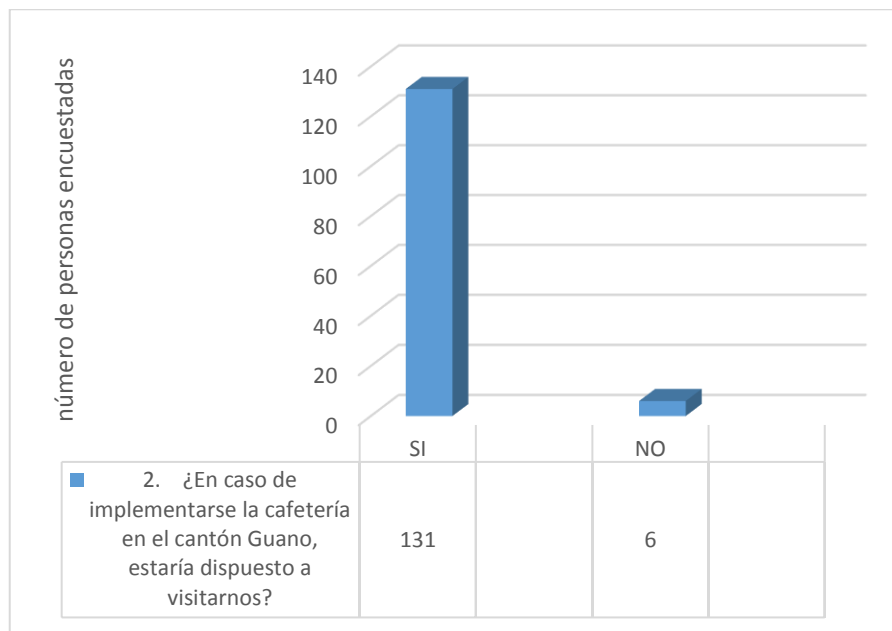


Gráfico 3-2, ¿estaría dispuesto a visitarnos?

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- del 100% de personas encuestadas, el 96% está dispuesto a visitar la cafetería en caso de implementarse ya que desean conocer los productos y el tipo de servicio, además de reconocer que hace falta en el cantón este tipo de establecimiento, el 4% de encuestados no visitara la cafetería debido a que muchas veces solo van de paso por el lugar.

Tabla 3-5, ¿el café es su bebidas preferida?

3. ¿Para usted, el café es una de sus bebidas preferidas?	
SI	NO
112	25
82%	18%

Opción	fa	fr %
Si	112	82
No	25	18
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

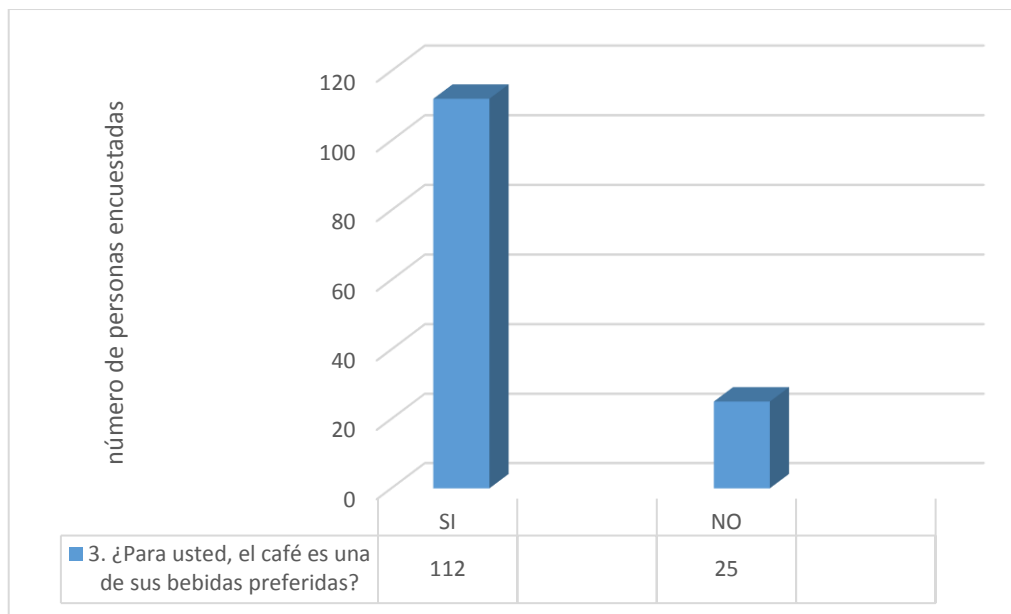


Gráfico 3-3, ¿el café es su bebida favorita?

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- del 100% de información obtenida, nos revelo que el 82% de personas encuestadas, afirmo que el café es una de sus bebidas preferidas, por lo tanto el café artesanal tendrá gran acogida, ya que se ofrecerá al cliente una variedad de productos a base de café, el 18% de encuestados aseguro que el café no es una de sus bebidas favoritas, sin embargo estarían dispuestos a consumir otros productos que se ofrezcan en la cafetería.

Tabla 3-6, ¿Qué productos consumiría más?

Café Molido	Café Express	Capuchino	Mocaccino	Frappe	Frappellate
96	65	90	74	62	71
70%	47%	66%	54%	45%	52%

Opción	Fa	fr %	Opción	fa	fr %
café molido	96	70	café express	65	47
Total	96	70%	Total	65	47%
Opción	fa	fr %	Opción	fa	fr %
capuchino	90	66	mocaccino	74	54
Total	90	66%	Total	74	54%
Opción	fa	fr %	Opción	fa	fr %
frappe	62	45	frappe latte	71	52
Total	62	45%	Total	71	52%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

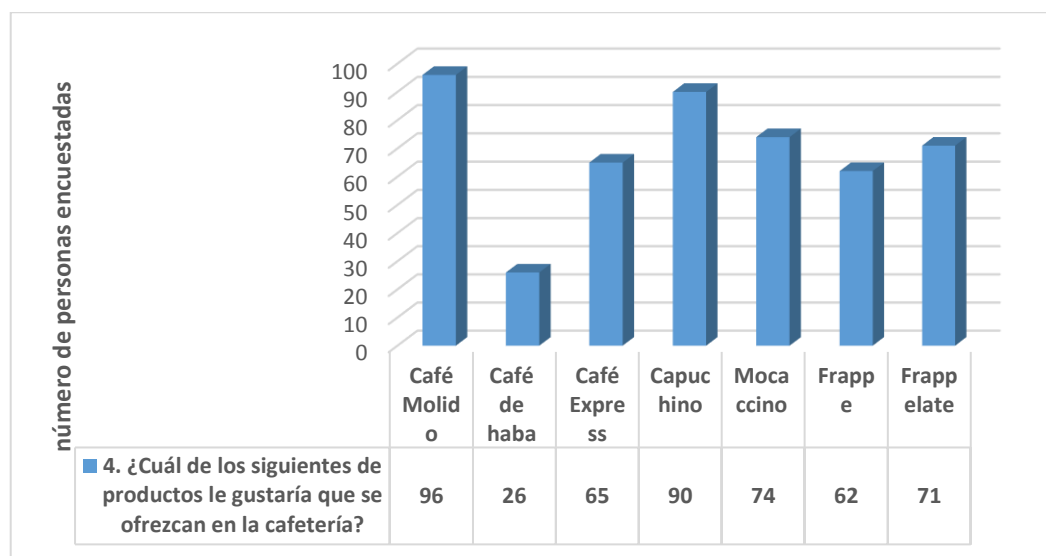


Gráfico 3-4, ¿Qué productos consumiría más?

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- mediante la información recogida, se pudo conocer que al 100% los encuestados les gustaría que se ofrecieran diferentes preparaciones a base de café, sin embargo tuvo mayor acogida las bebidas calientes, es decir, un 70% de encuestados se inclinó por el café molido, el 66% por el capuchino, mientras que las bebidas frías un 52%, las diferentes preparaciones de café no tiene una diferencia muy lejana, por lo tanto las bebidas frías y calientes a base de café son aceptadas por los diferentes tipos de público.

Tabla 3-7, ¿qué valor estaría dispuesto a pagar?

5. ¿A la hora de visitar una cafetería, que valor en dólares estaría dispuesto a consumir?		
2.00 dólares	3.00 dólares	4.00 dólares
38	58	41
28%	42%	30%

Opción	fa	fr %
2,00	38	28
3,00	58	42
4,00	41	30
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

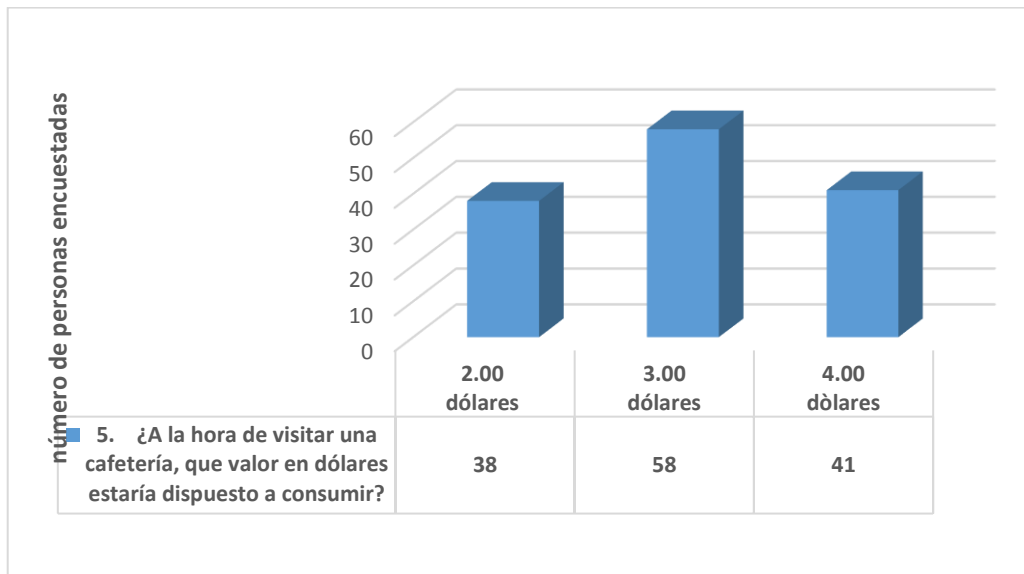


Gráfico 3-5, ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar?

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- del total de datos proporcionados por las encuestas, el 42% de encuestados está dispuesto a consumir un valor de \$3.00, mientras que un 30% consumirá un valor total de \$4.00, el resultado de la información también dio a conocer que para muchas personas es muy importante la calidad del producto y el servicio y el valor de mismo queda en un segundo plano.

Tabla 3-8, frecuencia de visita

6. ¿Con que frecuencia visita usted una cafetería?		
1 Vez a la Semana	2 Veces a la Semana	Mensual
51	72	14
37%	53%	10%

Opción	fa	fr %
una vez a la semana	38	28
dos veces a la semana	58	42
mensualmente	41	30
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

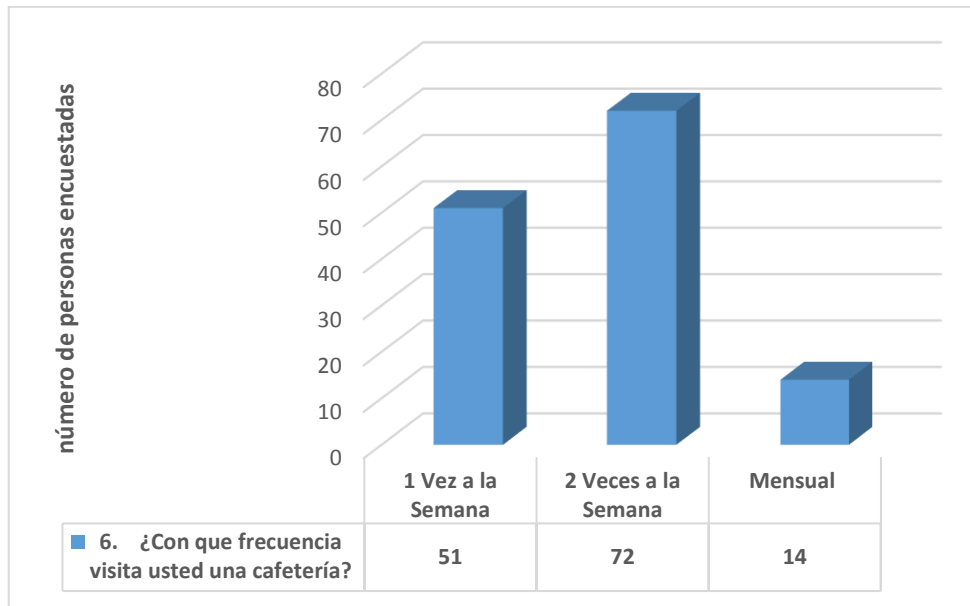


Gráfico 3-6, frecuencia de visita

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- del 100% de información obtenida, el 53% de personas encuestadas visita una cafetería dos veces por semana, ya sea por reuniones entre amigos, reuniones de trabajo, o para distraerse, etc. el 10% de encuestados manifestó que visita una cafetería mensualmente, debido a la falta de tiempo.

Tabla 3-9, tipo de promociones

7. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que se realicen en el establecimiento?		
2 x 1	Martes loco	Descuentos del 10% en cualquier producto
61	62	51
45%	45%	37%

Opción	fa	fr %
2x1	61	45
martes loco	62	45
descuentos del 10%	51	37
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

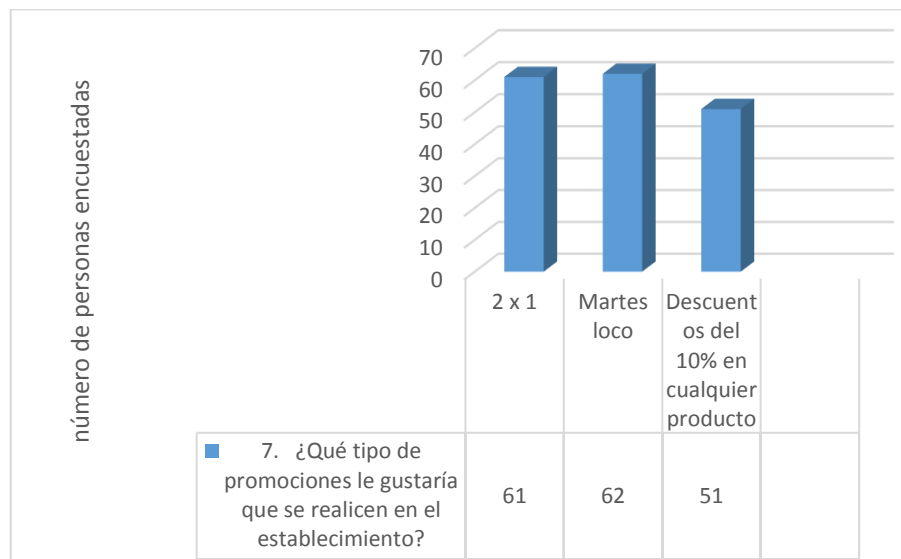


Gráfico 3-7, tipo de promociones

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- De la información obtenida, los encuestados están de acuerdo que las promociones que se realice en el establecimiento sean 2 x 1 y el martes loco con un 45% cada una, estas promociones ayudaran a incrementar las ventas en la cafetería, al 37% de encuestados le gustaría que se realicen promociones del 10% de descuento en los productos que se ofrecerán en la cafetería.

Tabla 3-10, horario de atención

8. ¿En qué horario le gustaría que se brinde el servicio en la cafetería?		
7:00 - 21:00	8:00 – 20:00	15:00 – 20:00
55	45	32
40%	33%	23%

Opción	fa	fr %
7:00 - 21:00	55	40
8:00 - 20:00	45	33
15:00 - 20:00	32	23
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

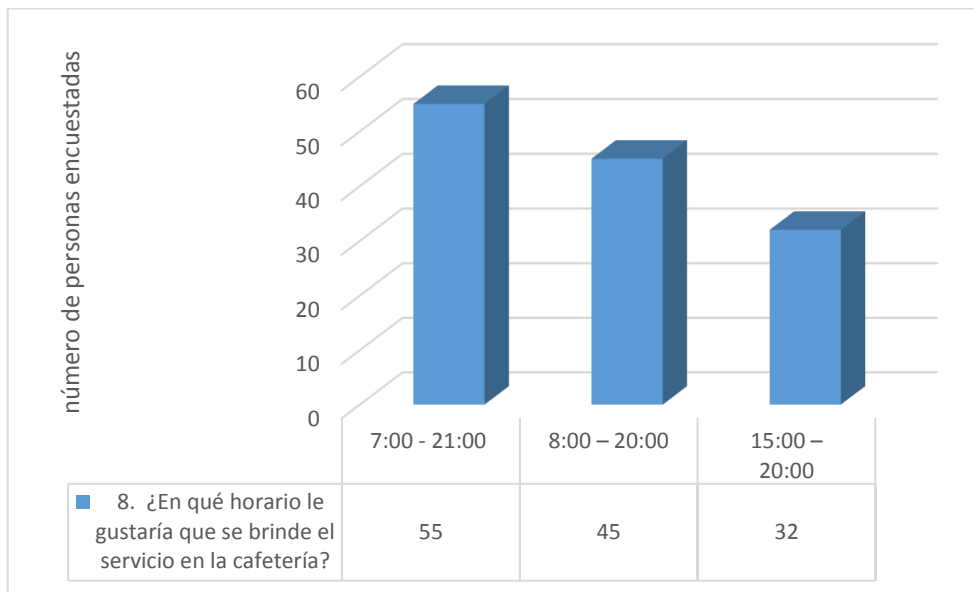


Gráfico 3-8, horario de atención

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- según el criterio de las personas encuestadas, el 40% es preferible que el horario de atención de la cafetería sea de 7:00 am - 21:00 pm, para su mayor comodidad, ya que muchas personas que visitan el lugar llegan de viaje y desean consumir una bebida caliente por la mañana, el 33% opina que el horario debe ser de 8:00 am – 20:00 pm, para el 23% el horario apropiado debe ser de 15:00 pm – 20:00 pm.

Tabla 3-11, ¿existen establecimiento que brinden este servicio?

9. ¿Existen establecimientos que brindan este servicio, (bebidas calientes) se encuentra usted satisfecho con el servicio que ofrecen los mismos?	
SI	NO
17	121
12%	88%

Opción	fa	fr %
Si	17	12
No	121	88
Total	137	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

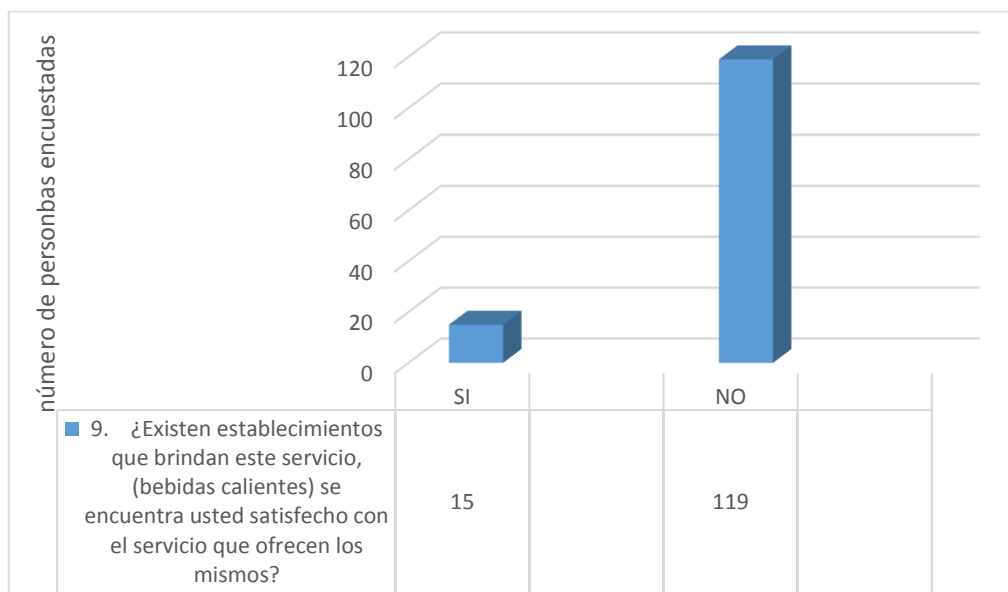


Gráfico 3-9, ¿existen establecimientos que brinde este servicio?

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- del 100% de encuestas aplicadas, el 12% asegura que se encuentra satisfecho con el servicio que brindan otros establecimientos que ofrecen comida y bebida típica del cantón, mientras que el 88% opina que no está de acuerdo con el servicio que se ofrece y para muchas personas que visitan el cantón deberían existir lugares de ofrezcan otro tipo de bebidas y que el servicio sea personalizado y el producto proporcionado sea de calidad.

Tabla 3-12, promociones a través de medios de comunicación

10. ¿En qué medios de comunicación le gustaría conocer acerca de nuestro servicio?			
Redes Sociales	Volantes	Tarjetas de presentación	Radio y televisión
93	70	62	31
68%	51%	45%	23%

Opción	fa	fr %	Opción	fa	fr %
redes sociales	93	68	volantes	70	51
Total	93	68%	Total	70	51%
Opción	fa	fr %	Opción	fa	fr %
tarjetas de presentación	62	45	radio televisión	31	23
Total	62	45%	Total	31	23%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

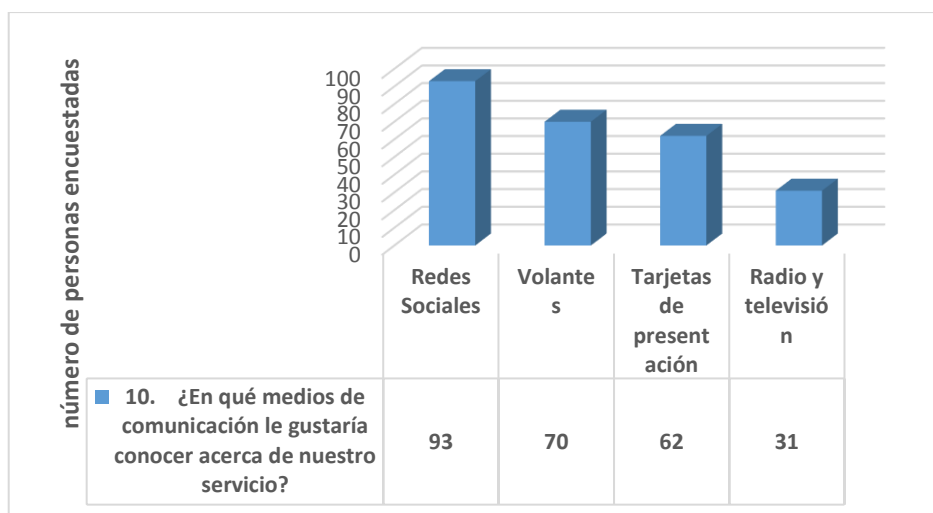


Gráfico 3-10, promociones a través de medios de comunicación

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Patiño

Análisis descriptivo e interpretativo.- del 100% de datos obtenidos, al 68% le gustaría que nuestros servicios se dieran a conocer por medio de redes sociales, ya que estas no tiene ningún costo, además que la publicidad se conozca en otros lugares para lograr una mayor acogida del público, al 51% le gustaría que se realice por medio de hojas volantes, y para el 45% de encuestados le gustaría que la cafetería se dé a conocer por medio de tarjetas de presentación y un 23% que se lo realice por medio de radio y televisión.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Un emprendedor se alimenta del entusiasmo que le brinda un sueño que camina en su cabeza, no es solo una persona que inicia su negocio y comercializa su producto, sino que es algo que va mucho más allá, es decir un emprendedor es una persona con marcada determinación a enfrentarse a situaciones que conlleven riesgo, solucionando problemas y que maneja su empresa hacia el éxito con actitud positiva y precavida.

Es aquella actitud y aptitud que posee la persona, que acepta emprender nuevos retos, nuevos proyectos; que aprovecha una oportunidad de negocio y establece los recursos para llevarlo a cabo, no es solo aquel que disfruta de las ganancias del día, sino que disfruta del saber que un proyecto iniciado por él va creciendo y desarrollándose cada día.

Un emprendedor tiene una visión clara, positiva y realista para ejercer el liderazgo dentro de la organización de la empresa, es creativo, posee la facilidad de imaginar ideas, nuevos proyectos, analiza e investiga, es autónomo, trabaja en equipo, sabe compartir tareas, éxitos y fracasos, se dedican en cuerpo y alma para que el proyecto se realice buscando siempre resultados concretos. Su motivación a la hora de embarcarse en un emprendimiento es la activación de un mercado específico, además de satisfacer una necesidad y contribuir a crear fuentes de trabajo ayudando al crecimiento económico del país, con disciplina, dedicación, pasión.

La esencia de un emprendedor es la capacidad de auto evaluarse como líder para lograr un ambiente de trabajo productivo, saludable y eficaz, debe poseer ideas originales con procesos innovadores, que consiguen una coordinación de capital y trabajo; producción de bienes y servicios.

4.1. Identificación de la Idea

Hay muchas ideas para realizar un emprendimiento de servicios de alimentos y bebidas, de estas se tomó en cuenta las fortalezas que se tiene con la profesión, aprovechando el nicho de mercado existente, cuya finalidad es satisfacer una necesidad.

4.1.1. Lluvia de ideas

En el siguiente cuadro se demuestra algunas ideas para realizar la propuesta, este ayudara a iniciar el proceso creativo del emprendimiento, mediante la organización de las ideas de negocio y creatividad.

Tabla 4-1, identificación de la idea

Identificación del servicio	Características del servicio	Necesidad que satisface
Creación de una Cafetería artesanal.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar un servicio de calidad, ágil y moderno. • Diversidad de productos. • Ser un punto de información turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Café de lujo/precio bajo. • Horario cómodo para satisfacer la necesidad de un café en la mañana. • Dar a conocer los atractivos turísticos del cantón.
Creación de una Panadería especializada.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del Producto con materia prima de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de pan de casa. • Variedad de producto fresco.
Creación de una Heladería artesanal.	<ul style="list-style-type: none"> • Helados a base de fruta. • Innovación en el producto final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad del producto todo el año. • Mejorar la presentación del producto al momento de servir.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.1.1.1. Selección y evaluación de la idea

Se evaluará a la idea del proyecto con un valor de 1 a 5, siendo el valor más alto 5, y el más bajo 1.

Tabla 4-2, evaluación de la idea

Criterio de la Idea	Nivel de Invención	Mercado Viable	Conocimiento Competente	Disponibilidad de Materia Prima	Proveedores	Total
Creación de cafetería artesanal	5	5	5	5	5	25
Creación de una panadería especializada	5	5	4	4	4	22
Creación de una heladería artesanal	4	3	4	3	3	17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.1.1.2. Descripción de la idea seleccionada

La creación de la cafetería artesanal posee una valoración alta, ya que se ha evaluado su mercado potencial, competencia en el área, aplicación de conocimiento técnico, disponibilidad de materia prima todo el año ya que se tendrá proveedores que proporcionen materia prima de calidad para las diferentes elaboraciones.

De las tres ideas anteriores la más aceptada es la cafetería, la misma que contará con características específicas para el cliente, además se ofrecerá un servicio de calidad, brindando productos variados, con el cual no cuenta el cantón.

4.1.2. Justificación

Al organizar las ideas con su respectiva valoración se puede afirmar que la idea de la creación de una cafetería basada en la utilización de café artesanal, brindara un espacio agradable donde podrán experimentar sensaciones únicas en cada visita. Ofrecer un refugio donde encontrarán con calidez, felicidad y confort, acompañados de una exquisita gama de productos, contara con un horario acorde a la necesidad del cliente, además se dará a conocer los lugares turísticos a través de la decoración del lugar; introduciendo un nivel de innovación y de desarrollo partiendo de procesos simples como el fácil manejo de recetas y procedimientos estandarizados.

Además se dará realce en su carta proporcionando información acerca de las propiedades del café, dándole originalidad y un nivel de aceptación alto dentro del mercado.

Se contara con disponibilidad de materia prima de calidad todo el año por medio de proveedores calificados en el área.

La cafetería incluirá la venta de postres, sándwiches, etc. además de exquisitos sabores de café en diferentes presentaciones, bebidas calientes y frías, con altos estándares de sabor y calidad que ninguna otra cafetería podría proporcionar en el cantón.

4.1.3. Nombre del emprendimiento

El siguiente cuadro proporcionara la información adecuada para el establecer el nombre de nuestra empresa.

Tabla 4-3, nombres para la empresa

Idea	Representativo	Original	Demostrativo	Atractivo	Fácil de acordarse	Total
Tree café	5	4	5	5	4	23
Kopi luwar cafetería	5	5	5	5	5	25
Vivaldi	4	5	4	5	4	22

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Kopi Luwak es el nombre que obtuvo una valoración de 25 puntos, por ser el nombre del mejor café del mundo, además su nombre describe el ingrediente principal del emprendimiento, posee originalidad, es atractivo y fácil de recordar, el nombre no existe en el mercado, en este caso en el cantón.

4.1.4. Descripción del emprendimiento

En este emprendimiento se proyecta la integración de una cafetería artesanal que ofrezca preparaciones variadas y de calidad en cuanto al café, por otra parte también se ofertara postres a base de café, bebidas frías acompañadas de un ambiente agradable y acogedor; resaltando el profesionalismo en cada una de las preparaciones.

Se deberá disponer de una amplia diversidad de productos que logren adaptarse a los distintos tipos de horario y de público, una de las estrategias de este emprendimiento es innovar constantemente nuestros productos.

El proyecto está dirigido al público en general; es decir; estudiantes, trabajadores, publico de fin de semana, etc. Se trata no solo de captar mayor número, sino de tener en cuenta al público que tiene distintos horarios para ofertar nuestros servicio.

En todo negocio es importante darse a conocer, que los clientes se sientan atraídos a visitar el establecimiento, es por ello que es muy importante la publicidad e información clara, atractiva y amplia.

Por lo tanto la cafetería contara con una decoración fresca, atractiva cuidando siempre la limpieza del lugar, comodidad en su menaje, logrando una imagen original del local, donde el cliente se sienta cómodo luego de la rutina diaria. La carta del establecimiento será atractiva, manejable y fácil de leer, además que en la decoración se incluirá cuadros con los principales atractivos turísticos del cantón y su historia, enriqueciendo así el conocimiento de cada uno de los visitantes. Una de la publicidad más efectiva es el de “boca a boca”, que lo realizarán cada uno de los clientes que estarán satisfecho con el producto y el servicio recibido.

4.1.5. Productos

La empresa se destacara por brindar productos elaborados a base de café, empleando procesos artesanales, entre ellos están debidas calientes: café expreso, café pasado, cappuccino, etc. Bebidas frías como frappé de caramelo, frappé cappuccino, etc. también ofrecerá postres, sándwiches, etc. Elaborados con materia prima de calidad y características específicas del producto.

Uno de los objetivos principales es brindar calidad del servicio ya que cuenta con personal capacitado en las distintas áreas. El compromiso del personal se ve reflejado en la ejecución de las distintas funciones que cada uno de ello debe cumplir, para llegar a los objetivos de la empresa.

La cafetería estará equipada para satisfacer la demanda de los productos, además de poseer espacios para el almacenamiento de la materia prima, que permanezcan limpios y con la temperatura adecuada, para evitar cualquier tipo de agente que altere la calidad del producto. Maneja y utensilios adecuados y sufrientes para generar un servicio de calidad.

4.1.6. Aporte energético y de nutrientes

El café, consumido moderadamente estimula el sistema nervioso y es capaz de mejorar la concentración mental, diversos tratamientos de salud. El café contiene cerca de 1000 sustancias químicas naturales, una taza de café aporta muy pocos nutrientes y calorías, su consumo moderado (hasta tres tazas de café) suele ser recomendado debido al contenido de sustancias antioxidantes que, según los estudios, tienen un efecto protector o de disminución de riesgo frente a enfermedades cardiovasculares, no afecta los niveles de glucosa en la sangre; contiene una baja concentración de sodio y potasio y su consumo se permite en tratamientos dietéticos para perder o controlar peso ya que no aporta calorías, salvo los otros ingredientes agregados como azúcar, leche, etc. (Sabbah, 2013)

4.1.7. Cafetería

Las cafeterías son establecimientos abiertos al público, siendo de libre el acceso, las cafeterías están consideradas dentro de los establecimientos turísticos, así como los bares y restaurantes que encierran cualquier actividad encaminada al abastecimiento de alimentos o bebidas, que son consumidas en el local o fuera de él mismo.

Al ser considerada como un servicio turístico de restauración, debe cumplir con requerimientos de infraestructura, equipamiento y servicios. (Maza, 2009)

4.1.8. Tipo de empresa

- **ARTESANAL**

Las labores desempeñadas serán en pequeña escala, utilizando materia prima y procesos de transformación y preparación transmitidos de generación a generación.

- **COMERCIAL**

Se realizará la producción y venta, del producto recibiendo a cambio recursos económicos.

- **SERVICIO**

Brindar un servicio a las personas para satisfacer una necesidad, es básicamente intangible y muy importante.

4.1.8.1. Misión

La cafetería KOPI LUWAK se caracteriza por ofrecer café de calidad con características únicas, elaboradas a través de procesos artesanales, brindando variedad de productos a base de café, además cuenta con un servicio personalizado alcanzando la satisfacción del cliente.

4.1.8.2. Visión

Ser pioneros en la elaboración de productos de calidad, que garantizan el deleite del cliente, además que pueda disfrutar de gran variedad de café, así como de otros productos, cultivando un ambiente donde el personal está capacitado y motivado a desenvolver sus funciones para el crecimiento constante de la empresa.

4.1.8.3. Políticas

4.1.8.4. Estrategias

Tabla 4-4, políticas y estrategias

Políticas	Estrategias
<p>✓ Garantizar un producto de calidad para satisfacer las necesidades del cliente, el mismo que mediante un continuo mejoramiento permita el crecimiento de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la oferta. • Cumplimiento de ventas programadas. • Establecer métodos que garanticen la fidelidad de los clientes con la empresa.
<p>✓ El personal tendrá una adecuada orientación de procesos y funciones la misma que establecerá la empresa, con el fin de encaminar la disposición a trabajar en equipo y ser participativo con la empresa, además de establecer condiciones para el progreso personal y profesional de los trabajadores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explotar fortalezas del personal. • Invertir en formación y capacitación constantemente del conjunto de colaboradores. • Satisfacer de forma activa las necesidades del personal, permitiendo extender sus competencias, logrando estimular su creatividad e iniciativa en la empresa.
<p>✓ Involucrar y comprometer al personal de la empresa en la aplicación y contribución de la política de calidad, que permita el avance y la innovación para el futuro de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una gestión de servicio. • Interactuar con los clientes, crear sorteos, noticias, promociones, etc. • Contar con un menú propio, manejando siempre las principales bebidas como es el café, y otras especialidades del establecimiento.
<p>✓ Determinar acciones remediales de protección al medio ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Delegar funciones y evaluar el desarrollo de las mismas. • Crear una cultura de reciclaje por medio de publicidad. • El desperdicio del agua reducirá en un grado importante, lo cual será beneficioso tanto para el establecimiento como para el planeta.
<p>✓ Mantener el posicionamiento de la empresa en el mercado, Buen ambiente de trabajo ajustado en el desarrollo de las relaciones humanas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una base de datos que proporcione la información del cliente en cuanto a fechas especiales. • Publicidad agresiva para dar a conocer nuestros productos. • Fomentar las relaciones de trabajo entre diferentes áreas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.1.8.5. *Valores y Principios*

De trabajo

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Creatividad
- Compromiso
- Solidario

Axiológicos

- Pro actividad
- Tolerancia
- Honesto
- Leal
- Integridad

4.1.8.6. *Distingos y ventajas competitivas*

Distingos Competitivos

- El personal contara con un uniforme de posea los colores y el nombre la empresa.
- Alta eficacia en el servicio.
- Calidad en el producto a precio razonable en un ambiente encantador.
- Productos innovadores.

Ventajas Competitivas

- Alto conocimiento en el área de Gastronomía.
- Personal calificado con la adecuada experiencia.
- Excelente ubicación.
- Una viable expansión del negocio.
- Promociones para estudiante, 2 x 1 en un horario establecido

4.1.9. Aplicación del FODA

Tabla 4-5, FODA

Análisis	Fortalezas	Debilidades
Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de productos y servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menú limitado.
	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizacional adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo incorrecto de la estructura organizacional de la empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado en el área. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que el personal no se identifique con la empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> • Precios y horarios accesibles. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación adecuada del establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con el capital limitado para la implementación del establecimiento
Análisis Externo	Amenazas	Oportunidades
	<ul style="list-style-type: none"> • No tener un buen impacto en el mercado local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de publicidad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de precios por parte de los proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer promociones y añadir un plus a nuestros productos.
	<ul style="list-style-type: none"> • No contar el espacio suficiente para aumentar la capacidad de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar financiamiento para expandir la empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> • Economía inestable 	<ul style="list-style-type: none"> • Resistir a los cambios económicos.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

En el cuadro anterior se determinó un análisis FODA, el mismo que proporciona información útil sobre el proyecto frente al mercado, dándonos a conocer cada una de los factores internos y externos, que resaltan en el servicio de una cafetería.

4.2. Estudio de mercado

Proyección de la poblacional

Formula de proyección en línea recta

$$p_0 (1+i)^{\text{año}}$$

i= índice de crecimiento poblacional

p₀= población

4.2.1. Demanda

Se obtuvo a través de información estadísticas proporcionada por el instituto de población y censo (INEC), mediante el estudio de campo, del mismo modo la demanda proyectada se realizó mediante datos del índice de crecimiento poblacional.

Tabla 4-6, crecimiento poblacional

Crecimiento Poblacional Cantón Guano			
	Años	Población	Crecimiento poblacional
0	2010	16517	16517
1	2011	16517	16728
2	2012	16517	16943
3	2013	16517	17159
4	2014	16517	17379
5	2015	16517	17601
6	2016	16517	17827
7	2017	16517	18055
8	2018	16517	18286
9	2019	16517	18520
10	2020	16517	18757
11	2021	16517	18997

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadira Patiño

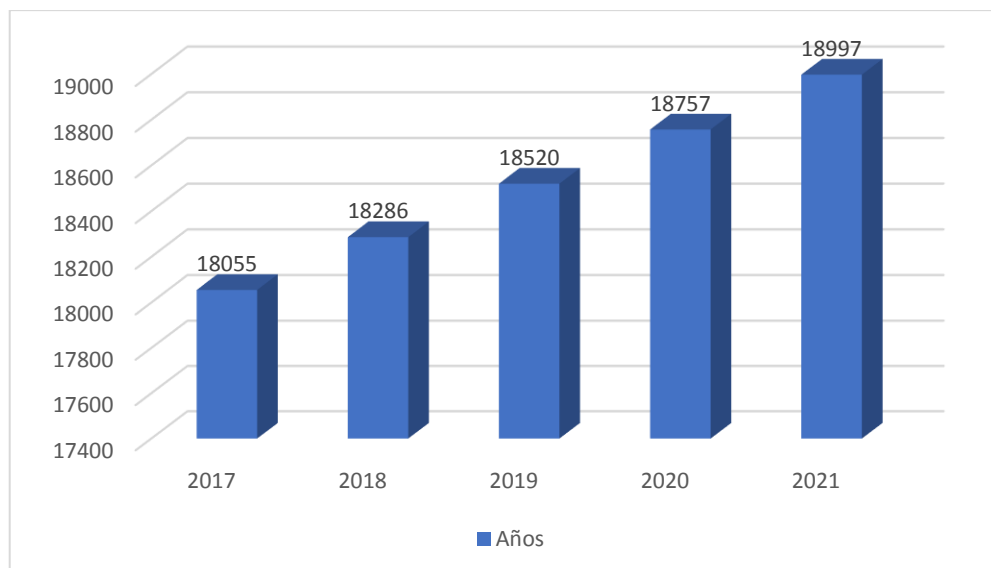


Gráfico 4-1, crecimiento poblacional

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadira Patiño

Según datos proporcionados, en un periodo de 5 años la poblacional va creciendo gradualmente, alrededor de 230 a 240 personas por año.

Demanda proyectada

Tabla 4-7, demanda proyectada

Demanda Proyectada del Consumo en Cafeterías del Cantón Guano					
Años	población	consumo	población objetiva	consumo mensual \$	demanda proyectada
2017	18055	96%	17333	12,77	2656075,365
2018	18286	96%	17555	12,77	2690073
2019	18520	96%	17779	12,77	2724506,066
2020	18757	96%	18007	12,77	2759379,744
2021	18997	96%	18237	12,77	2794699,804

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadira Patiño

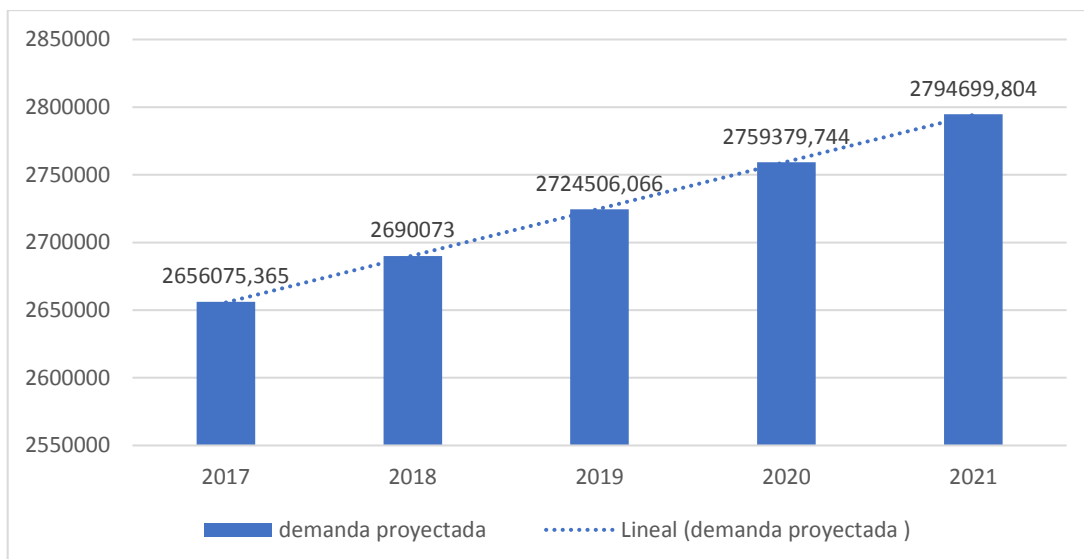


Gráfico 4-2, demanda proyectada

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadira Patiño

La proyección de la demanda se determinó obteniendo información del INEC 2010, en un periodo de 5 años, tomando en cuenta que el incremento será demostrativo, aproximadamente \$ 33997 anualmente con un población objetiva de 17333 a partir del año 2017.

4.2.2. Oferta

Al no existir datos históricos, se determinó mediante información obtenida a través de las encuestas, la misma que nos brindó datos acerca de otro tipo de establecimientos existentes.

Tabla 4-8, oferta proyectada

oferta proyectada del consumo de cafeterías del Cantón Guano				
años	población objetiva	consumo	oferta local	oferta proyectada
2017	17333	2656075,365	88%	2459335,828
2018	17555	2690073,13	88%	2367264,354
2019	17779	2724506,066	88%	2397565,338
2020	18007	2759379,744	88%	2428254,174
2021	18237	2794699,804	88%	2459335,828

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadira Patiño

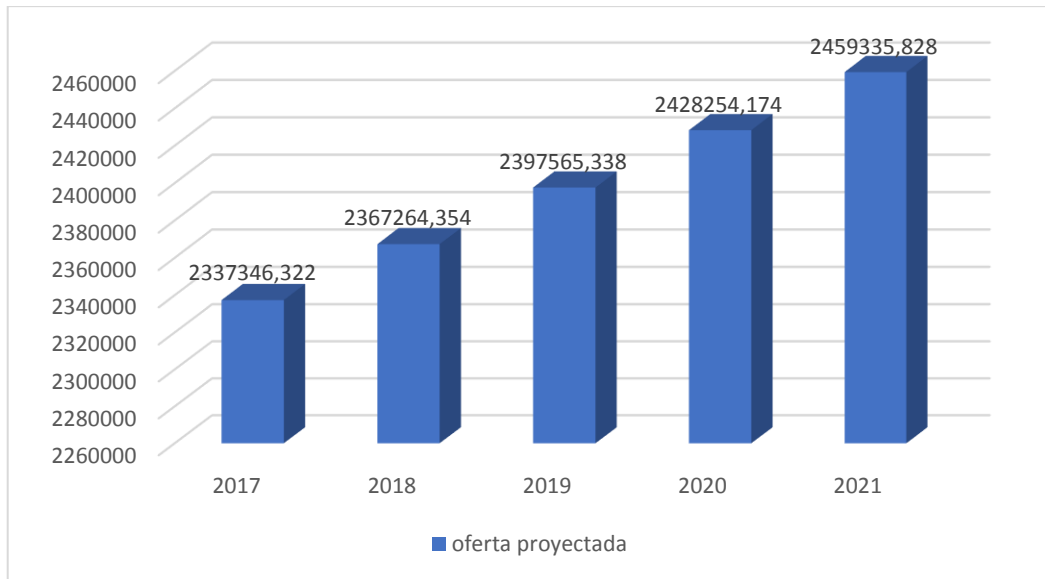


Gráfico 4-3, oferta proyectada

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadira Patiño

La oferta se determinó mediante información obtenida a través de las encuestas, las mismas que dieron como resultado una oferta local del 88%, valor que al ser multiplicado por la demanda proyectada nos da como resultado la oferta proyectada en un periodo de 5 años.

4.2.3. Demanda insatisfecha

Cuando la demanda no es cubierta por la oferta, es decir, la demanda es mayor que la oferta.

Tabla 4-9, demanda insatisfecha

demanda insatisfecha de cafeterías en el cantón Guano			
años	demanda proyecta	oferta proyectada	demanda insatisfecha
2017	2656075,365	2337346,322	318729,0438
2018	2690073,13	2367264,354	322808,7756
2019	2724506,066	2397565,338	326940,7279
2020	2759379,744	2428254,174	331125,5692
2021	2794699,804	2459335,828	335363,9765

Fuente: INEC

Elaborado por: Yadiria Patiño

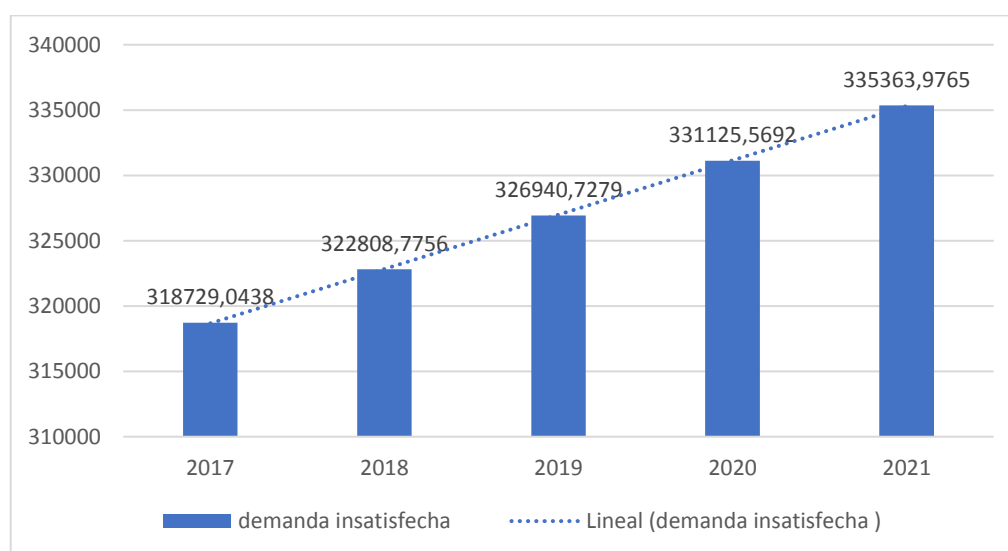


Gráfico 4-4, demanda insatisfecha

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yadiria Patiño

Al ser mayor la demanda que la oferta, se procede a aplicar una resta, la demanda proyectada menos la oferta proyectada, nos da como resultado la demanda insatisfecha en un periodo de 5 años, la misma que va creciendo significativamente, por lo tanto la propuesta de la creación de una cafetería es viable.

4.2.4. Mix de mercado

4.2.4.1. Producto

Nuestra empresa, en este caso la cafetería está dedicado a la elaboración de producto a base de café artesanal, es decir, bebidas frías y calientes así como y postres, brindando a sus clientes productos de calidad y diferentes.

4.2.4.2. Precio

En cuanto al precio se debe tener un a estandarización de recetas, tomando en cuenta, los datos obtenidos a través de las encuestas, en el cual se tomara en cuenta descuentos, distribución, etc.

4.2.4.3. Plaza o distribución

Contará con un canal de distribución directo, es decir, del productor al consumidor, el mismo que garantizara la calidad del producto, procurando siempre la satisfacción del cliente que visite nuestro establecimiento.

4.2.4.4. Promoción

La promoción de nuestro establecimiento se la dará a conocer por medios de comunicación, ya que el mismo es muy importante para que conozcan nuestro producto, se la realizada dando a conocer descuentos, promociones, por medio de redes sociales principalmente así como por medio de tarjetas y publicidad en radio y televisión.

4.2.5. Marca

La marca es un conjunto de símbolos y términos, cuya combinación se le asigna a un servicio, producto o empresa, con la finalidad que le permita al consumidor distinguirla e identificarla en el mercado.

Además transmite una identidad; es decir; la característica fundamental de la empresa, la personalidad, el estilo, la esencia y sirve como un medio de publicidad.

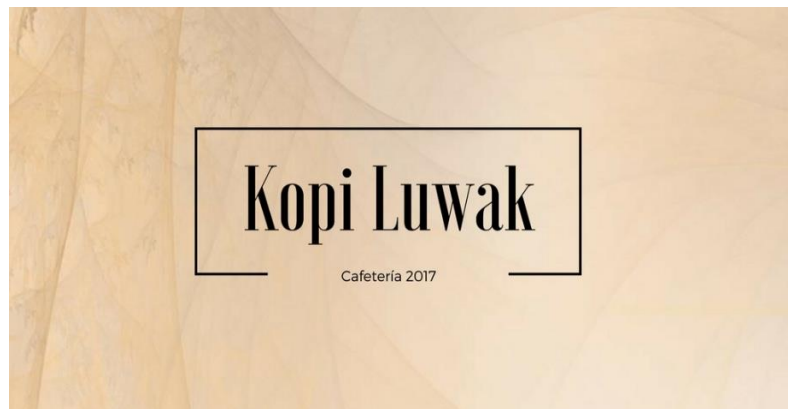


Kopi luwak es un nombre que se escogió, mismo que hace referencia al mejor café del mundo, que a la vez es el producto estrella de la empresa, además de ser original y de no existir en el mercado es fácil de recordar.

4.2.6. Logotipo

El logotipo es la imagen que identifica a la empresa, debe ser comprensible, que se pueda reproducir en cualquier tipo de material, que se acomode a diferentes escalas sin perder su particularidad, que cree impacto visual, que llame la atención y principalmente que sea un diseño único y que perdure en el tiempo.





Los colores que se utilizaron para el logotipo son:

Blanco.- representa pureza, simplicidad, limpieza, verdad, perfección.

Café.- proyecta tranquilidad, seriedad, profundidad y riqueza.

Negro.- representa elegancia, poder y sobriedad además de alta calidad.

Rojo vino.- atracción, fortaleza, pasión, energía, amor a nivel emocional.

Líneas

Las líneas gruesas logran que el logo sea impresionante además de darle fuerza y energía, al poseer líneas curvas, que le dan suavidad y movimiento, ya que las mismas representan las relaciones personales e informales.

Las líneas rectas en el logo representa a la seriedad y la formalidad, mientras que la línea horizontal representa la calma, tranquilidad mental, reposo y seguridad.

4.2.7. Eslogan

El eslogan es un lema impactante y original, que puede ser una frase o palabra corta y fácil de recordar, el eslogan que se escogió para la empresa es:

Te quitare el sueño

4.2.8. Competencia

En cuanto a competencia, la cafetería no tiene competencia directa, al ser el único establecimiento en el que se brinde este tipo de producto y servicio, la competencia indirecta se puede decir que son las panaderías que ofrecen bebidas tradicionales como colada morada, por lo que al no ofrecer productos similares al nuestro tendríamos un ventaja frente a favor.

4.2.9. Análisis del sector

La cafetería estará ubicada en la zona central del cantón Guano, parroquia la Matriz, debido a la gran cantidad de turistas que visitan el cantón, así como personal que labora en las diferentes dependencias, el establecimiento se dará a conocer ya que no existen en el lugar un establecimiento que brinde este tipo de servicios en cuanto a calidad y variedad.



Ilustración 4-1, análisis del sector

Fuente: Google maps

Elaborado por: Yadira Patiño

4.2.10. Cargos y funciones del área comercial

Tabla 4-10, ficha profesiografica

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
cajero/servicio	1		9:00 a 17:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Ventas	Gerente	07/02/2017		375.00
RESUMEN DEL CARGO				
Realiza actividades de recepción y desembolso del dinero por concepto de ventas en el establecimiento, llevar a cabo actualización de registros de ventas.				
FUNCIONES				
Realizar apertura y cierre de caja				
Servicio al cliente, dando a conocer nuestros precios y promociones.				
Elaboración de informe de actividades realizadas de ser necesario				
Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir.				
Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa				
PERFIL				
Bachiller en contabilidad, mínimo bachiller general				
experiencia: 1 año en el áreas similares				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.2.11. Determinación de inversiones y gastos de área comercial

Tabla 4-11, inversión y gastos del área comercial

PUBLICIDAD				
TIPO	CANTIDAD MENSUAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
REDES SOCIALES	4	EMPRESA	-	-
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	1000	IMAGO	45,00	90,00
ANUNCIO	1	DIARIO LA PRENSA	30,00	360,00
TOTAL			75,00	450,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-12, requerimientos área de ventas

MUEBLES / ENSERES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CARTEL CON NOMBRE DEL LOCAL	1	250,00	250,00
TV LED LG 32	1	648,04	648,04
BARRA	1	350,00	350,00
SILLA PARA BARRA	5	42,65	213,25
MUEBLES JUEGO	1	450,00	450,00
MESAS CUATRO PUESTOS + SILLAS	5	249,00	1.245,00
MESAS	2	45,00	90,00
ESCRITORIO	1	90,00	90,00
ARCHIVADOR	1	60,00	60,00
CUADROS	5	8,00	40,00
MAQUINA REGISTRADORA	1	150,00	150,00
TOTAL		2.342,69	3.586,29

			BENEFICIOS SOCIALES
Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Año	12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP)
CAJERO - MESERO	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	375,00	4.500,00	546,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3. Estudio técnico

Su propósito es realizar un análisis del proceso de elaboración de un producto o brindar un servicio, determina la cantidad necesaria de equipos, maquinaria, mano de obra, del mismo modo identifica proveedores de materia prima que ayudaran al proceso del servicio o producto.

4.3.1. Determinación del tamaño

Tabla 4-13, tamaño de la empresa

AÑO	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
2017	32	191	381	768	4573	9147
2018	34	203	405	810	4860	9720
2019	34	205	410	820	4920	9840
2020	35	208	415	830	4980	9960
2021	35	210	421	841	5046	10092
	169	1016	2032	4069	24379	48759

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Se aplica la siguiente formula:

CI = CR+CO	
CR = capacidad real	36
CO = capacidad ociosa	64
CI = capacidad instalada	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.2. Capacidad del emprendimiento

Se refiere al volumen de producción de una planta.

Tabla 4-14, capacidad del emprendimiento

PRODUCCIÓN	POBLACIÓN	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
OBJETIVA					
2017	17333	32	191	768	9147
2018	17555	34	203	810	9720
2019	17779	34	205	820	9840
2020	18007	35	208	830	9960
2021	18237	35	210	841	10092

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.3. Localización

Su objetivo es analizar el lugar donde existe la posibilidad de situar la empresa; es decir; el lugar donde se logre el máximo beneficio.

- **Macro localización.**- País Ecuador, Provincia Chimborazo, cantón Guano.
- **Micro localización.**- Zona urbana, Parroquia la matriz, calles García Moreno y Sucre.

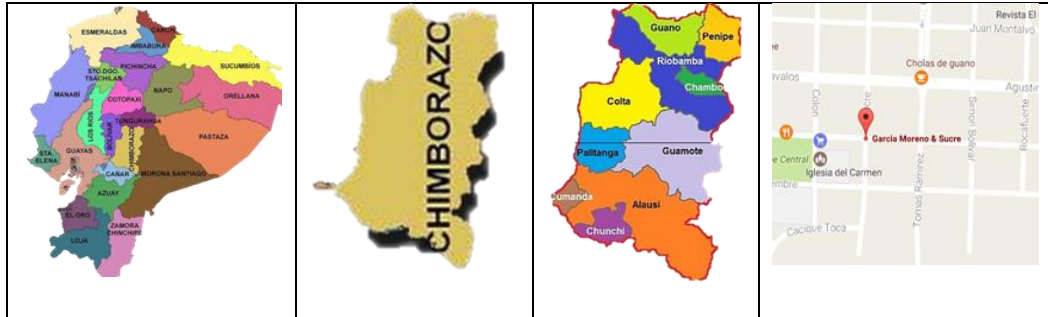


Ilustración 4-2, macro y micro localización

Fuente: Google maps

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.4. Trazabilidad hacia arriba

Es el control y la posibilidad de seguimiento de un producto en todas las etapas de producción, transformación y distribución. Esto es muy importante para la empresa de distribución, ya que cada vez más las empresas de hostelería exigen garantías de control de producto. (Sanz, 2012, pág. 115)

Para que el café llegue a ser una de las bebidas más populares debido a su genuino placer sensorial; es decir; aroma intenso, capacidad estimulante y su sabor, es indispensable que cumpla varios procesos para su producción.

- **Cosecha**

Se recolecta el fruto, parecido a la cereza, en cuanto toma un color amarillento o rojizo, en ese punto se debe cosechar el fruto del café. Se lo recolecta manualmente debido a que el mismo arbusto puede poseer fruto maduro y verde a la vez. (Gastronosfera , 2016)

- **Fermentación**

Se dejan los frutos en reposo, para que tomen la coloración y maduración adecuadas para luego ser procesadas. (Gastronosfera , 2016)

- **Lavado**

Se retira los restos de fruto que pudieran haber quedado en el grano y a la vez se elimina azúcares. (Gastronosfera , 2016)

- **Secado**

Se expone los granos al sol u otra fuente de calor, para que la humedad que posee baja a una cantidad mínima, para poder conservarlo con facilidad. (Gastronosfera , 2016)

- **Empacado y transporte**

El café es clasificado por sus defectos y por su tamaño, se empacan en container para su almacenamiento. (Gastronosfera , 2016)

- **Tostado y torrefacción**

Durante el proceso de tueste, los granos de café doblan su tamaño. Con la aplicación de calor los granos se tornan amarillos y luego pasan a un color marrón canela. Una vez que al grano a perdido la humedad, la temperatura en el interior del grano alcanza unos 200°C, con esta temperatura salen los aceites naturales que posee el café, mientras más aceite posee el grano, el sabor del café es más intenso. (Gastronosfera , 2016)

- **La molienda**

El nivel de espesor de la trituración logra un impacto significativo en el proceso de preparación de la bebida. (Gastronosfera , 2016)

- **Conservación y almacenaje**

El café deberá guardarse en un lugar fresco, seco, oscuro, y sellado al vacío; es decir; sin oxígeno. (Gastronosfera , 2016)

- **La Infusión**

Existen variedad de métodos de consumo del café. En ocasiones se añade esencias y especias, es una bebida se sirve generalmente caliente, sin embargo también se preparan debidas congeladas a base de este fruto. (Gastronosfera , 2016)

4.3.4.1. Diagrama de flujo

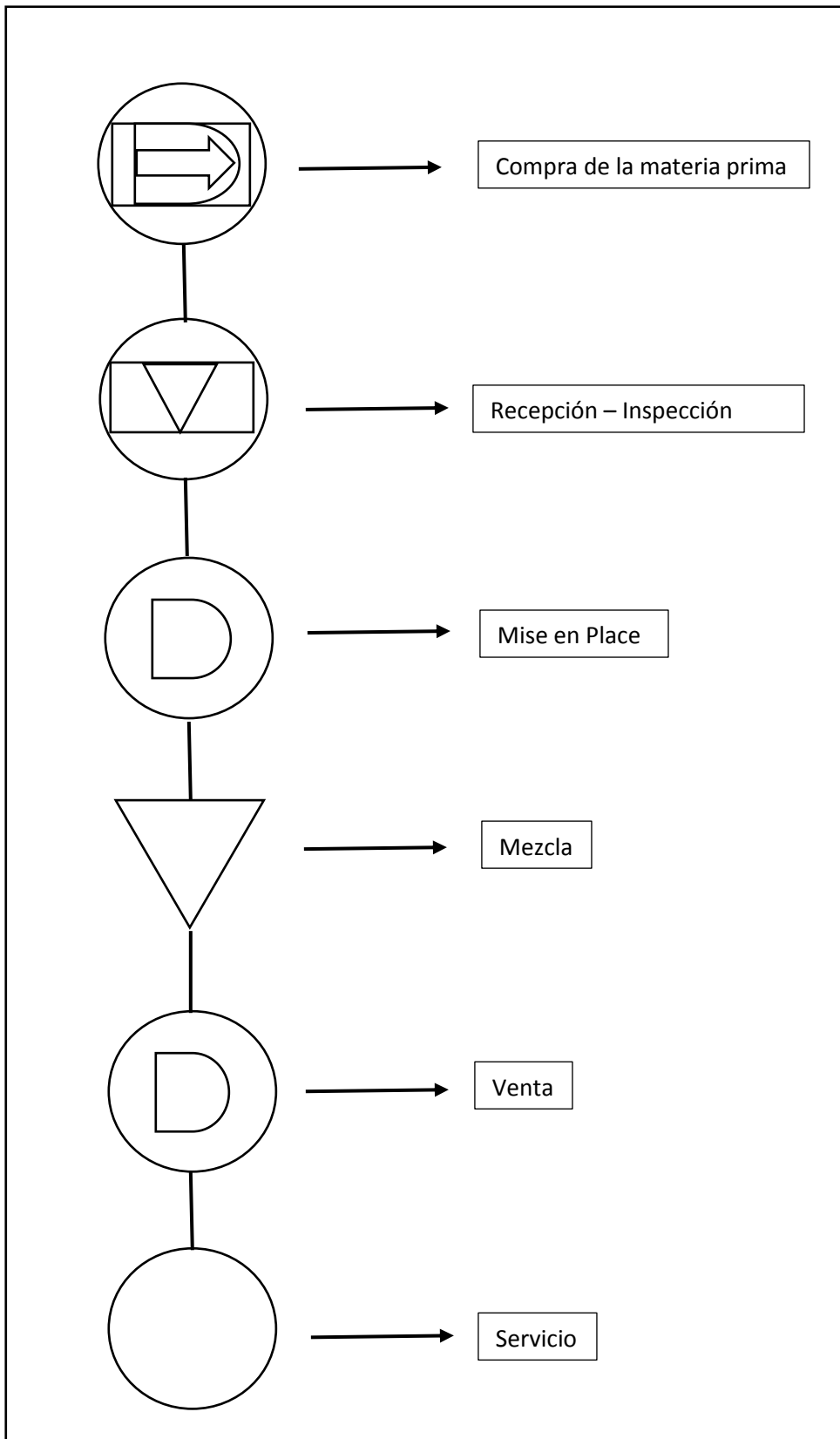


Gráfico 4-5, diagrama de flujo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Diagrama de flujo (ventas)

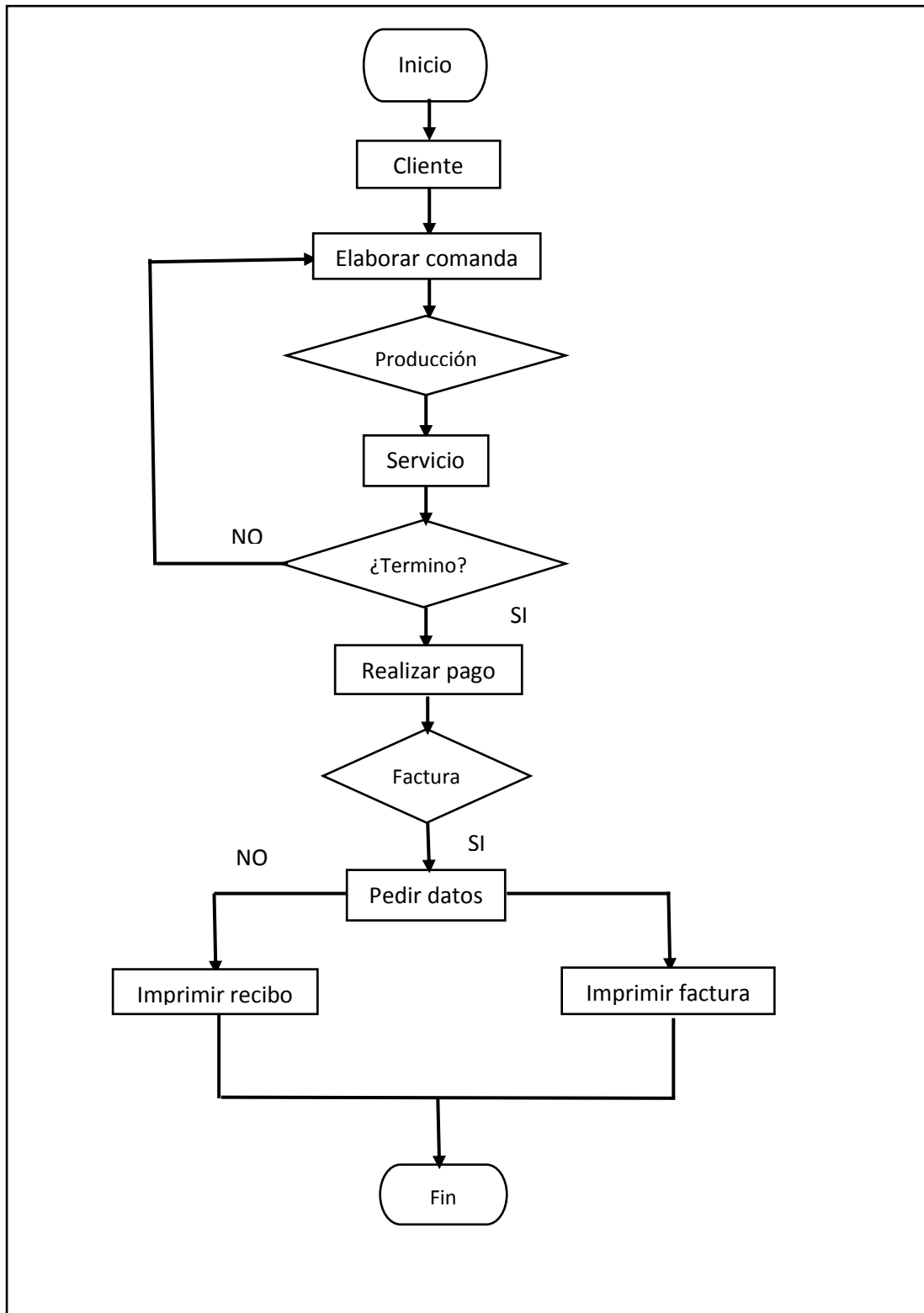


Gráfico 4-6, diagrama de flujo (ventas)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Diagrama de flujo (compras)

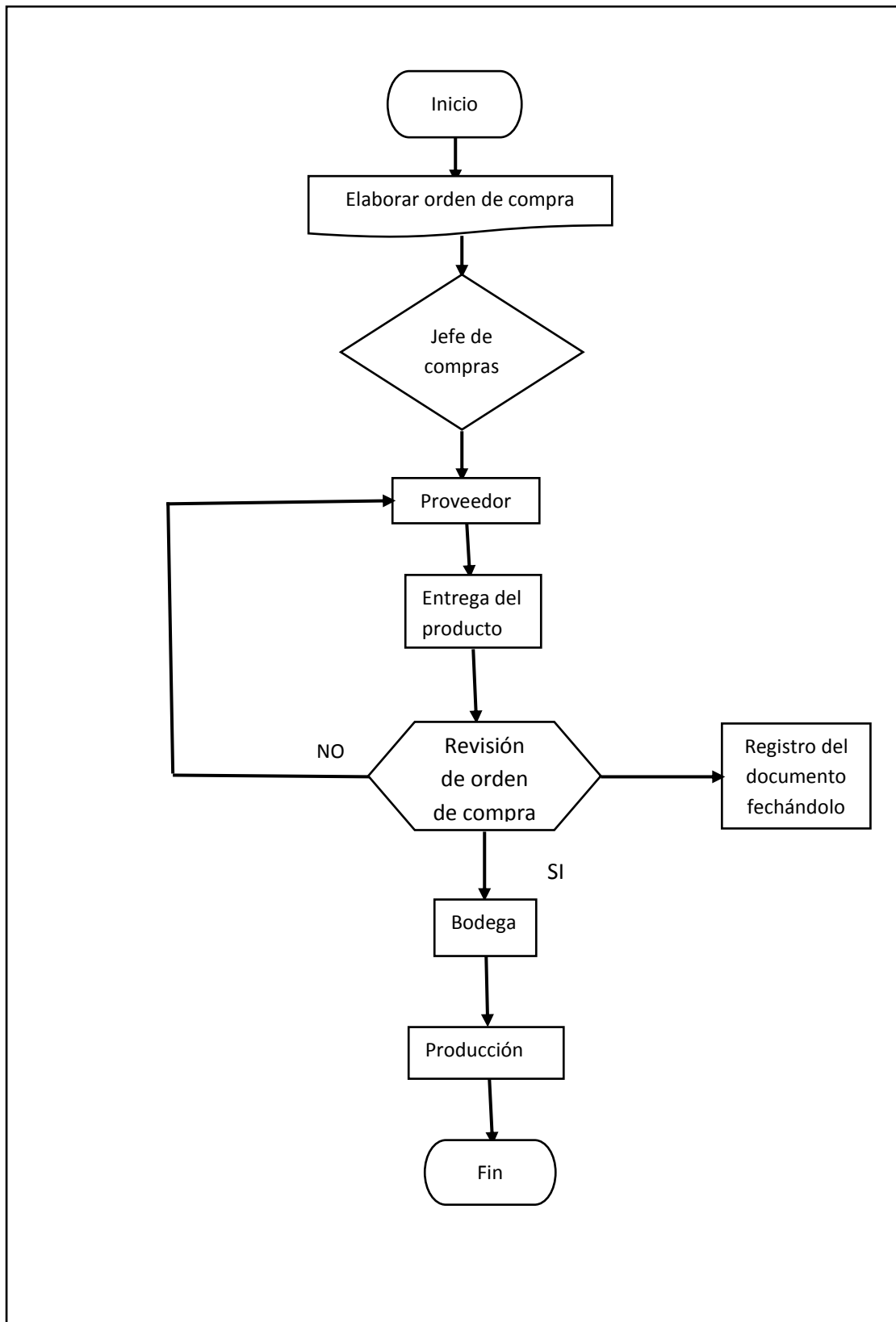


Gráfico 4-7, diagrama de flujo (compras)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Diagrama de flujo (operación de procesos)

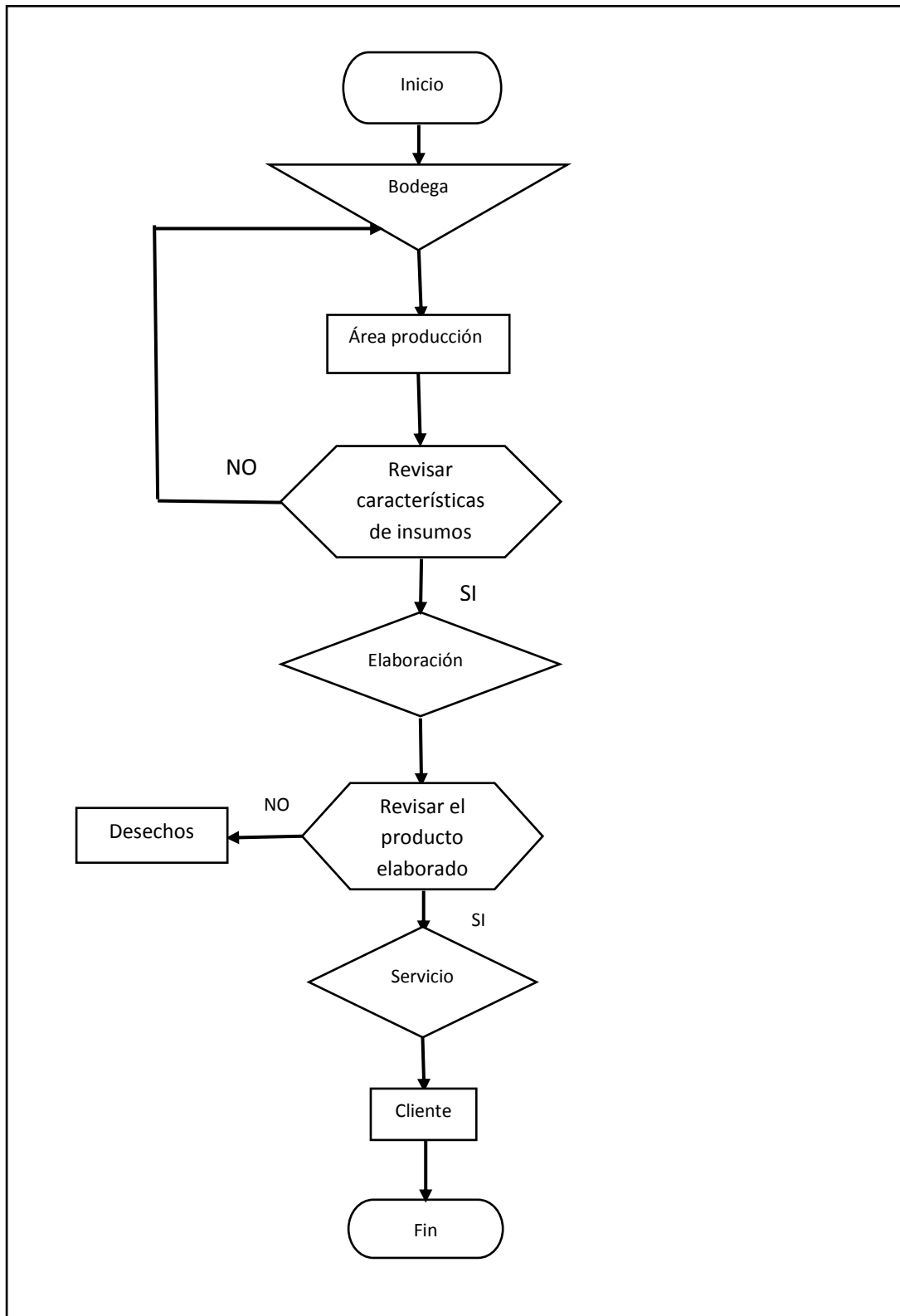


Gráfico 4-8, diagrama de flujo (operación de procesos)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.4.2. Recetas estándar

Para la elaboración de la receta estándar se determinó los ingredientes para un número de 10 pax por receta, estos ingredientes incluye cantidades, costos y unidades, que nos dio como resultado el costo real de cada pax, la receta estándar es una guía en el momento de la elaboración de cada platillo nos ayuda a evitar el desperdicio y conservar la calidad del producto. Anexo 1

4.3.5. Requerimiento de talento humano

El talento humano de una organización es un bien principal y fundamental, ya que es capaz de regenerarlo, con sus energías físicas y mentales como: conocimiento, habilidades, experiencia, actitudes, etc. Se realiza un balance del personal necesario para la administración del negocio, así como para la entrega del servicio.

a. Personal administrativo

- Gerente / Chef

Tabla 4-15, ficha profesiografica

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
Gerente / Chef	1		9:00 a 20:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Administrativa / Producción		07/02/2017		450.00
RESUMEN DEL CARGO				
<p>Administrar los recursos humanos, operativos y financieros dentro de la empresa. Responsable de controlar, organizar y dirigir la operación de producción, buscando el deleite de los clientes. Responsable de dirigir los recursos de la cafetería, tanto en materia prima, insumos y en capital humanos</p>				
FUNCIONES				
Dirigir la elaboración precisa y la venta de productos.				
Motivar al equipo de trabajo para despuntar las expectativas del cliente con un servicio justo y amigable en un ambiente limpio.				
Ofrecer instrucción y retroalimentación al equipo de trabajo				
Dar seguimiento y evaluar las áreas de la empresa.				
Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa				
Responsable de la elaboración de productos de acuerdo a la receta estándar anticipadamente elaborada.				
Control de la higiene de cocina y del personal que está a su cargo.				
Responsable de la elaboración de inventarios de productos de consumo contiguo.				
Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir.				
Establece horarios y días de descanso.				
PERFIL				
Licenciado en gestión gastronómica, artes culinarios, etc.				
Experiencia: 2 año en el áreas similares				
Sexo: indistinto				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

b. Personal de servicio

- Ayudante de cocina

Tabla 4-16, ficha profesigrafica

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
Ayudante	1		8:00 a 20:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Producción	Chef	07/02/2017		3750.00
RESUMEN DEL CARGO				
Responsable de auxiliar al Chef y realizar funciones que se especifiquen por el chef, que corresponderán al área en la que se halle ubicado.				
FUNCIONES				
Limpieza general en el área de producción.				
Conoce las preparaciones con la finalidad de ayudar al chef.				
Prestará ayuda en acciones que se le encarguen.				
PERFIL				
Estudios en el área o a fines				
Sexo: indistinto				
experiencia: no necesaria				
Trabajo en equipo				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

- Cajero / Mesero

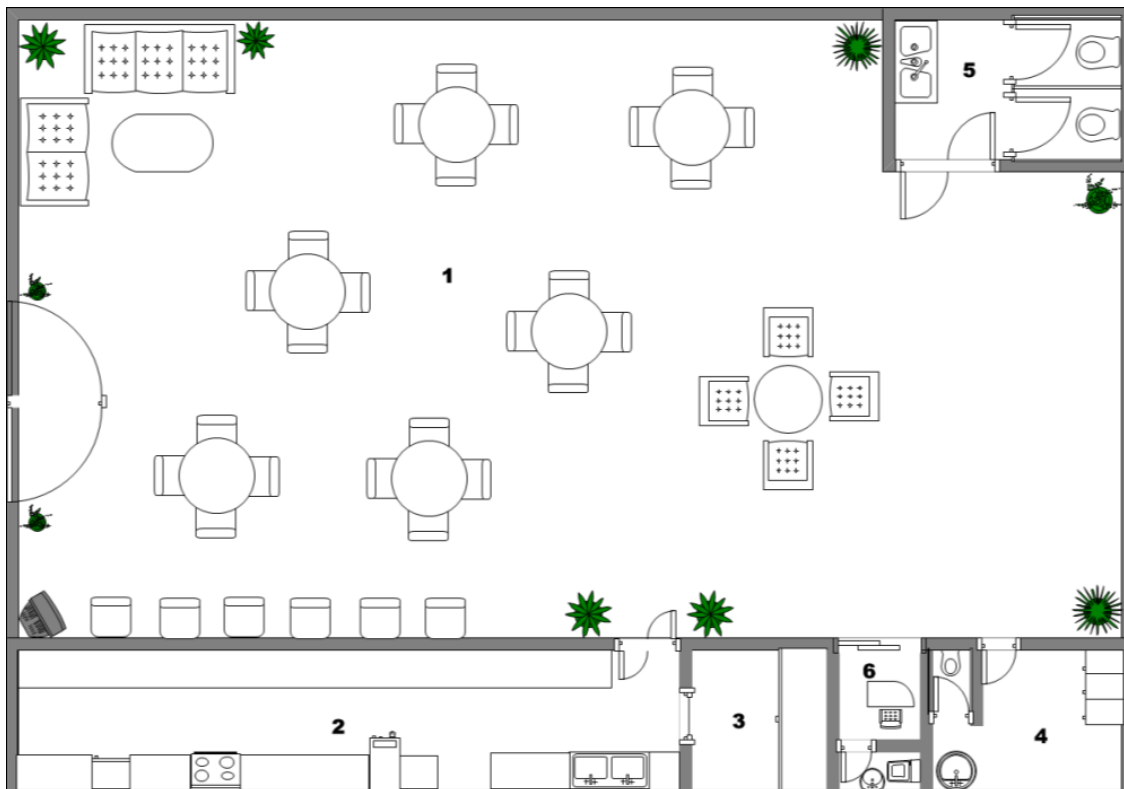
Tabla 4-17, ficha profesiografica

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
cajero/servicio	1		9:00 a 17:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Ventas	Gerente	07/02/2017		375.00
RESUMEN DEL CARGO				
Realiza actividades de recepción y desembolso del dinero por concepto de ventas en el establecimiento, llevar a cabo actualización de registros de ventas.				
FUNCIONES				
Realizar apertura y cierre de caja				
Servicio al cliente, dando a conocer nuestros precios y promociones.				
Elaboración de informe de actividades realizadas de ser necesario				
Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir.				
Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa				
PERFIL				
Bachiller en contabilidad, mínimo bachiller general				
experiencia: 1 año en el áreas similares				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.6. Diseño de la planta



- 1.- Área de servicio
- 2.- Área de producción
- 3.- Área de bodega
- 4.- Área de vestidores personal
- 5.- Baño de clientes
- 6.- Oficina gerencia

Ilustración 4-3, Plano de una Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.7. Descripción de la planta

La cafetería cuenta con una distribución adecuada para cada una de las áreas; ya sean estas; área de servicio, área de producción y área administrativa, cada una cuenta con los requerimientos necesarios para que cumplan con sus funciones.

El personal contará con un área de vestidores y baños, en el área de servicio, la barra constará de un enfriador donde se podrá colocar postres fríos, etc. de ser el caso, una bodega, y de igual manera con la oficina de gerencia.

4.3.8. Estructura de costos de producción

Consumo De Servicio Básico

Tabla 4-18, consumo de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
SERVICIOS BÁSICOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
AGUA	BASICO (1,13 c/m3)	GAD MUNICIPAL	5,00	60,00
LUZ	BASICO	EERSA	20,00	240,00
ENERGIA	BASICO	EERSA	30,00	360,00
INTERNET + TELEFONO	ILIMITADO	CNT	28,65	343,80
				-
TOTAL			83,65	1.003,80

	100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN (65%)	VENTAS (30%)	ADMINISTRACIÓN (5%)
ANUAL	1.003,80	652,47	301,14	50,19

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Consumo de combustible

Tabla 4-19, consumo de combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
GAS DOMESTICO	1	DISTRIBUDOR	9,60	115,20
GAS INDUSTRIAL		DISTRIBUDOR		-
TOTAL			9,60	115,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Mantenimiento

Tabla 4-20, mantenimiento

MANTENIMIENTO				
EQUIPOS / INSTALACIONES	TIEMPO/ CANTIDAD	ENCARGADO	COSTO \$ SEMESTRAL	COSTO \$ ANUAL
MAQUINA DE CAFÉ	C/6 MESES	ITALDESING	80,00	160,00
MOLINO DE CAFÉ	C/6 MESES	ITALDESING	80,00	160,00
REFRIGERADOR	C/6 MESES	INDURAMA	50,00	100,00
CONGELADOR	C/6 MESES	INDURAMA	50,00	100,00
MICROONDAS	C/6 MESES	INDURAMA	25,00	50,00
COCINA	C/12 MESES	INDUMAQ	30,00	30,00
ESTANTERIAS DE ACERO	C/12 MESES	KOPI LUWAR	10,00	10,00
MESONES DE TRABAJO	C/12 MESES	KOPI LUWAR	10,00	10,00
MESON DE DOS POZOS	C/12 MESES	KOPI LUWAR	10,00	10,00
TOTAL			345,00	630,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Depreciación

Tabla 4-21, depreciación

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR TOTAL	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP.ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	11224,93	10	1122,49	1010,24
EQUIPOS DE COMPUTO	750,68	3	75,07	225,20
MUEBLES Y ENSERES	3586,29	10	358,63	322,77
TOTAL DEPRECIACIÓN				1.558,21

BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MAQUINARIA Y EQUIPO	11224,93	10	1122,49	1010,24	10214,69	9204,44	8194,20	7183,96	6173,71
EQUIPO DE COMPUTO	750,68	3	75,07	225,20	525,48	300,27	75,07		
MUEBLES Y ENSERES	3586,29	10	358,63	322,77	3263,52	2940,76	2617,99	2295,23	1972,46
TOTAL DEPRECIACION ANUAL				1558,21					

100%	PRODUCCIÓN (0%)	VENTAS (50%)	ADMINISTRACIÓN (50%)
322,77	0,00	161,38	161,38

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.8.1. *Materia prima*

Tabla 4-22, materia prima

MATERIA PRIMA									
Nombre De La Receta	Cantidad Diaria	Cantidad Semanal	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Costo Unitario \$	Costo Mensual\$	Costo Anual \$	P.V.P.	
CAFÉ PASADO	18	108	432	5184	0,08	34,56	414,72	0,27	1.382,40
CAFÉ EXPRESS	10	60	240	2880	0,03	7,2	86,4	0,10	288,00
CAPUCCINO	12	72	288	3456	0,15	43,2	518,4	0,50	1.728,00
MOCACCINO	9	54	216	2592	0,17	36,72	440,64	0,57	1.468,80
FRAPPE	15	90	360	4320	0,3	108	1296	1,00	4.320,00
FRAPPE LATE	11	66	264	3168	0,49	129,36	1552,32	1,63	5.174,40
FRAPPE DE CAPUCCINO	12	72	288	3456	0,3	86,4	1036,8	1,00	3.456,00
FRAPPE DE MOCACCINO	10	60	240	2880	0,33	79,2	950,4	1,10	3.168,00
FRAPPE DE CAMELO	15	90	360	4320	0,23	82,8	993,6	0,77	3.312,00
SANDWICHE DE POLLO	10	60	240	2880	0,54	129,6	1555,2	1,80	5.184,00
SANDWICHE DE JAMON Y QUESO	16	96	384	4608	0,26	99,84	1198,08	0,87	3.993,60
SANDWICHE DE LOMO Y CHAMPIÑONES	12	72	288	3456	0,62	178,56	2142,72	2,07	7.142,40
PASTEL CON CREMA DE CAFÉ	14	84	336	4032	0,47	157,92	1895,04	1,57	6.316,80
TARTA DE CAFÉ	18	108	432	5184	0,44	190,08	2280,96	1,47	7.603,20
BROWNIE CON CREMA DE CAFÉ	15	90	360	4320	0,42	151,2	1814,4	1,40	6.048,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.8.2. *Mano de obra directa*

Tabla 4-23, mano de obra directa

Producción

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Año	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL SUELDO
			12,15 (11,15%Aporte Patronal,0,5 Iece,0,5 Secap)	
AYUDANTE DE COCINA	375,00	4.500,00	546,75	
			-	
TOTALES:	375,00	4.500,00	546,75	5.046,75

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.8.3. Costos indirectos de fabricación

Tabla 4-24, costos indirectos de fabricación

RUBROS	VALOR	%	65% A. PRODUCCIÓN	30% A. VENTAS	5% A. ADMINISTRATIVA
Servicios Básicos Y Otros Servicios					
Agua	\$ 10	100%	\$ 6,50	\$ 3	\$ 1
Luz + energía	\$ 60	100%	\$ 39,00	\$ 18	\$ 3
Internet + teléfono	\$ 39	100%	\$ 25,12	\$ 12	\$ 2
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS			A. PRODUCCIÓN	A. VENTAS	A. ADMINISTRATIVA
Equipo de Computo	\$ 751	100%		\$ 375,34	\$ 375,34
Maquinaria y Equipo	\$ 15.139	100%	\$ 15.138,94	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 3.754	100%	\$ -	\$ 1.876,97	\$ 1.876,97
Equipo de audio y video		100%	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de Limpieza	\$ 340	100%	\$ 204,15	\$ 102,08	\$ 34,03

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR TOTAL	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP.ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	11224,93	10	1122,49	1010,24
EQUIPOS DE COMPUTO	750,68	3	75,07	225,20
MUEBLES Y ENSERES	3586,29	10	358,63	322,77
TOTAL DEPRECIACIÓN				1.558,21

100%	PRODUCCIÓN (0%)	VENTAS (50%)	ADMINISTRACIÓN (50%)
322,77	0,00	161,38	161,38

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.9. Determinación de activos fijos para producción

Tabla 4-25, activos fijos para producción

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
REFRIGERADOR 2 PUERTAS	1	730,00	730,00
MAQUINA DE CAFÉ	1	4.963,00	4.963,00
COCINA	1	1.500,00	1.500,00
MICROONDAS	1	136,93	136,93
LICUADORA	1	135,00	135,00
MOLINO DE CAFÉ	1	1.107,00	1.107,00
CAFETERA DE 4 LITROS	1	45,00	45,00
MESON DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	2	420,00	840,00
MESON DE DOS POZOS	1	611,00	611,00
ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	1	150,00	150,00
CILINDRO DE GAS DOMESTICO	1	55,00	55,00
CILINDRO DE GAS INDUSTRIAL	1	77,00	77,00
EXTINTOR	1	28,00	28,00
VITRINA MOSTRADOR	1	420,00	420,00
CONGELADOR	1	427,00	427,00
TOTAL		10.804,93	11.224,93

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-26, menaje y vajilla

Menaje Y Vajilla			
Tipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tazas De Café	12	2,90	34,80
Copa Irish Coffee	12	3,45	41,40
Taza De Tinto	6	1,30	7,80
Jarra De Acero Inoxidable	2	28,00	56,00
Manteles	8	3,00	24,00
Cuchara Para Capuchino	12	1,45	17,40
Charol Redondo	2	38,00	76,00
Bandejas Plásticas	2	6,00	12,00
Jarra Medidora	2	3,00	6,00
Tabla De Picar 15 X 2	1	16,20	16,20
Recipientes Para Azúcar	8	2,60	20,80
Pinzas Para Hielo	1	3,80	3,80
Pinzas Multiusos	1	2,00	2,00
Bowl Medianos	3	17,46	52,38
Bowl Pequeños	3	6,01	18,03
Bowl Grande	2	25,88	51,76
Cacerola De 3 1/2	2	10,00	20,00
Cacerola De 4 1/2	2	13,80	27,60
Porta Vasos	1	6,50	6,50
Servilleteros	6	1,21	7,26
Moldes Varios Modelos Juego	1	38,00	38,00
Cuchillo Cebollero	2	9,50	19,00
Cuchillo De Sierra	1	8,20	8,20
Puntilla	2	3,35	6,70
Rallador	1	3,90	3,90
Lata Para Horno Grande	2	20,00	40,00
Lata Para Horno Pequeña	2	10,00	20,00
Tabla De Corte Con Medidas	1	4,60	4,60
Balanza Electrónica	1	45,00	45,00
Gramera	1	15,00	15,00
Vajilla			
Plato De Postre C/U	12	2,80	33,60
Cristalería			
Vaso 11 Oz	12	1,29	15,48
Vaso Para Agua*12	12	11,50	138,00
Cubertería			
Chuchara De Postre*12	12	0,48	5,76
Tenedores De Postres*12	12	1,80	21,60
Total		381,53	953,77

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-27, suministros y materiales

SUMINISTROS Y MATERIALES			
COLORO	1	4,42	4,42
JABON PARA PISOS	2	8,90	17,80
DESINFECTANTE PARA SUPERF	2	5,80	11,60
ESCOBA	3	1,80	5,40
TRAPEADOR	3	2,50	7,50
ATOMIZADOR	3	0,75	2,25
CEPILLO PARA UÑAS	4	0,75	3,00
DISPENSADOR DE JABÓN	2	8,00	16,00
JABÓN LIQUIDOANTIBACTERIAL	3	2,00	6,00
DISPENSADOR DE PH	1	12,21	12,21
BASUREROS	3	10,95	32,85
FUNDAS DE BASURA*10	5	1,50	7,50
DESGRASANTE	2	4,73	9,46
MASCARILLA * 100	1	3,10	3,10
COFIA * 100	1	4,00	4,00
GUANTES DE MANIP * 100	2	5,20	10,40
GUANTES DE CAUCHO * 2	2	1,20	2,40
LAVA VAJILLA	3	2,52	7,56
VILEDAS	6	0,65	3,90
PAPEL ABSORBENTE 100m	2	26,00	52,00
PAPEL HIGIÉNICO * 12	2	11,10	22,20
GEL ANTIBACTERIAL GALON	1	15,00	15,00
DISPENSADOR DE PA ABSORB	1	25,90	25,90
LIMPIONES *25 ROJOS /AZULES	2	4,00	8,00
TOTAL		1.873,65	290,45

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-28, CIF

RUBROS	VALOR	%	65% A. PRODUCCIÓN	30% A. VENTAS	5% A. ADMINISTRATIVA
SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS SERVICIOS					
Agua	\$ 5	100%	\$ 3,25	\$ 2	\$ 0
Luz + energía	\$ 60	100%	\$ 39,00	\$ 18	\$ 3
Internet + teléfono	\$ 39	100%	\$ 25,12	\$ 12	\$ 2
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS			A. PRODUCCIÓN	A. VENTAS	A. ADMINISTRATIVA
Equipo de Computo	\$ 751	100%		\$ 375,34	\$ 375,34
Maquinaria y Equipo	\$ 15.139	100%	\$ 15.138,94	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 3.754	100%	\$ -	\$ 1.876,97	\$ 1.876,97
Equipo de audio y video		100%	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de Limpieza	\$ 340	100%	\$ 204,15	\$ 102,08	\$ 34,03

ACTIVOS FIJOS

MAQUINARIA Y EQUIPO	10.804,93	11.224,93
MUEBLES Y ENSERES	2.342,69	3.586,29
EQUIPOS DE COMPUTO	750,68	750,68
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		15.561,90

INVENTARIOS

MENAJE Y VAJILLA	381,53	953,77
MATERIALES INDIRECTOS	39,10	127,90
SUMINISTROS Y MATERIALES	180,68	314,50
SUB-TOTAL INVENTARIOS		1.396,17

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.3.10. Programa pre operativo

Tabla 4-29, programa pre operativo

PROGRAMA PREOPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN					
PROCESO / ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	MATERIA PRIMA	COSTO POR TIEMPO \$	COSTO TOTAL
PRUEBAS	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	4	2,28	6,28
MUESTRAS	GERENTE PROPIETARIO	1:30:00	3	3,42	6,42
DEGUSTACIONES	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	3	2,73	5,73
CONTROL CALIDAD	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	0	2,73	2,73
TOTAL			10,00	11,16	21,16

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.4. Estudio administrativo, legal y ambiental

4.4.1. Organización

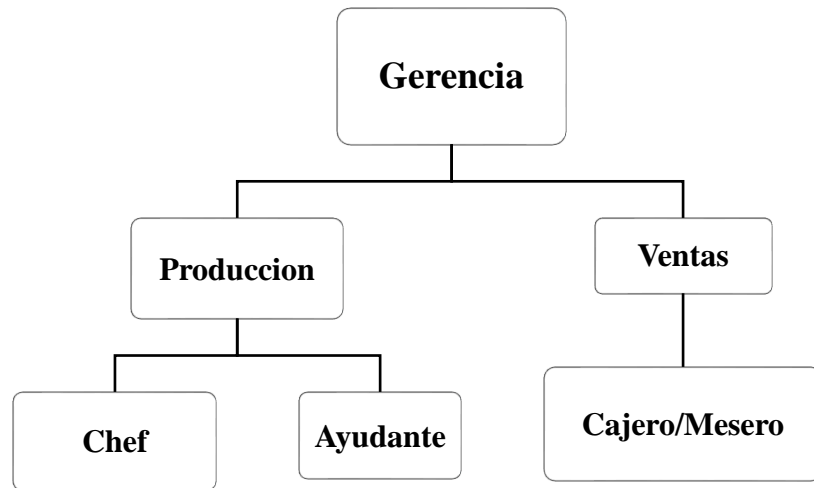
La organización tiene como fin establecer, objetivos, funciones y niveles jerárquicos, para que cada una de las áreas se integre y poder alcanzar las metas propuestas por la empresa.

La organización de la empresa se constituirá básicamente con los siguientes departamentos:

- Departamento Administrativo: gerente, que estará a cargo de un profesional en el área, (Chef).
- Departamento de producción: chef, que también estará a cargo de la gerencia de la empresa, también se contara con un ayudante.
- Departamento de ventas: cajero y mesero, que se encarga del servicio y de la caja.

4.4.1.1. Organigrama estructural

KOPI LUWAR CAFETERIA



LEYENDA

| Nivel dirección
└─ Nivel operativo

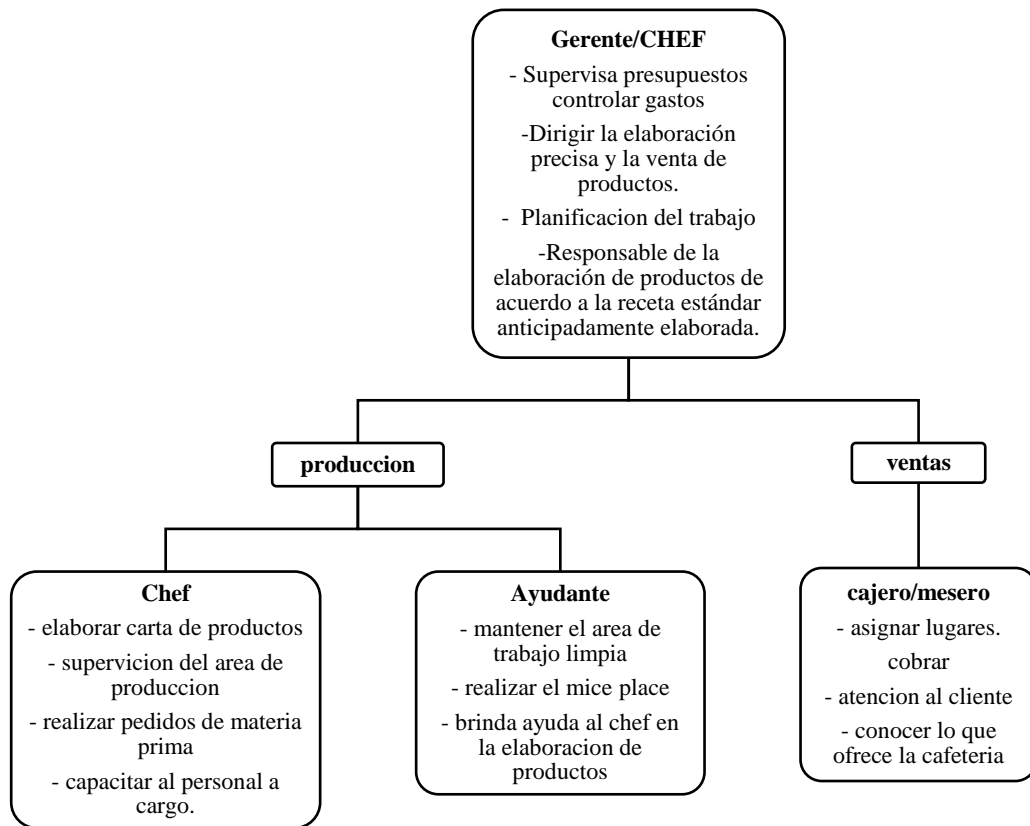
Elaborado por: Yadira Patiño
Fecha de elaboración: 09/02/2017
Aprobado por: Ing. Silvia Tapia
Fecha de aprobación:

Gráfico 4-9, Organigrama Estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.4.1.2. Organigrama funcional



LEYENDA

| Nivel Dirección

┌ Nivel operativo

Elaborado por: Yadira Patiño

Fecha de elaboración: 09/02/2017

Aprobado por: Ing. Silvia Tapia

Fecha de aprobación:

Gráfico 4-10, Organigrama funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.4.1.3. *Proceso de selección y contratación del talento humano*

- **Reclutamiento**

Procesos utilizados para atraer al número suficiente de aspirantes calificados para ocupar un puesto en una empresa, se requiere una requisición de personal con el perfil y documentos a solicitar.

Descripción del perfil del aspirante.

- ¿Qué actividades debe realizar?
- ¿Necesita de experiencia?
- ¿Qué habilidades debe poseer?
- ¿Qué conocimientos técnicos debe tener?
- ¿Valores?
- ¿Trabajo bajo presión?
- ¿Nivel de estudio?

- **Medios de reclutamiento**

- Oficinas de empleo.
- Avisos y anuncios (periódico, radio, televisión)
- Recomendaciones

- **Proceso de selección**

Su finalidad es determinar cuáles de entre los interesados de empleo, son los que cumplen con los requerimientos del puesto.

Pasos de proceso de selección

- Recepción de solicitudes
- Pruebas de idoneidad
- Entrevista de selección
- Comprobación de datos y referencias
- Análisis médico
- Entrevistas con el comité de selección
- Decisión de contratar

Contratación

- Contrato de trabajo
- Afiliación a la seguridad social
- Proceso de inducción

Tabla 4-30, reclutamiento y selección

RECLUTAMIENTO	SELECCIÓN
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	Características del candidato
REQUERIMIENTOS DEL PUESTO	Evaluaciones del candidato
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Técnicas de selección

Tabla 4-31, ficha profesiografica (cajero/mesero)

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
cajero/servicio	1		9:00 a 17:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Ventas	Gerente	07/02/2017		375.00
RESUMEN DEL CARGO				
Responsable del correcto cobro y atención a los clientes. Responsable del servicio buscando la satisfacción del cliente.				
FUNCIONES				
Realizar apertura y cierre de caja				
Servicio al cliente, dando a conocer nuestros precios y promociones.				
Elaboración de informe de actividades realizadas de ser necesario				
Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir.				
Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa				
PERFIL				
Licenciado en gastronomía o a fin				
experiencia: 1 año en el áreas similares				
Buena presencia.				
Responsabilidad y honestidad				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-32, ficha profesiografica (gerente/chef)

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
Gerente / Chef	1		9:00 a 20:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Administrativa / Producción		07/02/2017		450.00
RESUMEN DEL CARGO				
<p>Administrar los recursos humanos, operativos y financieros dentro de la empresa. Responsable de controlar, organizar y dirigir la operación de producción, buscando el deleite de los clientes. Responsable de dirigir los recursos de la cafetería, tanto en materia prima, insumos y en capital humanos</p>				
FUNCIONES				
Dirigir la elaboración precisa y la venta de productos.				
Motivar al equipo de trabajo para despuntar las expectativas del cliente con un servicio justo y amigable en un ambiente limpio.				
Ofrecer instrucción y retroalimentación al equipo de trabajo				
Dar seguimiento y evaluar las áreas de la empresa.				
Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa				
Responsable de la elaboración de productos de acuerdo a la receta estándar anticipadamente elaborada.				
Control de la higiene de cocina y del personal que está a su cargo.				
Responsable de la elaboración de inventarios de productos de consumo contiguo.				
Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir.				
Establece horarios y días de descanso.				
PERFIL				
Licenciado en gestión gastronómica, artes culinarios, etc.				
Experiencia: 2 año en el áreas similares				
Sexo: indistinto				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-33, ficha profesiografica (ayudante)

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
Ayudante	1		8:00 a 20:00	Lunes- sábado
Área	Jefe inmediato	Fecha de elaboración		Salario Neto
Producción	Chef	07/02/2017		3750.00
RESUMEN DEL CARGO				
Responsable de auxiliar al Chef y realizar funciones que se especifiquen por el chef, que corresponderán al área en la que se halle ubicado.				
FUNCIONES				
Limpieza general en el área de producción.				
Conoce las preparaciones con la finalidad de ayudar al chef.				
Prestará ayuda en acciones que se le encarguen.				
PERFIL				
Estudios en el área o a fines				
Sexo: indistinto				
experiencia: no necesaria				
Trabajo en equipo				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.4.1.4. *Manual de funciones*

El manual de funciones es una herramienta básica que tiene como objetivo, dar a conocer las funciones de las diferentes áreas para el desarrollo eficiente de las mismas, proporciona al personal el rol que debe cumplir en la empresa, además estandariza uniformes, horarios y procedimientos. Anexo 4

4.4.2. *Marco legal*

- **Calificación como artesano**

La Junta Nacional de Defensa del Artesano a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. Quien esté interesado en calificarse deberá cumplir con varios requisitos legales, personales y generales que se presentarán junto con un formulario en las juntas a nivel nacional para que esta realice una inspección y determine si se cumple o no con los requisitos vigentes, te los mostramos a continuación. 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 Junta Nacional de Defensa del Artesanos (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. (Impuesto listo, 2017)

Obligaciones generales de los artesanos calificados

- Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.
- No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de Defensa del Artesano.

- Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
- Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. (Impuesto listo, 2017)

Costos y gastos deducibles actividad artesanal:

- Gastos que sirven para obtener, mantener y mejorar sus ingresos, es decir aquellos correspondientes al giro del negocio.
- Gastos personales, se puede deducir sus gastos personales y los de su cónyuge, conviviente e hijos menores de edad dependientes. (Impuesto listo, 2017)

Restricciones gastos personales:

- Hasta el 50% del total de sus ingresos.
- No puede superar los \$ 14.521,00
- Hasta \$ 3.630,25 en vivienda, educación, alimentación y vestimenta.
- Hasta \$ 14521,00 en salud.
- Siempre se debe considerar el menor valor resultante de las restricciones planteadas a fin de dar cumplimiento a todos los planteamientos. (Impuesto listo, 2017)

Retenciones en la fuente para los artesanos calificados:

Los artesanos calificados no practican retenciones en la fuente en sus compras.

En sus ventas de bienes o prestación de servicios, las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad, deberán retener un porcentaje sobre el valor recibido en su venta. (Impuesto listo, 2017)

Beneficios laborales de los artesanos calificados:

- 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. (Impuesto listo, 2017)

Beneficios sociales de los artesanos calificados:

- 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. (Impuesto listo, 2017)

Tabla 4-34, obligaciones y beneficios tributarios

Artesanos calificados	Obligaciones tributarias	Beneficios tributarios
	<ul style="list-style-type: none"> • Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) • Comunicar cualquier cambio al SRI. Como por ejemplo cambios de dirección, números telefónicos, nombre de comercial, renovación de la calificación artesanal, entre otros. • Emitir y entregar comprobantes de venta debidamente autorizados por el SRI en ventas iguales o inferiores a \$4 que el consumidor no requiera su comprobante de venta, se podrá emitir un comprobante de venta al final de día que resuma dichas ventas. En caso de que se encuentre inscrito en el RISE, la obligación de entregar comprobantes será a partir de montos iguales o superiores a \$12,00, por montos inferiores y cuando no entregue un comprobante, podrá emitirse uno solo que resuma estas transacciones al final del día. • Llevar un registro de ingresos y gastos de manera mensual. • Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado • Presentar anualmente, su declaración de Impuesto a la Renta solo si supera la base exenta de ingresos, establecida en la tabla del Impuesto a la Renta vigente. • Pagar sus declaraciones realizadas. • Presentarse en el SRI cuando se requiera su presencia. • Archivar los comprobantes de venta relacionados con su actividad económica por siete años. (Impuesto listo, 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • No están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador. • Devolución de retenciones en la fuente en casos específicos. (Impuesto listo, 2017)

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.4.3. Permisos requeridos para su funcionamiento

Es necesario cumplir algunos requisitos para obtener el permiso de funcionamiento, los cuales son:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Licencia anual de funcionamiento.
- Categorización otorgada por el ministerio de turismo.
- Certificado de capacitación de Manipulación de Alimentos (SECAP)
- 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 del establecimiento.

Tabla 4-35, gasto de organización

GASTO POR ORGANIZACIÓN			
PASOS	DESCRIPCIÓN	COSTO	OBSERVACIÓN
1	INSCRIPCIÓN SRI	-	No tiene costo
2	REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL	60,00	Dimensión del local
3	PAGO PERMISO BOMBEROS	5,00	Tasa única
4	REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO	45,00	Categoría del local
5	REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO MUNICIPAL	10,00	Categoría del local
6	REGISTRO ARCSA	40,00	Categoría del local
7	INSCRIPCION EL TALLER EN JNDA	25,00	Tasa única
TOTAL		185,00	

Fuente: GAD Riobamba

Elaborado por: Yadira Patiño

4.4.4. Impacto ambiental

Mediante este estudio, se determinara si la acción a realizar, se hace cargo de los efectos que llegaran a generarse, por medio de actividades que permitan la disminución de los impactos negativos que pudieran existir, es decir, mediante una compensación.

4.4.4.1. Acciones remediales

Una de nuestras responsabilidades es disminuir el deterioro ambiental, ya sea mediante pequeños cambios en nuestros hábitos de consumo o en las industrias, la cual pretende ser sustentable con el ambiente, es por ello la propuesta de la regla de las tres 3R, es decir; Reducir, Reciclar, Reutilizar.

Reducir

Disminuir el consumo de agua y de energía, apagar las luces que no necesariamente tengan que estar encendidas, así como los aparatos electrónicos que no estemos utilizando.

Reutilizar

Tratar de utilizar al máximo las cosas con las que ya contamos, para evitar producir basura; es decir; prolongar la vida útil de un producto. Por otra parte en caso de utilizar materiales desechables, estos serán reutilizados.

Reciclar

Mediante creatividad se convertirá los materiales que no sirven, para crear un nuevo producto sin ejercer gasto económico, y que podrá ser utilizado como decoración, o se le dará otros usos, principalmente en la empresa se fomentará el reciclaje.

Tabla 4-36, estudio ambiental

Deterioros ocasionados por procesos de produccion y actividades pre - operativas	Mitigacion	Requerimientos	Costos
AGUA			
Uso de productos quimicos (detergentes) para la limpieza de areas y superficies, ya que estos quimicos forman algas que no permiten la oxigenacion adecuada del agua.	Reducir	Utilizar quimicos que en su composicion, contaminen menos	0
Consumo excesivo en la utilizacion de lavado de menaje, limpieza, etc.	Reducir	Utilizar solo lo necesario	0
SUELO			
Desechos producidos por las envolturas de los productos.	Reutilizar, Reciclar	Usar las bolsas plasticas para guardar productos o darle algun otro uso. Clasificar la basura.	40
	Total		40,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5. Estudio financiero

4.5.1. Análisis de la inversión

Tabla 4-37, análisis de la inversión

RUBRO	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
INVERCIONES FIJAS	0,00	16.810,01	16.810,01
MAQUINARIA Y EQUIPO		11.224,93	11.224,93
EQUIPO DE COMPUTO		750,68	750,68
MUEBLES Y ENSERES		3.586,29	3.586,29
MATERIALES INDIRECTOS		127,90	127,90
MENAJE Y VAJILLA		953,77	953,77
IMPREVISTOS (1%)		166,44	166,44
ACTIVOS DIFERIDOS	105,81	1.096,91	1.202,72
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		185,00	185,00
GASTOS DE INSTALACIÓN		300,00	300,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		450,00	450,00
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL		150,00	150,00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	105,81		105,81
IMPREVISTOS (1%)		11,91	11,91
CAPITAL DE TRABAJO	0,00	10.667,02	10.667,02
MATERIA PRIMA		3.429,36	3.429,36
MANO DE OBRA DIRECTA		1.640,25	1.640,25
SUELDO VENTAS		1.640,25	1.640,25
SUELDO ADMINISTRATIVO		1.968,30	1.968,30
GASTO ARRIENDO		660,00	660,00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES		28,80	28,80
SUMINISTROS Y MATERIALES		943,50	943,50
SERVICIOS BÁSICOS		250,95	250,95
CONTINGENCIA		105,61	105,61
TOTAL	105,81	28.573,94	28.679,75

28.679,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.1.1. Fuentes y usos

Tabla 4-38, fuentes y usos

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIERAS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
INVERSIONES FIJAS	16.810,01	0,00	16.810,01	0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.224,93		11.224,93	
EQUIPO DE COMPUTO	750,68		750,68	
MUEBLES Y ENSERES	3.586,29		3.586,29	
MATERIALES INDIRECTOS	127,90		127,90	
MENAJE Y VAJILLA	953,77		953,77	
IMPREVISTOS (1%)	166,44		166,44	
ACTIVOS DIFERIDOS	1.202,72	1.202,72	0,00	0,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185,00	185,00		
GASTOS DE INSTALACIÓN	300,00	300,00		
Gastos de PUBLICIDAD	450,00	450,00		
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL	150,00	150,00		
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	105,81	105,81		
IMPREVISTOS (1%)	11,91	11,91		
CAPITAL DE TRABAJO	10.667,02	2.300,25	4.937,41	3.429,36
MATERIA PRIMA	3.429,36			3.429,36
MANO DE OBRA DIRECTA	1.640,25	1.640,25		
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.640,25		1.640,25	
SUELDO ADMINISTRATIVO	1.968,30		1.968,30	
GASTO ARRIENDO	660,00	660,00		
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	28,80	0,00	28,80	
SUMINISTROS Y MATERIALES	943,50		943,50	
SERVICIOS BÁSICOS	250,95		250,95	
CONTINGENCIA	105,61		105,61	
TOTAL	28.679,75	3.502,97	21.747,42	3.429,36

28.679,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.1.2. *Total de la inversión*

Tabla 4-39, inversión

CLASIFICACIÓN LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	16.810,01
ACTIVOS DIFERIDOS	1.202,72
CAPITAL DE TRABAJO	10.667,02
TOTAL	28.679,75

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

Tabla 4-40, financiamiento

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	21.747,42
PROPIO	3.502,97
PROVEEDORES	3.429,36
TOTAL FINANCIAMIENTO	28.679,75

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.1.3. *Amortización del préstamo*

Préstamo 21.747,42 Plazo 5 años Interés 23,5%

Tabla 4-41 amortización del préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	21.747,42	5.110,64	4.349,48	9.460,13	17.397,94
2	17.397,94	4.088,51	4.349,48	8.438,00	13.048,45
3	13.048,45	3.066,39	4.349,48	7.415,87	8.698,97
4	8.698,97	2.044,26	4349,48	6393,74	4349,48
5	4.349,48	1.022,13	4349,48	5371,61	0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.1.4. Presupuestos de costos de producción

Tabla 4-42, costo de producción

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO					
COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	13.717,44	14.281,23	14.868,19	15.479,27	16.115,47
MANO DE OBRA DIRECTA	5.046,75	5.254,17	5.470,12	5.694,94	5.929,00
MATERIALES INDIRECTOS	511,60	532,63	554,52	577,31	601,04
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	115,20	115,20	115,20	115,20	115,20
SERVICIOS BÁSICOS	652,47	679,29	707,21	736,27	766,53
SUMINISTROS Y MATERIALES	2.453,10	2.553,92	2.658,89	2.768,17	2.881,94
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	630,00	655,89	682,85	710,92	740,13
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	10.214,69	9.204,44	8.194,20	7.183,96	6.173,71
AMORTAIZACION GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	21,16	21,16	21,16	21,16	21,16
CONTINGENCIA (1%)	105,61	109,95	114,47	114,47	114,47
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	33.468,02	33.407,89	33.386,80	33.401,66	33.458,66

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

En el cuadro anterior se especifica costos de cada uno de los elementos que estructuran el costo de producción; es decir; materia prima, depreciación, mano de obra, etc. En un periodo de tiempo de cinco años, dando como resultado del primer año un monto de 33.514,92; obteniendo en el quinto año un resultado total del costo de producción de 33.502,83.

4.5.1.5. Presupuestos de gastos de administración

Tabla 4-43, gastos de administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTOS. ARRIENDO	2640	2.748,50	2.861,47	2.979,07	3.101,51
AMORTIZACIÓN GTOS PORGANIZACIÓN	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00
AMORTIZACIÓN GTOS CAPACITACIÓN	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
SUELDOS	6.056,10	6.305,01	6.564,14	6.833,93	7.114,80
SERVICIOS BÁSICOS	50,19	52,25	54,40	56,64	58,96
SUMINISTROS Y MATERIALES	188,70	196,46	204,53	212,94	221,69
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO	525,48	300,27	75,07		
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	3.263,52	2.940,76	2.617,99	2.295,23	1.972,46
IMPREVISTOS (1%)	11,91	12,40	12,91	13,44	13,99
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION	12.832,90	12.652,65	12.487,51	12.488,24	12.580,42

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Se define los gastos de área de administrativa, se detalla cada uno de los elementos por un periodo de cinco años, dando como resultado en el año uno un valor de 12.831,70; que se proyecta al quinto año con un total de 12.579,01.

4.5.1.6. Presupuestos de gastos de ventas

Tabla 4-44, gastos de ventas

GASTO DE VENTAS					
SUELDOS	5.046,75	5.254,17	5.470,12	5.694,94	5.929,00
AMORTIZACIÓN GTOAS.PUBLICIDAD	90,00	116,00	116,00	116,00	116,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	1.132,20	1.178,73	1.227,18	1.277,62	1.330,13
IMPREVISTOS (1%)	166,44	173,28	180,40	187,81	195,53
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	161,38	168,93	161,38	161,38	161,38
SERVICIOS BÁSICOS	301,14	313,52	326,40	339,82	353,78
TOTAL GASTO DE VENTA	6.897,91	7.204,63	7.481,48	7.777,57	8.085,83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Se especifica los gastos que se ejecutaran para impulsar las ventas así como los gastos directos de la empresa, el mismo que da como resultado del primer año un valor de 6.890,71; que proyectado al quinto se obtiene un total de 8.077,37.

4.5.2. Estado de ganancia y perdidas

Tabla 4-45, estado de ganancias y perdidas

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS NETAS	66.844,80	69.592,12	72.452,36	75.430,15	78.530,33
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	33.468,02	33.407,89	33.386,80	33.401,66	33.458,66
(=) UTILIDAD BRUTA	33.376,78	36.184,23	39.065,56	42.028,49	45.071,67
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	12.832,90	12.652,65	12.487,51	12.488,24	12.580,42
(-) GASTO DE VENTAS	6.897,91	7.204,63	7.481,48	7.777,57	8.085,83
(=) UTILIDAD OPERATIVA	13.645,97	16.326,96	19.096,57	21.762,68	24.405,43
(-) GASTO FINANCIERO	5.110,64	4.088,51	3.066,39	2.044,26	1.022,13
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO UTILIDADES	8.535,33	12.238,45	16.030,18	19.718,42	23.383,30
(=) UTILIDAD NETA	8.535,33	12.238,45	16.030,18	19.718,42	23.383,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

En el cuadro anterior se demuestra la factibilidad del proyecto, el mismo que es fundamental para demostrar las utilidades dentro del periodo establecido, obteniendo como resultado una utilidad neta que va creciendo anualmente.

4.5.3. Estado de situación financiera

Tabla 4-46, estado de situación financiera

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	10.667,02	22.843,94	22.974,21	21.775,90	26.240,77	30.682,28
INVENTARIOS	1.081,67					
ACTIVO FIJO	15.728,34	15.728,34	15.728,34	15.728,34	15.728,34	15.728,34
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-1.558,21	-3.116,43	-4.674,64	-6.232,86	-7.791,07
AC. DIFERIDOS (VALOR ANUAL AMORTIZACIÓN)	1.202,72	962,18	721,63	481,09	240,54	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	28.679,75	37.976,24	36.307,75	33.310,69	35.976,80	38.619,54
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE (INTERESES BANCARIOS)		5.110,64	4.088,51	3.066,39	2.044,26	1.022,13
PASIVO LARGO P. (CRÉDITO BANCARIO)	21.747,42	17.397,94	13.048,45	7.281,79	7.281,79	7.281,79
TOTAL PASIVOS	21.747,42	22.508,58	17.136,97	10.348,17	9.326,04	8.303,91
PATRIMONIO						
CAPITAL	6.932,33	6.932,33	6.932,33	6.932,33	6.932,33	6.932,33
UTILIDAD DE EJERCICIO (UTILIDAD NETA)	0,00	8.535,33	12.238,45	16.030,18	19.718,42	23.383,30
TOTAL DE PATRIMONIO	6.932,33	15.467,66	19.170,78	22.962,52	26.650,75	30.315,63
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	28.679,75	37.976,24	36.307,75	33.310,69	35.976,80	38.619,54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

El balance general se resume todos los cálculos que intervienen en el proyecto, determinando el valor de los activos, pasivos y el patrimonio que han sido calculados, el cual identifica valor de las deudas, lo que posee la empresa y el patrimonio.

4.5.4. Estado de flujo de efectivo

Tabla 4-47, flujo de efectivo

RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		66.844,80	69.592,12	72.452,36	75.430,15	78.530,33
COSTOS DE PRODUCCIÓN		33.468,02	33.407,89	33.386,80	33.401,66	33.458,66
GASTOS ADMINISTRACIÓN		12.832,90	12.652,65	12.487,51	12.488,24	12.580,42
GASTOS VENTAS		6.897,91	7.204,63	7.481,48	7.777,57	8.085,83
GASTOS FINANCIEROS		5.110,64	4.088,51	3.066,39	2.044,26	1.022,13
UTILID. ANTES DE REP UTIL. E IMP		8.535,33	12.238,45	16.030,18	19.718,42	24.405,43
UTILIDAD NETA		8.535,33	12.238,45	16.030,18	19.718,42	24.405,43
DEPRECIACIONES		1.370,68	1.183,15	995,62	853,13	733,16
AMORT. ACT. NOMINAL		240,54	240,54	240,54	240,54	240,54
INVERSIÓN MAQ. Y EQUIPO	11.224,93					
INV. TERRE Y OBRA FÍSICA						
INVERSIÓN OTROS	5.418,64					
INV. ACT. NOMINAL (activo diferido)	1.202,72					
INV. CAPITAL DE TRABAJO		10.667,02				
VEHÍCULO						
IMPREVISTOS	166,44					
RECUP. CAPITAL TRABAJO						
PRÉSTAMO	21.747,42					
AMORT. PRÉSTAMO		4.349,48	4.349,48	4.349,48	4.349,48	4.349,48
FLUJO DE CAJA	3.734,69	16.464,09	9.312,66	12.916,86	16.462,61	21.029,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yadira Patiño

Define la factibilidad del proyecto, el mismo que utiliza la información obtenida a través del estado de resultados, que brinda resultados positivos de un crecimiento anual de flujo de caja determinando la viabilidad del proyecto.

4.5.5. Evaluación económica

4.5.5.1. Prueba ácida

$$\text{prueba ácida} = \frac{\text{activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{pasivo corriente}}$$

Tabla 4-48, prueba acida

Prueba ácida	
Activo corriente	22.843,94
Inventarios	1.081,67
Pasivo corriente	5.110,64
Total	4,26

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.6. Evaluación financiera

4.5.6.1. Valor actual neto

Tabla 4-49, VAN

Año	Flujo de Efectivo	Factor de Actualización	Valor Actualizado
1	\$ 16.464,09	0,9988571260702	\$ 16.445,28
2	\$ 9.312,66	0,9977155583012	\$ 9.291,38
3	\$ 12.916,86	0,9965752952003	\$ 12.872,63
4	\$ 16.462,61	0,9954363352764	\$ 16.387,48
5	\$ 21.029,64	0,9942986770400	\$ 20.909,75
Flujo Actualizado			\$ 75.906,51
(-) Inversión de 5 años			\$ 28.679,75
VAN1			\$ 47.226,76

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.6.2. *Tasa interna de retorno*

Tabla 4-50, TIR

TIR=	70%
-------------	------------

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.6.3. *Razón beneficio costo*

Tabla 4-51, B/C

Razón B / C =	Flujo Neto de caja Actualizado
	Inversión Inicial
Razón B / C =	\$ 75.906,51
Razón B / C =	\$ 28.679,75
Razón B / C =	\$ 2,65
Relación B.C	\$ 1,65

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.6.4. *Periodo de recuperación de la inversión*

Tabla 4-52, PRI

Año	flujos de efectivo	Flujos de efectivo actualizados	ingresos actualizados
0			\$ 28.679,75
1	\$ 16.464,09	\$ 16.445,28	\$ 12.234,48
2	\$ 9.312,66	\$ 9.291,38	\$ 2.943,09
3	\$ 12.916,86	\$ 12.872,63	-\$ 9.929,53
4	\$ 16.462,61	\$ 16.387,48	-\$ 26.317,01
5	\$ 21.029,64	\$ 20.909,75	-\$ 47.226,76

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.6.5. Punto de equilibrio

Tabla 4-53, punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	\$ 10.667,02
PRECIO	\$ 2,07
COSTO VARIABLE	\$ 0,62
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 7.373,52
UTILIDAD	\$ -

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

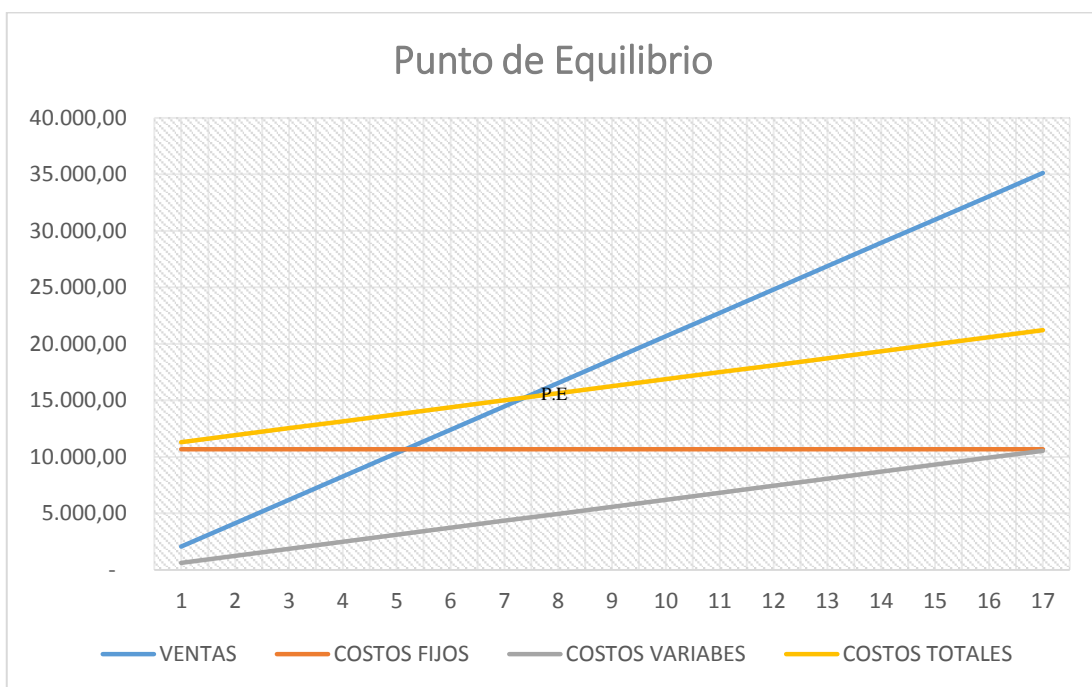


Ilustración 4-4, punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

4.5.7. Evaluación social

Tabla 4-54, evaluación social

Evaluación Social		
	VALOR	RESULTADO
DESEMPLEO CHIMBORAZO	12435,7	
PERSONAS EMPLEADOS	3	
TOTAL		0,02%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Patiño

La empresa está enfocada en satisfacer las necesidades de los clientes, además de aportar con fuentes de trabajo en el cantón, ya que gracias a la calidad del producto y su servicio, se pretende atraer una mayor cantidad de turistas para aportar a su crecimiento económico.

4.5.8. Evaluación ambiental

El tipo de desechos que producirá la empresa “Kopi Luwak”, no representa un impacto ambiental negativo, sin embargo, una de nuestras responsabilidades es disminuir el deterioro ambiental, ya sea mediante pequeños cambios en nuestros hábitos de consumo o en las industrias, la cual pretende ser sustentable con el ambiente, es por ello la propuesta de la regla de las tres 3R, es decir; Reducir, Reciclar, Reutilizar.

4.6. Conclusiones

- Al aplicar el estudio de mercado en el proyecto, y mediante el uso de instrumentos, se identificó y estableció el mercado objetivo, permitiendo conocer las necesidades del cliente y los consumidores potenciales de los productos y servicios.
- Se estandarizó las recetas que serán usadas en la carta de la cafetería, las mismas que nos dieron como resultado calidad y presentación uniforme de la preparación y servicio, ahorro de tiempo y dinero.
- Al haber realizado los diferentes estudios concluyen con un esquema específico y general para el ejercicio de la empresa, así como su constitución de forma jurídica, se determinó la viabilidad y el rendimiento de la empresa, se concluye además que el proyecto no ocasiona un impacto ambiental negativo.
- El proyecto es financiera y económicamente viable con valores obtenidos: valor actual neto (VAN) positivo de 47.226,76; tasa interna de retorno (TIR) 70%; una relación beneficio costo de 1.65, y un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de dos años seis meses.

4.7. Recomendaciones

- Se recomienda realizar estudios de mercado para responder a los cambios económicos y de consumo del cliente, mantener una constante implementación de bebidas para diversificar el menú, logrando captar mayor cantidad de turistas que visitan el cantón.
- Se recomienda la capacitación adecuada del personal, el uso adecuado del manual de funciones, el cual facilitará cumplir los objetivos y labores del personal a cargo de las diferentes áreas de la empresa.
- Se recomienda la implementación del proyecto ya que los resultados obtenidos a través de los diferentes estudios, son positivos, por lo tanto el proyecto de factibilidad es viable.

BIBLIOGRAFÍA

- Antartic.** (14 de Febrero de 2016). *Recetas*. Obtenido de antartic.mx: <http://antartic.mx/cual-es-el-origen-del-cafe-frappe/>
- Anzil, F.** (17 de Enero de 2012). *Zona Económico* . Obtenido de zonaeconomica.com: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Arica, D. P.** (2011). *E-técnico*. Obtenido de e-tecnico.webnode.es: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- CB, M.** (19 de Julio de 2011). *Overblog*. Obtenido de es.over-blog.com: https://es.over-blog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html
- Ceballos, V. H.** (17 de Enero de 2003). *El Universo*. Obtenido de eluniverso.com: <http://www.eluniverso.com/2003/01/17/0001/688/37EFF0F4F2E943BA99108C5383EF2851.html>
- Chaín, N. S.** (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Mexico : Pearson Educación.
- Collado, A. L.** (2010). *Hosteleria* . España : Paraninfo.
- Comercial, D. d.** (Abril de 2013). *ProEcuador* . Obtenido de Pro Ecuador: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf
- Consejo Provincial de Chimborazo.** (28 de Julio de 2015). *La Minga por Chimborazo Continua*. Obtenido de chimborazo.gob.ec: <http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/?p=396>
- Coria, I. D.** (2008). El Estudio del Impacto Ambiental . *Invenio*, 125-135.
- Cortijo, J. D.** (2000). El Mundo del Café. *Homatic Vending*, 41.
- Cortijo, J. D.** (2005). *Homatic Vending*. Obtenido de homatic.es: www.homatic.es
- Crece Negocio.** (17 de Junio de 2014). *Creación de Negocios, Marketing*. Obtenido de crecenegocios.com: <https://www.crecenegocios.com/como-hacer-un-estudio-de-mercado/>
- Crónica.** (22 de Junio de 2015). *Crónicas las Noticias del Día*. Obtenido de Crónica.com.ec: <https://www.cronica.com.ec/entretenimiento/repo/item/6614-el-cafe-del-sur-ecuatoriano-aroma-y-sabor-en-la-mesa>
- Dirección de Inteligencia.** (Abril de 2013). *ProEcuador*. Obtenido de proecuador.gob.ec/wp-content: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf

- El Pensante** . (16 de Abril de 2016). *El Pensante* . Obtenido de educacion.elpensante.com:
<https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-de-campo/>
- El Telegrafo**. (07 de Junio de 2015). *Buen Sentir*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec:
<http://www.elselegrafo.com.ec/noticias/buen-sentir/1/el-cafe-ecuatoriano-renace-se-reinventa-crece>
- Elika** . (13 de Diciembre de 2011). *Elika para el consumidor*. Obtenido de elika.eus:
www.elika.eus/consumidor/es/preguntas_trazabilidad.asp
- Faborit**. (21 de Agosto de 2014). *Faborit*. Obtenido de faborit.com:
<http://www.faborit.com/frappe-una-delicia-con-historia/>
- Gamarra, A.** (08 de noviembre 08 de 2008). *Historia Infinita*. Obtenido de Historiainfinita.wordpress.com:
<https://historiainfinita.wordpress.com/2008/11/08/breve-historia-del-cafe-historia-y-leyendas/>
- Gardey, J. P.** (2013). *Definición*. Obtenido de <http://definicion.de/emprendimiento/>
- Gastronosfera** . (07 de Abril de 2016). *Gastronosfera* . Obtenido de gastronosfera.com:
<http://www.gastronosfera.com/es/tendencias/el-proceso-de-produccion-del-cafe-en-8-pasos>
- Gon**. (17 de Junio de 2016). *SaborGourmet*. Obtenido de saborgourmet.com:
<https://saborgourmet.com/receta-de-cafe-frappe/>
- Hill, M. G.** (2000). *Mail x mail*. Obtenido de curso-patrimonio-empresas:
<http://www.mailxmail.com/cursos-patrimonio-empresas/empresas-segun-tamano-empresa>
- Impuesto listo**. (23 de Junio de 2017). *derechos y obligaciones de los artesanos ante sri*. Obtenido de impuestolisto.com: <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>
- Insntituto Ecuatoria de la Propiedad Intelectual**. (18 de Julio de 2014). *Ecuador Ama la Vida*. Obtenido de Propiedadintelectual.gob.ec:
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-con-aroma-de-cafe/>
- J. Zapata**. (27 de Febrero de 2014). *Ecuaviza*. Obtenido de ecuavisa.com:
<http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/54590-guano-ofrece-artesantias-gastronomia-turistas>
- Jungal, K.** (17 de Mayo de 2012). *Aroma 10*. Obtenido de cafearomadiez:
<http://cafearomadiez.blogspot.com/2012/05/historias-de-las-cafeterias.html>
- López, A.** (2002). *Enciclopedia Interactiva Estudiantil*. Madrid : Ibérica Grafic.
- Maza, M. A.** (2009). *Servicio de Barra*. Mexico: Limusa.
- Niuesa, M.** (5 de Abril de 2016). *Empresarios* . Obtenido de Cuatro-tipos-de-empresa-segun-su-tamano: <https://empresariados.com/cuatro-tipos-de-empresa-segun-su-tamano/>

- Océano, G.** (1991). *Diccionario Ilustrado Océano de la lengua española* . Barcelona: Océano .
- Opoyc.** (10 de Octubre de 2011). *Inslideshare*. Obtenido de es.slideshare.net:
<https://es.slideshare.net/opoyc/estudio-legal>
- Organizacion Mundial de Turismo.** (2015). Panorama Turismo Internacional. *UWTO*, 16.
- Orozco, J. d.** (2006). *Evaluación Financiera de Proyectos* . Bogotá: Ecoe.
- Padilla, M. C.** (2011). *Formulación y Evaluacion de Proyectos* . Bogotá: ECOE.
- Ramírez, A. R.** (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 94-119.
- Real Academia Española.** (2007). *Diccionario Práctico del Estudiante*. Santillana .
- Rico, V.** (2005). *Estudios de mercado y análisis de mercado* . Obtenido de estudios de mercado.org:
https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
- Sabbah, S. A.** (14 de Junio de 2013). *RPP*. Obtenido de rpp.pe: <http://rpp.pe/lima/actualidad/el-valor-nutricional-del-cafe-y-su-aporte-a-la-salud-de-la-persona-noticia-604506>
- Sanz, J. L.** (2012). *Seguridad e Higiene en la Manipulación de Alimentos* . Madrid: Paraninfo.
- Sette, J.** (Mayo de 2007). *International Coffee Organization*. Obtenido de ico.org/ES/coffee_storyc.asp: http://www.ico.org/ES/coffee_storyc.asp

ANEXOS

Anexo 1, recetas estándar

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA: Café Pasado				GRUPO: Bebida		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
café	100	100	gr	4,5	c/kg	0,45
agua	2500	2500	ml			0,00
azúcar	150	150	gr	0,8	c/lb	0,26
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	0,71
C.I.F 30% (PV)	0,07		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,04
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,14		FC=1+D		TOTAL	0,75
U1=PV-∑CP	0,08		D=10%		C. PAX	0,08
U2=P.V.S-PV	0,41		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,49		0		P.V	0,23
					P.V.S	0,64

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Café Express Corto		GRUPO: Bebida			
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
café molido	70	70	gr	4,5	c/kg	0,32	
agua	450	450	ml			0,00	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS	C. VARIABLE	0,32	
C.I.F 30% (PV)	0,03			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,02
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,06			FC=1+D		TOTAL	0,33
U1=PV-ΣCP	0,04			D=10%		C. PAX	0,03
U2=P.V.S-PV	0,18			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,22			0		P.V	0,10
						P.V.S	0,28

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO: Bebida		
Capuccino				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Café molido	70	70		8	c/lb	
Agua	450	450	ml			
Café Espresso	520	520	ml	0,28	c/tz	0,15
Leche	1200	1200	ml	0,8	c/lt	0,96
Canela	10	10	gr		c/gr	0,00
Azúcar	200	200	gr	0,8	c/lb	0,35
Crema Batida						
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	1,46
C.I.F 30% (PV)	0,14		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,07
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,29		FC=1+D		TOTAL	1,53
U1=PV-ΣCP	0,17		D=10%		C. PAX	0,15
U2=P.V.S-PV	0,84		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,01		0		P.V	0,46
					P.V.S	1,30

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA: Mokaccino				GRUPO: Bebida		
				TIEMPO: 12MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Café molido	70	70	gr	8	c/lb	
Agua	450	450	ml			0,00
Café Espresso	520	520	ml	0,28	c/tz	0,15
Leche	600	600	ml	0,8	C/lt	0,48
Azúcar	200	200	gr	0,8	c/lb	0,35
Chocolate	600	600	gr	1,1	c/lb	0,66
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	1,64
C.I.F 30% (PV)	0,16		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,08
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,33		FC=1+D		TOTAL	1,72
U1=P.V-ΣCP	0,19		D=10%		C. PAX	0,17
U2=P.V.S-PV	0,94		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,13		0		P.V	0,52
					P.V.S	1,46

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA: Frappé				GRUPO: Bebida		
				TIEMPO: 12MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Café molido	70	70	gr		c/kg	
Agua	450	450	ml			
Café Espresso	520	520	ml	0,28		0,15
Leche	1000	1000	ml	0,8	c/lt	0,80
Chocolate	20	20	ml	1	c/gr	0,05
Azúcar	800	800	gr	0,8	c/lb	1,41
Hielo	1800	1800	gr	0,35	c/kg	0,63
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	2,84
C.I.F 30% (PV)	0,27		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,14
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,57		FC=1+D		TOTAL	2,98
U1=PV-ΣCP	0,33		D=10%		C. PAX	0,30
U2=P.V.S-PV	1,63		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,96		0		P.V	0,90
					P.V.S	2,53

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO:		
Frappé Latte				Bebida		
				TIEMPO: 12MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Café molido	70	70	gr			
Agua	450	450	ml			
Café expresso	520	520	ml	0,28	c/tz	0,15
leche	800	800	ml	0,8	c/ml	0,64
helado	1000	1000	gr	3	c/lt	3,00
Crema						
azúcar	500	500	gr	0,8	c/lb	0,88
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	4,67
C.I.F 30% (PV)	0,45		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,23
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,94		FC=1+D		TOTAL	4,90
U1=PV-ΣCP	0,55		D=10%		C. PAX	0,49
U2=P.V.S-PV	2,67		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	3,22		0		P.V	1,48
					P.V.S	4,16

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:	Frappé de Cappuccino			GRUPO: POSTRE			
				TIEMPO: 12MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		UNIDAD	COSTO TOTAL
leche	1000	1000	ml	0,8	0,80	c/lt	0,80
hielo	600	600	g	0,35		c/kg	0,21
café express	200	200	ml	0,28		c/tz	0,06
azúcar	250	250	g	0,80		c/lb	0,44
crema batida							
crema de leche	300	300	ml	1,79		c/ml	1,19
azúcar	100	100	g	0,80		c/g	0,18
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE	2,88
C.I.F 30% (PV)	0,27		CR=FC*CK	5%	% VARIOS		0,14
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,58		FC=1+D	TOTAL			3,02
U1=PV-ΣCP	0,34		D=10%	C. PAX			0,30
U2=P.V.S-PV	1,65		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA		0,33
U neta= U1+U2	1,99		0,88	P.V			0,92
				P.V.S			2,56

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO: POSTRE			
Frappe de Mocaccino				TIEMPO: 10MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
leche	1000	1000	ml	0,80	c/lt	0,80	
hielo	600	600	g	0,35	c/kg	0,21	
azúcar	250	250	g	0,80	c/lb	0,20	
café express	150	150	ml	0,28	c/tz	0,04	
cacao en polvo	200	200	g	1,00	c/u	0,50	
esencia de vainilla	5	5	ml	1,20	c/u	0,05	
crema batida				0,00	c/u	0,00	
crema de leche	250	250	ml	1,79	c/u	1,12	
azúcar	100	100	g	0,09	c/u	0,00	
canela en polvo	40	40	g	0,50	c/g	0,25	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	3,17	
C.I.F 30% (PV)	0,30		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,16	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,64		FC=1+D		TOTAL	3,33	
U1=PV-ΣCP	0,37		D=10%		C. PAX	0,33	
U2=P.V.S-PV	1,82		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	2,19		0		P.V	1,01	
					P.V.S	2,83	

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Frappé de Caramelo		GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 10MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
leche entera	1000	1000	ml	0,80	c/lt	0,40
hielo	600	600	g	0,27	c/u	0,16
café express	200	200	g	0,28	c/g	0,06
miel de maple	100	100	g	2,80	c/g	0,28
jarabe de caramelo	350	350	g	2,50	c/g	0,88
crema batida				0,00		0,00
crema de leche	250	250	ml	1,79	C/lt	0,45
azúcar	100	100	g	0,09	c/g	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	2,22
C.I.F 30% (PV)	0,21		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,11
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,45		FC=1+D		TOTAL	2,34
U1=PV-ΣCP	0,26		D=10%		C. PAX	0,23
U2=P.V.S-PV	1,27		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,54		0		P.V	0,71
					P.V.S	1,98

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Sándwichs de Pollo			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 12MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
pan molde	300	300	g	1,89	c/g	0,98	
tomates	100	100	g	1,79	c/kg	0,18	
lechuga	50	50	g	0,71	c/u	0,09	
pechuga de pollo	800	800	g	4,63	c/g	3,70	
mayonesa	20	20	g	4,93	c/g	0,11	
salsa de tomate	20	20	g	3,90	c/g	0,09	
naranja		0	g	0,00	c/g	0,00	
limón		0	ml	0,00	c/g	0,00	
pimienta	0	0	g	0,00	c/g	0,00	
sal	0	0	g	0,00	c/g	0,00	
		0	g	0,00	c/g	0,00	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	5,14	
C.I.F 30% (PV)	0,49		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,26	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,03		FC=1+D		TOTAL	5,40	
U1=PV-ΣCP	0,61		D=10%		C. PAX	0,54	
U2=P.V.S-PV	2,95		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	3,55		2,079		P.V	1,64	
					P.V.S	4,58	

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Sándwichs Americano		GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 10MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
pan rodajas	300	300	g	1,89	c/g	0,98
queso cheddar	50	50	g	2,14	c/u	0,71
jamón rodajas	50	50	g	7,99	c/u	0,40
tomate	100	100	g	1,79	c/g	0,18
lechuga	50	50	g	0,71	c/g	0,09
mayonesa	25	25	g	4,93	c/g	0,14
sal		0	g	0,00	c/g	0,00
		0	g	0,00	c/g	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	2,49
C.I.F 30% (PV)	0,24		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,12
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,50		FC=1+D		TOTAL	2,62
U1=P.V-ΣCP	0,29		D=10%		C. PAX	0,26
U2=P.V.S-PV	1,43		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,72		2,079		P.V	0,79
					P.V.S	2,22

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Sándwichs de lomo y champiñones			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 12MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		UNIDAD	COSTO TOTAL
pan rebanadas	300	300	g	1,89		c/g	0,98
lomo de cerdo filetes	500	500	g	6,50		c/u	3,25
pimientos verdes	50	50	g	1,68		c/u	0,08
tomate	100	100	g	1,79		c/g	0,18
champiñones	150	150	g	2,10		c/g	1,43
aceite de oliva		0	g	0,00		c/g	0,00
sal		0	g	0,00		c/g	0,00
pimienta		0	g	0,00		c/g	0,00
		0	g	0,00		c/g	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS		C. VARIABLE	5,92
C.I.F 30% (PV)	0,57			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,30
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,19			FC=1+D		TOTAL	6,22
U1=PV-ΣCP	0,70			D=10%		C. PAX	0,62
U2=P.V.S-PV	3,39			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	4,09			2,079		P.V	1,88
						P.V.S	5,28

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Pastel Enrollado de Crema de café			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
agua	100	100	ml		c/g		
azúcar	80	80	g	2,00	c/kg	0,16	
café soluble	20	20	g	0,71	c/u	0,12	
licor de café	40	40	ml	5,90	c/g	0,34	
leche	400	400	ml	0,80	c/g	0,35	
huevos	2	2	g	0,30	c/g	0,30	
azúcar	200	200	g	2,00	c/g	0,40	
café soluble	30	30	g	0,71	c/g	0,18	
mantequilla	250	250	g	1,45	c/g	0,80	
huevos	3	3	g	0,45	c/g	0,45	
harina	600	600	g	0,55	c/lb	0,73	
azúcar	250	250	g	2,00	c/kg	0,50	
café soluble	25	25	g	0,71	c/g	0,15	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS	C. VARIABLE	4,47	
C.I.F 30% (PV)	0,43			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,90			FC=1+D		TOTAL	
U1=PV-ΣCP	0,53			D=10%		C. PAX	
U2=P.V.S-PV	2,56			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	
U neta= U1+U2	3,08			0		P.V	
						P.V.S	
						3,98	

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Tarta de Galleta		GRUPO: POSTRE			
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
galletas	400	400	g	0,8	c/g	0,71	
mantequilla	150	150	g	1,45	c/u	0,48	
chocolate	200	200	g	1,10	c/u	0,49	
leche	600	600	g	0,80	c/g	0,48	
café soluble	50	50	g	0,71	c/g	0,09	
huevos	2	2	g	0,30	c/g	0,30	
azúcar	150	150	g	0,80	c/g	0,26	
leche semidescremada	500	500	ml	1,35	c/lt	0,68	
huevos	3	3	g	0,45	c/u	0,45	
harina	60	60	g	0,55	c/lb	0,07	
azúcar	125	125	g	0,80	c/lb	0,22	
esencia de vainilla		0	g	0,00	c/g	0,00	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS	C. VARIABLE	4,23	
C.I.F 30% (PV)	0,40			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,21
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,85			FC=1+D		TOTAL	4,44
U1=PV-ΣCP	0,50			D=10%		C. PAX	0,44
U2=P.V.S-PV	2,42			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	2,92			0,88		P.V	1,35
						P.V.S	3,77

Elaborado por: Yadira Patiño

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS



NOMBRE DE LA RECETA:		Brownie con Crema de Café			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
chocolate negro	150	150	g	3,8	c/g	1,26	
mantequilla	125	125	g	1,45	c/u	0,40	
huevos	2	2	g	0,30	c/u	0,30	
azúcar	50	50	g	0,80	c/g	0,09	
harina	25	25	g	2,10	c/g	0,24	
nueces peladas	60	60	g	1,50	c/g	0,60	
chocolate blanco	50	50	g	3,80	c/g	0,42	
crema de leche	130	130	g	1,79	c/g	0,58	
gelatina	2	2	g	1,20	c/g	0,06	
café soluble	15	15	g	0,71	c/g	0,09	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS		C. VARIABLE	4,03	
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,20	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,81		FC=1+D		TOTAL	4,23	
U1=PV-ΣCP	0,47		D=10%		C. PAX	0,42	
U2=P.V.S-PV	2,31		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	2,78		4,18		P.V	1,28	
					P.V.S	3,59	

Elaborado por: Yadira Patiño

Anexo 2, encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA



Reciba un cordial saludo, se solicita contestar esta encuesta, con la objetividad que usted considere.

OBJETIVO: determinar la viabilidad del proyecto, para la creación de una cafetería.

INSTRUCCIONES: sírvase contestar con una (x) su respuesta.

1. ¿Según su criterio, usted estaría de acuerdo con la creación de una cafetería artesanal en el cantón Guano?

SI ()

NO ()

2. ¿En caso de implementarse la cafetería en el cantón Guano, estaría dispuesto a visitarnos?

SI ()

NO ()

3. ¿Para usted, el café es una de sus bebidas preferidas?

SI ()

NO ()

4. ¿Cuál de los siguientes de productos le gustaría que se ofrezcan en la cafetería?

- Café molido ()
- Café de haba ()
- Café express (shot de café) ()
- Capuchino (café, leche, polvo de canela) ()
- Mocaccino (café, salsa de chocolate, leche) ()
- Frappes (hielo, saborizante) ()
- Frappelate (café, crema, saborizante) ()

5. ¿A la hora de visitar una cafetería, que valor en dólares estaría dispuesto a consumir?

2.00 dólares ()

3.00 dólares ()

4.00 ()

6. ¿Con que frecuencia visita usted una cafetería?

1 vez a la Semana () 2 veces a la semana () mensual ()

7. **¿En qué horario le gustaría que se brinde el servicio en la cafetería?**

7:00 - 21:00 () 8:00 – 20:00 () 15:00 – 20:00 ()

8. **¿Se encuentra usted satisfecho con el servicio que ofrecen otro establecimiento?**

SI ()

NO ()

9. **¿Qué tipo de promociones le gustaría que se realicen en el establecimiento?**

- 2 x 1 ()
- Martes loco ()
- Descuentos del 10% en cualquier producto ()

10. **¿En qué medios de comunicación le gustaría conocer acerca de nuestro servicio?**

Redes Sociales () tarjetas de presentación () radio ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Kopi Luwak
GARCÍA MORENO Y SUCRE 2017
CONTACTOS: 0987617587

TE QUITARE EL SUEÑO
Kopi Luwak

Frappés		Bebidas Calientes	
Frappé	\$ 2.50	Café Pasado	\$ 0.80
Frappé Latte	\$ 3.50	Café Espresso	\$ 1.00
Frappé Cappuccino	\$ 3.60	Cappuccino	\$ 2.00
Frappé Mocaccino	\$ 2.90	Mocaccino	\$ 2.30
Frappé de Caramelo	\$ 2.20		

Sándwich		Postres	
Sándwich de Pollo	\$ 2.80	Pastel de Crema de Café	\$ 2.25
Sándwich Americano	\$ 2.50	Tarta de Galleta	\$ 1.80
Sándwich de Lomo	\$ 3.80	Brownie de Café	\$ 1.50

Te Quitare el Sueño



MANUAL DE FUNCIONES



INTRODUCCIÓN

El manual de funciones de una empresa es un elemento que contiene las actividades correspondientes con la operación y funcionamiento de las áreas, además de experiencia, conocimiento y tecnología con el propósito de cumplir sus objetivos.

La finalidad principal del manual de funciones es dar a conocer de forma sistemática y ordenada las diferentes áreas que conforman la empresa, para determinar funciones específicas y generales, responsabilidades y cargos, además brindara información acerca de las funciones y responsabilidades, que deben cumplir el personal que labora dentro de la empresa, el personal está en el compromiso de cumplir lo determinado en el manual para alcanzar objetivos y metas propuestos por la empresa, precisando la participación, responsabilidades e importancia del buen funcionamiento de la misma.

El manual posee por objeto indicar a cada jefe o empleado por escrito lo que espera de él, en materia de funciones, labores, autoridad, compromisos, comunicaciones, dentro y fuera de la empresa.



Generalidades

El factor más importante dentro de una empresa es el recurso humano, ya que por medio del mismo se garantizara la calidad del producto y del servicio. Es por ello que se debe determinar los requisitos que deben cumplir.

Idoneidad para el cargo

Experiencia y conocimiento que posee para la actividad que va a desarrollar, la organización elaborara las referencias del cargo, se puntualiza los requerimientos que cada trabajador debe efectuar.

Examen pre – ocupacional

Se procura identificar las condiciones físicas del trabajador para permitirle desempeñar el cargo, el mismo que debe estar ajustado al trabajo a ejecutar.

Requerimientos post ocupacionales

Son normas obligatorias que deben cumplir la empresa y el trabajador para garantizar el impulso de los procesos.

La higiene personal

El personal que entren en contacto con la materia prima, producto terminado, utensilios y equipo deben tener lo cuenta lo siguiente:

- El baño diario es un elemento principal, la empresa dotara de vestidores con duchas, por lo tanto no se permitirá que el personal este no este aseado.
- Utilización diaria del uniforme limpio, incluyendo calzado.
- Lavarse las manos antes, durante y después del proceso de producción.
- Conservar las uñas limpias, cortas y sin esmaltes.
- No utilizar cosméticos en horas de trabajo.
- No se admite chicles o dulces que pueden caer en el proceso de producción.
- No se permitirá el uso de joyas, aretes, anillos, relojes, etc.
- Utilizar cubre boca, evitar estornudar, toser sobre los alimentos.
- Heridas y cortes leves, deben cubrirse siempre y cuando no estén infectadas, antes de entrar en el área de producción.
- El personal debe notificar al sus jefes en caso de existir enfermedades frecuentes.
- Se determina áreas libres de contaminación, para que el personal consumo refrigerio y almuerzo.



Elementos de protección y uniformes

El uniforme otorga la identidad al empleado, respalda las acciones que realiza, por lo que el uniforme, debe estar afín con el trabajo que desempeña y así proteger al producto y al empleado.

Uniformes

El uniforme de la empresa constara de: redes para cabello, gorro para el cabello, tapaboca, pantalón negro, chaqueta blanca, pechera, zapatos negros cómodos.

El uso de uniforme es obligatorio para todo el personal que labora en el establecimiento no se permitirá el acceso al mismo de no estar correctamente uniformado.



Uniforme de cocina



uniforme de servicio

Lavado correcto de las manos

Las manos de un individuo pueden poseer un promedio de 3.000 microorganismos diferentes, por lo que es indispensable el lavado de las manos, para evitar así cualquier tipo de enfermedades que según estudios muestran que el 53% de personas no se lava las manos antes de preparar los alimentos.

La empresa cuenta con lavamanos, un distribuidor de toallas desechables, además de desinfectante de manos, en el área de entrada de cocina, para así asegurar minimizar el riesgo de contaminación en la elaboración y preparación de alimentos.

Por ningún motivo se permitirá la entrada de personal al área de cocina, que no cumpla con el aseo correspondiente de las manos.



Manejo de desperdicios

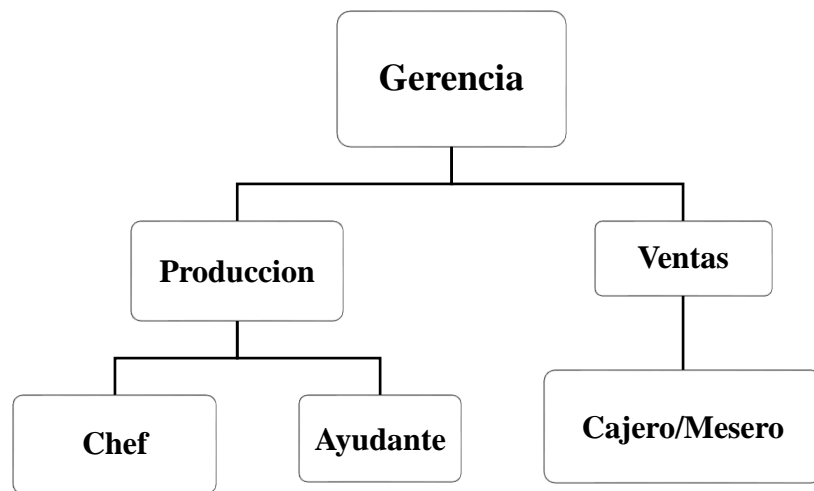
- Tiene como finalidad el manejo de desperdicios o basura, para impedir que se conviertan en un riesgo para la empresa.
- La basura será retirada del área de preparación de alimentos constantemente, con el fin de evitar olores y posibles contaminaciones.
- Los basureros constaran de tapas herméticas, a prueba de agua.
- Los basureros siempre dispondrán de una funda plástica, para facilitar su retirado y que la limpieza sea más fácil.
- Los basureros se limpiaran con frecuencia, deben estar secos y tapados, preferentemente ubicados fuera del área de cocina.

Se supervisará constantemente el retiro de la basura y la limpieza adecuada de los basureros, de observarse basura o desperdicios acumulados en el área se capacitara a los empleados sobre el manejo de basura.

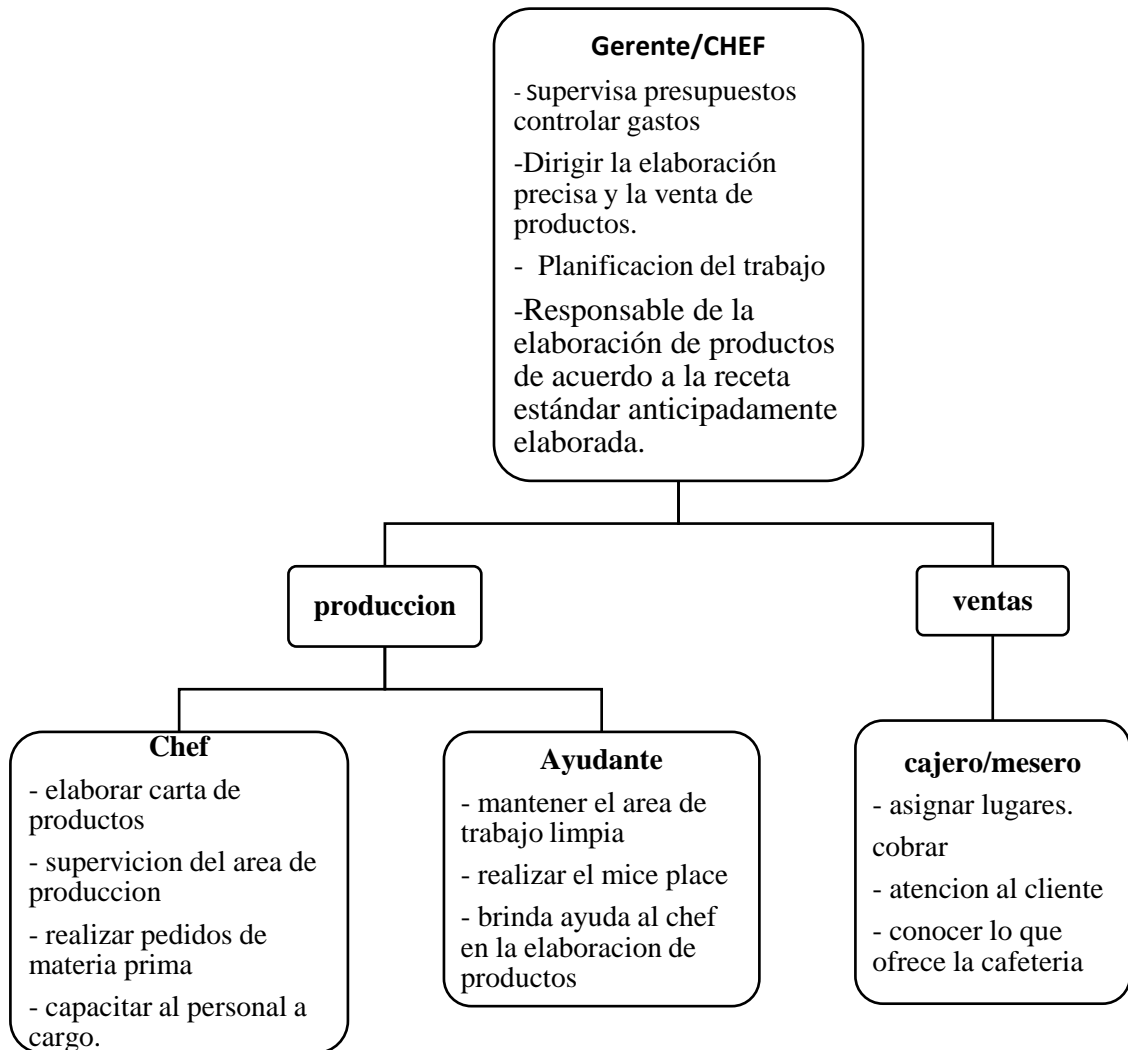
Se evaluara periódicamente el cumplimiento de procedimientos en cuanto al manejo de desperdicios.



Organigrama estructural



Organigrama funcional



ÁREA ADMINISTRATIVA

Generalidades

- Animo de superación y satisfacción por el trabajo.
- Atento y cordial
- Trabajo en equipo
- Líder
- Honesto
- Ordenado
- Responsable
- Dispuesto a expresar sus dudas o pedir ayuda.
- Tolerante
- Rapidez mental
- Toma de decisiones

Modales

- Puntual y educado
- Uso apropiado de vocabulario con expresión clara.

Requisitos mínimos

- Buena presencia y salud física excelente.
- Formación técnica o competitiva.
- Bachilleres.

GERENTE

Formación académica

Cursos especializados en gestión gastronómica.

Conocimientos

Operación, planeación, montaje, organización, dirección, gestión de talento humano, servicio y producción de A & B.

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos de dirección o gestión en establecimientos de A & B.

Habilidades

Capacidad de concentración, creatividad, agilidad en la toma de decisiones, reducir amenazas, originalidad, solución de problemas, capacidad para identificar oportunidades.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo	Gerente general
Área	Administrativa
Jefe inmediato	
Personal a cargo	3
Horario	9:00 AM - 20:00 PM
RESUMEN DEL CARGO	
Administrar los recursos humanos, operativos y financieros dentro de la empresa, Optimizar el desarrollo de la actividad, garantizar el desempeño de normas, además, se encargara de identificar fallas existentes y aplicar los correctivos necesarios, verificar la higiene de cada uno de los procesos.	
FUNCIONES	
Dirigir la elaboración precisa y la venta de productos. Motivar al equipo de trabajo para despuntar las expectativas del cliente con un servicio justo y amigable en un ambiente limpio. Ofrecer instrucción y retroalimentación al equipo de trabajo. Dar seguimiento y evaluar las áreas de la empresa. Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa. Implantar normas, programas, procedimientos, destrezas. Inspeccionar la limpieza de todas las áreas.	

VENTAS

Formación Académica

Licenciado en gestión gastronómica o a fines.

Cursos técnicos para restaurantes y bares.

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos similares.

Habilidades

Trato con los clientes, capacidad de negociación, don de servicio.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo	Cajero
Área	Administrativa
Jefe inmediato	Gerente
Personal a cargo	0
Horario	8:00 AM - 20:00 PM
RESUMEN DEL CARGO	
Responsable del correcto cobro y atención a los clientes. Responsable del servicio buscando la satisfacción del cliente. Promover el aumento de ventas en el establecimiento.	
FUNCIONES	
Realizar apertura y cierre de caja. Servicio al cliente, dando a conocer nuestros precios y promociones. Elaboración de informe de actividades realizadas de ser necesario. Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir. Contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa.	

ÁREA DE PRODUCCIÓN

Generalidades

- Manipulación de alimentos
- Conocimientos fundamentales de la elaboración de alimentos.
- Gusto por el trabajo.
- Amable y atento, saber comunicar, cortes.
- Tolerante y paciente.
- Responsable.
- Franco para expresar dudas y pedir ayuda.

Habilidades especiales

- Destreza manual.
- Rapidez.
- Capacidad de retención.
- Confianza con personas y don de servicio.

Requisitos mínimos

- Cursos especializados en el área.
- Aseo diario necesario, uñas limpias y cortas, uniforme limpio y planchado, zapatos cómodos y limpios.

JEFE DE COCINA

Formación académica específica

Carrera técnica – profesional de cocina.

Cursos de actualización y especialización.

Conocimientos

Manipulación de alimentos, conocimientos sobre materia primas, técnicas y procesos de preparación de alimentos, dirección, manejo adecuada de equipos, organización, técnicas de almacenamiento y conservación de alimentos, planificación, temperatura y tiempo de cocción.

Experiencia

Mínima: 1 año, chef ejecutivo

Habilidades

Agilidad, creatividad, concentración, originalidad.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo	Chef
Área	Producción
Jefe inmediato	Gerente
Personal a cargo	1
Horario	8:00 AM - 20:00 PM
RESUMEN DEL CARGO	
<p>Responsable de controlar, organizar y dirigir la operación de producción, buscando el deleite de los clientes. Responsable de dirigir los recursos de la cafetería, tanto en materia prima, insumos y en capital humanos.</p> <p>Control de condiciones de alimentos que recibe cocina, rotación de inventarios, decoración y limpieza de platos.</p>	
FUNCIONES	
<p>Responsable de la elaboración de productos de acuerdo a la receta estándar anticipadamente elaborada.</p> <p>Control de la higiene de cocina y del personal que está a su cargo.</p> <p>Responsable de la elaboración de inventarios de productos de consumo contiguo.</p> <p>Contribuir a la solución de problemas, en caso de existir.</p> <p>Establece horarios y días de descanso.</p> <p>Elaborar informes de las actividades en el área.</p> <p>Control del mise en place.</p> <p>Verificar calidad y presentación de platos.</p> <p>Responsable del uso de materia prima.</p> <p>Coordinar las áreas de servicio y producción.</p>	

AYUDANTE DE COCINA

Formación académica

Estudios en el área de gastronomía o a fines

Formación técnica

Conocimientos

Manipulación de alimentos, métodos y procesos de elaboración de alimentos, tiempo y temperaturas de cocción de alimentos.

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos similares.

Habilidades

Destreza, capacidad de retención.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo	Ayudante de cocina
Área	Producción
Jefe inmediato	Chef
Personal a cargo	0
Horario	8:00 AM - 20:00 PM
RESUMEN DEL CARGO	
Responsable de auxiliar al Chef y realizar funciones que se especifiquen por el chef, que corresponderán al área en la que se halle ubicado, aplicación de recetas estándar, limpieza del área de trabajo.	
FUNCIONES	
Limpieza general en el área de producción. Conoce las preparaciones con la finalidad de ayudar al chef. Prestará ayuda en acciones que se le encarguen. Alistar ingredientes y utensilios necesarios para la elaboración de productos.	

MESERO

Formación Académica

Bachilleres

Estudiantes con conocimiento en el área de servicio.

Conocimientos

Conocimiento en procedimientos de servicio así como los tipos de servicio.

Experiencia

Ninguna indispensable.

Habilidades

Particularmente ninguna, aparte de las generales para el personal de servicio.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo	Mesero
Área	Servicio
Jefe inmediato	Chef
Personal a cargo	0
Horario	8:00 AM - 20:00 PM
RESUMEN DEL CARGO	
Responsable del servicio buscando la satisfacción del cliente. Acogida y despido de los clientes, toma de órdenes, dar una buena impresión además de lograr que el cliente se sienta cómodo, motivar para que el cliente regrese, cerrar el proceso de venta.	
FUNCIONES	
Conocimiento de la carta. Colocar mantelería, y todo lo necesario sobre las mesas. Responsable de la limpieza del área. Comprobar el consumo de las mesas. Evitar retrasos durante el servicio. Excelente presentación personal al momento de brindar servicio.	

Conclusiones

- Se constituyen bases para formar un proceso continuo de mejoramiento de procesos dentro de la empresa.
- Se pretende guiar al personal para cumplir con cada una de sus funciones dentro de las áreas establecida de la empresa.
- El personal está comprometido a cumplir cada una de las funciones plasmadas en el manual, con el fin de cumplir metas y objetivos.

