



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA CAFETERIA CON ENFOQUE REPOTENCIALIZADOR
UTILIZANDO PRODUCTOS AUTÓCTONOS DE LA REGIÓN
SIERRA, EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA
2017”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: EMPRENDIMIENTO

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTOR: JESSICA NATHALY CHICAIZA SANGO

TUTOR: ING. DANILO FERNANDEZ

RIOBAMBA -ECUADOR

2018

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que el: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERIA CON ENFOQUE REPOTENCIALIZADOR UTILIZANDO PRODUCTOS AUTÓCTONOS DE LA REGIÓN SIERRA, EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA 2017, de responsabilidad de la señorita Jessica Nathaly Chicaiza Sango, ha sido minuciosamente revisado, quedando autorizada su presentación.

DIRECTOR DE TRABAJO Ing. Danilo Fernández _____
DE TITULACIÓN

MIEMBRO DEL TRABAJO Lic. Roger Paredes _____
DE TITULACIÓN

SISBIB ESPOCH Ing. Inty Salto _____

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Yo, Jessica Nathaly Chicaiza Sango declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticas y originales, los textos y referencias como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Jessica Nathaly Chicaiza Sango
172613593-0

AGRADECIMIENTO

Primero quiero comenzar agradeciendo a dios por la vida y las bendiciones derramadas para llegar hasta la culminación de mis estudios cumpliendo uno de mi sueño anhelado; en segundo lugar a mi familia a mi PADRE, Augusto Chicaiza y a mi MADRE, Gloria Sango por ser esa mujer luchadora quien ha sabido darme el mejor ejemplo y siendo mi motor principal para seguir adelante, dándome fuerza y apoyo incondicional que me ayudado a llegar adonde estoy a mis HERMANOS, Bryan Ismael y Deyvison Augusto por ultimo a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO por abrirme las puertas para formarme como profesional y a mis queridos profesores que día a día alimentaron de conocimiento para enfrentar una vida profesional principalmente a mi tutor Ingeniero Danilo Fernández por la paciencia que ha tenido y a mi miembro Licenciado: Roger Paredes .

NATHALY CHICAIZA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres porque fueron las pilas fundamentales para formarme como profesional ya que, sin ellos, jamás lo hubiera logrado principalmente a mi madre por ser más que una madre mi mejor amiga y depositar su entera confianza, a mis hermanos por el cariño y por ser mi inspiración para llegar a la meta también a una persona especial quien ha estado a mi lado dándome apoyo moral para no detenerme.

NATHALY CHICAIZA

RESUMEN

El presente proyecto plantea realizar la propuesta de factibilidad para la implementación de una cafetería con enfoque repotencializador utilizando productos autóctonos de la sierra ecuatoriana en la parroquia Quito, provincia de Pichincha. La metodología utilizada es de tipo no convencional ya que nos libera de la manipulación de las variables y se enfoca en observar el problema del proyecto, descriptiva ayuda a observar y recopilar la información permitiendo interactuar con la realidad para así clasificar, organizar y describir las características y de campo permitiendo saber la cantidad de consumidores que adquieran el servicio y dar solución a las necesidades de cada uno mediante las encuestas y así recopilar la información que permita realizar la proyección de la demanda insatisfecha y la oferta durante el estudio de mercado, la ubicación, dirección de la empresa, recetas estándar y requerimientos de activos fijos se realiza en el estudio técnico. Se estructuró una matriz para determinar la contaminación en el estudio ambiental lo cual permite tomar las medidas de mitigación necesarias para reducir la contaminación. La evaluación del proyecto nos permitió determinar que es factible implementar la CAFETERÍA DEYV`S ya que se determinó que la inversión de 34074,09 su puede obtener con un financiamiento a un interés del 18%, ya que el patrimonio total y los ingreso programados hacen factible sustentar el crédito. Se concluyó que el proyecto es viable ya que la recuperación se realizara en un plazo inferior a 5 años por lo que recomendamos buscar proveedores que nos faciliten productos de calidad para mantener la imagen del servicio que se va brindar.

Palabras claves: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <CAFETERÍA>, <COCINA TRADICIONAL>, <TUBÉRCULOS>.

SUMMARY

The current Project aims at carrying out the proposal of feasibility of feasibility for the implementation of cafetería with a re-potentiator approach by utilizing autochthonous products of the ecuadorian highlands in the quito parish province of pichincha . the used methodology is a non-conventional type since it liberates us from the manipulation of variables and it is focused on observing the problema of the Project, descriptive research helps to observe and to compile information by permitting to interact with the reality for classifying, organizing,describing the characteristics and field research by allowing to know the number of consumers who purchase the service and to sabe the needs of each one through surveys, and thus collecting information that permits to do the projection of the unsatisfied demand and the offer during the market study,the location, address of the Enterprise, standerd récipe and requirenents of fixed assets are done in the technical study. A matrix was constracted to determine the contamination in the environmental study which allows taking tenecessary mitigation measure to reduce the contamination. The evaluation o the projet permitted us tu determine that it is feasible to implement the DEY'S CAFETERIA since it was determined that the investment of 34074,09 can be obtained with a financing at an interest rateo f 18% ,as the total patrimony and the programmed income enable to sustain the credit.it was concluded that the Project is viable since the recovery is domne in less tan 5 years so we recommend looking for suppliers that facilitate us quality products to maintain the image of the service to be provided.

Key WORDS: <TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCES>,< ENTREPRENEURSHIP>,< FEASIBILITY STUDY>,< CAFETERIA>,<TRADITIONAL CUISINE>,< TUBER>

CONTENIDO |

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
SUMMARY	vii
INDICE DE GRÁFICO	11
INDICE DE TABLAS	12
CAPÍTULO I.....	14
1. ASPECTOS GENERALES	14
1.1 Introducción.	14
1.2 Objetivos.	15
1.2.1 Objetivo General.	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
CAPÍTULO II	16
2 BASES TEÓRICAS.....	16
2.1 Marco Teórico.....	16
2.1.1 Definición de Gastronomía.	16
2.1.2 Historia de la cafetería.	16
2.1.3 Clasificación de las cafeterías	17
2.1.4 Para conseguir una dieta saludable en las cafeterías se deberá seguir estas premisas. 17	
2.1.5 Buen servicio de cafetería	18
2.1.6 Tipos de cafeterías en Quito.....	20
2.1.7 Sector servicios (alimentos bebidas).....	21
2.1.8 Productos.....	22
2.1.9 Tipos de batidos	25
2.1.10 La Carta.....	26
2.1.11 Menú- carta	27
2.1.12 Estudio de factibilidad.....	27
2.1.13 Estudio de mercado	27
2.1.14 Estudio técnico.....	28
2.1.15 Estudio de medio ambiente.	28
2.1.16 Estudio económico financiero.....	28
2.2 Marco conceptual.....	29

2.2.1	Café.....	29
2.2.2	Cafetería.....	29
2.2.3	Carta.....	29
2.2.4	Cofeeshop.....	29
2.2.5	Menú.....	30
2.2.6	Demanda.....	30
2.2.7	Precios.....	30
2.2.8	Recetas estándar.....	30
CAPÍTULO III.....		31
3	Metodología.....	31
3.2	Tipo y Diseño de la Investigación.....	31
3.2.1	Descriptiva.....	31
3.2.2	Estudio de campo.....	31
3.2.3	No convencional.....	31
3.3	Técnicas de Recolección de datos.....	31
3.3.1	Fuentes Primarias.....	31
3.3.2	Fuentes Secundarias.....	32
3.4	Segmento de Mercado.....	33
3.5	Universo.....	34
3.6	Muestra.....	34
3.7	Tabulación y Análisis de resultados.....	35
CAPÍTULO IV.....		47
4	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	47
4.1	Identificación de la Idea.....	47
4.1.1	Lluvia de Ideas.....	48
4.1.2	Selección y Evaluación de la Idea.....	49
4.1.3	Nombre del Emprendimiento.....	50
4.1.4	Descripción del Emprendimiento.....	51
4.1.5	Misión.....	51
4.1.6	Visión.....	51
4.1.7	Políticas.....	52
4.1.8	Estrategias.....	52
4.1.9	Valores y principios.....	52
4.1.10	Distingos y ventajas competitivas.....	53
4.1.11	Análisis FODA.....	54

4.2	Estudio de Mercado.....	55
4.2.1	Demanda	55
4.2.2	Oferta	58
4.2.3	Demanda insatisfecha.....	60
4.2.4	Mix de Mercado	62
4.2.5	Cargos y funciones del Área Comercial.....	65
4.2.6	Determinación de Inversiones y Gastos del Área Comercial.....	66
4.3	Estudio técnico	67
4.3.1	Determinación del Tamaño	67
4.3.2	Capacidad del emprendimiento.....	68
4.3.3	Localización	68
4.3.4	Proceso de Producción	69
4.3.5	Requerimientos de Talento Humano.....	88
4.3.6	Diseño de la Planta.....	89
4.3.7	Estructura de Costos de Producción.....	90
4.3.8	Determinación de Activos Fijos para Producción.....	94
4.3.9	Programa Pre Operativo	98
4.4	Estudio Administrativo, Legal y Ambiental	99
4.4.1.	Organización	99
4.4.2	Marco Legal	105
4.4.3	Permisos Requeridos para su Funcionamiento.....	106
4.4.4	Mitigar el Impacto Ambiental.....	108
4.5	Estudio Financiero	109
4.5.1	Análisis de la Inversión.....	109
4.5.2	Presupuestos.....	112
4.5.3	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	117
4.5.4	Estado de Situación Financiera	118
4.5.5	Estado de Flujo del Efectivo	119
4.5.6	Evaluación Económica.....	120
4.5.7	Evaluación Financiera.....	120
4.5.7.5	Periodo de recuperación.....	122
4.5.8	Evaluación Ambiental.....	123
4.6	Conclusiones y Recomendaciones	124
	BIBLIOGRAFÍA	126
	Anexos	128

INDICE DE GRÁFICO

Grafico 1-2 Categorización de las cafeterías	17
Gráfico 1-3 Personas que están de acuerdo con la implementación de la cafetería	35
Grafico 2-3 La aceptabilidad que tendría la cafetería	36
Gráfico 3-3 Preparaciones con productos de la región sierra.....	37
Grafico 4-3 Slogan que se identificara la cafetería	38
Grafico 5-3 Rango económico del consumo	39
Grafico 6-3 Frecuencia de las visitas a la cafetería.....	40
Grafico 7-3 Servicio a domicilio.....	41
Gráfico 8-3 Promoción dos por uno.....	42
Grafico 9-3 Descuento por la constancia de consumo	43
Grafico 10-3 Medios de comunicación para la información de la cafetería.....	44
Grafico 11-3 Visitado otros establecimientos que brinden el servicio de cafetería	45
Grafico 12-3 Satisfacción con el servicio brindado otros establecimientos	46
Grafico 1-4Proyección crecimiento poblacional.....	56
Gráfico 2-4 Demanda proyectada.	57
Gráfico 3-4 Oferta proyectada	59
Gráfico 4-4 Demanda insatisfecha.....	60

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-2 Características de los productos de la sierra	22
tabla 1-3 Segmentación de mercado	33
tabla 2-3 Personas que están de acuerdo con la implementación de la cafetería.....	35
tabla 3-3 La aceptación que tendría la cafetería.....	36
tabla 4-3 Preparaciones con los productos de la región sierra.....	37
tabla 5-3 Slogan que se identificara la cafetería.....	38
tabla 6-3 Rango económico del consumo	39
tabla 7-3 Frecuencia de las visitas a la cafetería	40
tabla 8-3 Servicio a domicilio	41
tabla 9-3 Promoción dos por uno	42
tabla 10-3 Descuento por la constancia de consumo	43
tabla 11-3 Medios de comunicación para la información de la cafetería	44
tabla 12-3 Visitado otros establecimientos que brinden el servicio de cafetería.....	45
tabla 13-3 Satisfacción con el servicio brindado otros establecimientos	46
tabla 1-4 Lluvia de ideas	48
tabla 2-4 Selección y evaluación de las idea.....	49
tabla 3-4 Nombre del emprendimiento	50
tabla 4-4 Crecimiento poblacional	56
tabla 5-4 Demanda proyectada del consumo en la cafetería	57
tabla 6-4 Oferta proyectada de consumo en la cafetería	58
tabla 7-4 Demanda insatisfecha	60
tabla 8-4 Ficha profesiográficas	65
tabla 9-4 Inversionistas y gastos	66
tabla 10-4 Capacidad del emprendimiento.....	68
tabla 11-4 Diagrama de flujo.	71
tabla 12-4 Servicios básicos.....	90
tabla 13-4 Combustible	90
tabla 14-4 Mantenimiento	91
tabla 15-4 Depreciación activo fijos	91
tabla 16-4 Mano de obra directa	93
tabla 17-4 Mano de obra indirecta	93
tabla 18-4 Maquinaria y equipo	94
tabla 19-4 Equipo de cómputo	94
tabla 20-4 Menaje y vajilla	95
tabla 21-4 Suministro y materiales	96
tabla 22-4 Materiales indirectos.....	97
tabla 23-4 Gastos de experimentación	98
tabla 24-4 Ficha	104
tabla 25-4 Análisis de la investigación	109
tabla 26-4 Clasificación de la inversión.....	112
tabla 27-4 Financiamiento	112
tabla 28-4 Amortización del préstamo.....	112
tabla 29-4 Gastos amortización.....	113
tabla 30-4 Costos de producción.....	114
tabla 31-4 Gastos de administración	115
tabla 32-4 Gastos de ventas.....	116
tabla 33-4 Gastos financieros.....	116
tabla 34-4 Estado de pérdidas y ganancias.....	117
tabla 35-4 Estado de situación inicial	118

tabla 36-4 Flujo de efectivo	119
tabla 37-4 FNE.....	120
tabla 38-4 VAN.....	121
tabla 39-4PRR.....	122
tabla 40-4 Evaluación social.....	123

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Introducción.

Una cafetería es un lugar de encuentro, esparcimiento y por supuesto un lugar en donde disfrutar de un buen café, diferentes bebidas y ciertos tipos de alimentos, desde siempre ha ofrecido una atención de carácter social, familiar y de reencuentros, donde poder inclusive cerrar negocios.

Es posible encontrar cafeterías adentro o en las inmediaciones de lugares con gran afluencia de gente, como un hospital, una universidad o un aeropuerto. De esta manera se puede beber un café, consumir algún alimento o simplemente descansar.

Cabe destacar que, más allá de su función en el despacho de bebidas y comidas, las cafeterías tienen una gran relevancia social ya que se trata de lugares de encuentros, muchas reuniones de distinto tipo se desarrollan en las cafeterías.

Entendiéndose la repotenciación como el impulso hacia la eficacia a algo o incrementar la que ya tiene, desarrollar u ofrecer un enfoque repotencializador diferente para este tipo de lugares sin duda es digno de analizar y sustentar.

Es por esto que en el presente proyecto se presenta la forma de ofrecer un enfoque repotencializador a una cafetería, contando para aquello con factores de diferenciación que sin duda incrementarán su potencial como negocio innovando los productos ofrecidos y determinando su aceptación en el mercado.

La utilización de herramientas técnicas de administración y finanzas nos permitirán conocer la factibilidad de realizar la gestión gastronómica en la cafetería, dándonos un soporte de la sustentabilidad en el proyecto.

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo General.

Realizar el proyecto de factibilidad para la implementación de una cafetería con enfoque repotencializador utilizando productos autóctonos de la región sierra, en el cantón Quito, Provincia de Pichincha.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Determinar la demanda insatisfecha mediante un estudio de mercado.
- Demostrar los estudios; técnico, legal, administrativo, de medio ambiente y financiero del proyecto.
- Establecer la viabilidad a través de indicadores económicos financieros y sociales.

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS

2.1 Marco Teórico.

2.1.1 Definición de Gastronomía.

La Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Sin embargo, ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. (Abreu, 2014)

“La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. De esta forma se vinculan Bellas Artes, ciencias sociales, ciencias naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano” (Abreu, 2014)

2.1.2 Historia de la cafetería.

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

Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente para turcos se extendió por los territorios de los Balcanes ocupados por ellos, y se presume que el concepto entró a la Europa cristiana a través del Reino de Hungría, puesto que éste fungía constantemente de mediador entre el Sacro Imperio Romano

Germánico y el Imperio otomano. Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como La Bottega del Caffé.

Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de Café Procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamín Franklin entre otros. El carácter de las cafeterías a manera de ser un lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días. (Rangel, 2013)

2.1.3 Clasificación de las cafeterías

“Las cafeterías están clasificadas en distintas categorías según sus instalaciones la ordenación turística de cafeterías clasifica estas empresas turísticas de la siguiente manera especial, primaria y secundaria” los distintivos de estas categorías son:

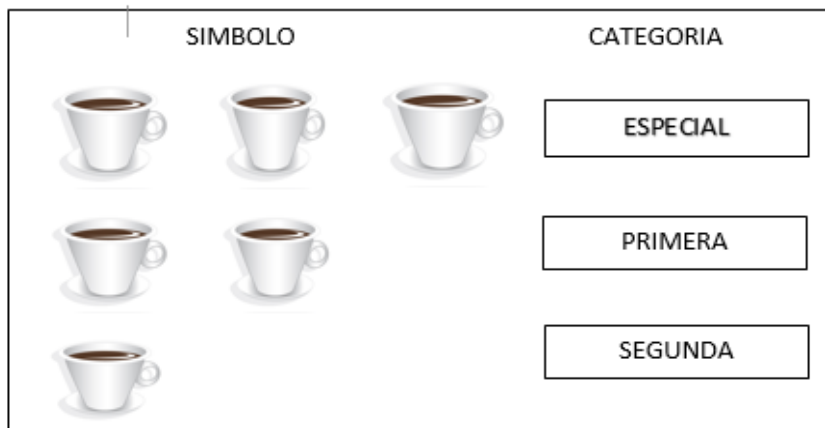


GRAFICO 2-1 CATEGORIZACIÓN DE LA CAFETERÍAS

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Imágenes Google

2.1.4 Para conseguir una dieta saludable en las cafeterías se deberá seguir estas premisas.

- “Realizar compras frescas con la mayor frecuencia posible. es preferible comprar menos cantidad cada vez para tener siempre productos frescos y de mercado” (Villegas A. , 2012).

- Revisar el género fresco a diario con el fin de tirar lo que este pasado de fecha o con mal aspecto. En este sentido, el empresario de la cafetería se juega el prestigio del establecimiento si opta por la reutilización, si cocina con productos de baja calidad o si baja la calidad a la que tiene acostumbrado a sus clientes (**Villegas A. , 2012**).

- Ofrecer suficiente número y variedad de ensaladas de verduras, hortalizas y frutas. También hay que buscar guarniciones que complete los ingredientes principales sin exceso de grasa, que no sean demasiado feculentas y pesadas (**Villegas A. , 2012**).

- Buscar alimentos integrales, panes enriquecidos con fibra y semillas naturales, con arroz entero. También es preciso retirar el exceso de grasas de carne y pescado, así como aligerar las preparaciones priorizando planchas, hornos y parrillas frentes fríos (**Villegas A. , 2012**).

2.1.5 Buen servicio de cafetería

Sonría al cliente

Una sonrisa siempre ayuda, ya que esto hace a su personal verse amigable y educado (pese a que el cliente no lo sea), muchas veces con una sonrisa la interacción entre personal y cliente es más agradable, las personas suelen responder con más gentileza, y el añadir frases de cortesía como: gracias por venir, por favor, etc. proporcionan una buena imagen de su café y personal.

(Franquicias de café, 2013)

Mantenga la atención con los clientes

Muchas veces, aunque su personal no tenga muchas ocupaciones debe de estarlo, poniendo atención a todos los clientes que se encuentran y a los servicios que pudiera ofrecer, como por ejemplo servicio para llevar (Franquicias de café, 2013).

Es necesario estar atento con el tiempo de servir las bebidas, ya que en el caso del café muchas veces lo ideal es que lleguen a tiempo y calientes o si son frías en su temperatura ideal. El ser paciente con los clientes a la larga se aprecia. (Franquicias de café, 2013)

Dado el caso de que algún día tenga mucho que hacer y estén sus empleados muy ocupados ellos o usted se deben de disculpar diciéndoles que se les atenderá en la brevedad posible (Franquicias de caffè, 2013).

Es importante que su personal sepa manejar bien su menú y que conozca a la perfección las bebidas que se manejan, lo que llevan e incluso cómo se preparan. Esto no sólo le ayuda a verse bien ante los clientes, sino que también les ayuda a estar seguros de que tomaron correctamente la orden y de que se va a servir la bebida adecuada. (Franquicias de caffè, 2013)

Dado el caso de que su personal no sepa o dude, siempre deberá sugerirles que pregunten a un compañero o se acerque al barista para saber sobre la bebida. Todo esto con el fin de que el cliente no tenga quejas o devuelva la bebida. (Franquicias de caffè, 2013)

Evite cambiar el orden en los pedidos.

Esta cuestión le evitará muchos conflictos con los clientes. Lo que sucede en gran parte de las ocasiones es que llegan varios clientes “casi al mismo tiempo” el problema más común es que ordenan y a veces se le sirve primero al que llegó después, esto irrita demasiado a los clientes, sobre todo si llevan prisa. (Franquicias de caffè, 2013)

Es por eso importante que sus empleados lleven un orden en los pedidos y los sirvan como van llegando, con el objetivo de evitar quejas y disgustos con los clientes. En dado caso que un cliente esté desesperado se le puede pedir amablemente que espere su turno o bien que llegue a un acuerdo con el cliente que esta antes que él. (Franquicias de caffè, 2013)

Resolución de problemas con las órdenes

Habrà ocasiones en que los clientes estén inconformes con lo que pidieron, que no les guste, que la bebida esté muy fría, o que no sea lo que pidieron. Recuerde que sus empleados son humanos y pueden cometer errores, pero es importante que los eviten. En caso de que haya algún problema con lo que el cliente pidió, lo importante es no entrar en discusión con él. (Franquicias de caffè, 2013)

Lo ideal es preguntarle en qué está inconforme, regresar a la barra y rectificar la orden, si el cliente está equivocado puede mostrar sus notas de pedidos y apoyarse en la carta. En caso de que haya sido

el error del mesero o barista, simplemente hay que corregirlo y no volver a repetirlo. (Franquicias de café, 2013)

Algo recomendable al abrir una cafetería es que empiece poco a poco, no ponga muchas cosas en su menú, tenga bien abastecida su bodega de insumos y ofrezca poco a poco distintos servicios, como son: servicio online, servicio a domicilio o autoservicio. (Franquicias de café, 2013)

2.1.6 Tipos de cafeterías en Quito

En Quito existen diferentes tipos de cafeterías para satisfacer los gustos, y preferencias de los consumidores que asisten con sus amistades, familia o pareja.

Café Libro: una de las cafeterías-restaurantes más antigua de la capital, es un lugar donde los clientes pueden asistir y gustar del arte. En Café Libro no existen preferencias ni límites de edad, pues los programas artísticos que ofrecen todos los días están al gusto de niños, jóvenes y adultos. Además, tienen exhibiciones de pintura, música en vivo y juegos que atraen a un público.

(Buenaño, 2012, pág. 6)

El Metro Café: es otro de los lugares al que asisten los quiteños. El Metro es un estilo de cafetería para una metrópoli, donde se puede asistir ya sea por un café o por la variada comida internacional o nacional. Sirven desde un cappuccino o un chocolate de la abuela hasta un cebiche o locro de papas. El lugar, que recibe a personas cuyas edades están entre los 18 y los 40 años, ofrece 27 diferentes preparados de café, entre fríos y calientes. (Buenaño, 2012, pág. 6)

La cafetería Train Stop: ofrece las más diferentes variedades de café, té, batidos, jugos y pastas dulces o de sal. Tienen incluso cafés granulados, que generalmente son preferidos por los extranjeros. Además, la cafetería fue pensada para recibir a adultos jóvenes de entre 20 y 40 años.

(Buenaño, 2012, pág. 6)

Pero la novedad la presenta la famosa cadena de restaurantes de comida rápida McDonald's, que hace poco abrió su nueva línea Mac Café, dentro de uno de sus restaurantes de Quito. El lugar está pensado para personas de edades entre 20 y 30 años que llegan a relajarse y a disfrutar de un buen momento acompañado de un café. (Buenaño, 2012, pág. 6)

2.1.7 Sector servicios (alimentos bebidas)

El sector alimentos y bebidas según (Buenaño, 2012):

Está conformado por todos los establecimientos que de modo habitual proporcionan comidas y/o bebidas con o sin otros servicios de carácter complementario.

Los establecimientos de comidas y bebidas pueden clasificarse de la siguiente manera:

Restaurantes: Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público toda clase de comidas y bebidas para ser consumidas en sus propios locales.

Cafeterías: Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público refrigerios rápidos, platos fríos o calientes y bebidas en general, tales como: café, infusiones, refrescos, jugos, cerveza, licores, entre otros para ser consumidos en sus propios locales (Buenaño, 2012).

Fuentes de soda: Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público comidas rápidas tales como: sánduches, empanadas, pastas, helados y bebidas tales como: café, infusiones, refrescos, jugos y aguas minerales (Buenaño, 2012).



Drives inn: Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público comidas y bebidas rápidas para ser consumidas en los vehículos automóviles. Cuentan con estacionamiento de vehículos, señalizado y vigilado y con entrada y salida independientes (Buenaño, 2012).

Bares: Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público toda clase de bebidas por el sistema de copas o tragos y cierto tipo de comidas por raciones o bocaditos para ser consumidas en sus propios locales (Buenaño, 2012).

2.1.8 Productos



Los productos autóctonos de la Región Sierra para la cafetería a implementarse serán los siguientes:

TABLA 2-1 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS DE LA SIERRA

PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS
<p data-bbox="272 541 347 573">APIO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="597 527 1052 558">➤ Nombre científico apiom graolens. <li data-bbox="597 575 1052 606">➤ Cosecha en el Ecuador: Pichincha. <li data-bbox="597 623 834 655">➤ Clima templado <li data-bbox="597 672 1417 758">➤ Tiene un sabor distintivo y eso hace que se lo considere como un ingrediente popular. <li data-bbox="597 774 1045 806">➤ El apio tiene una textura crujiente. <li data-bbox="597 823 1243 854">➤ Consumir apio es saludable para la presión arterial. <li data-bbox="597 871 1068 903">➤ El apio contiene calcio y vitamina c. <li data-bbox="597 919 1417 1058">➤ Aporte gastronómico: ingrediente básico como caldos tanto su tallo y hojas y su uso más común en ensaladas como cruditès, zumos y licuados.
<p data-bbox="272 1129 464 1161">REMOLACHA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="597 1129 1019 1161">➤ Nombre científico beta vulgaris. <li data-bbox="597 1178 773 1209">➤ Tubérculo. <li data-bbox="597 1226 1417 1312">➤ Cosecha en el ecuador: Chimborazo, Pichincha, Azuay, Tungurahua Ibarra. <li data-bbox="597 1329 764 1360">➤ clima frío. <li data-bbox="597 1377 1417 1463">➤ Tiene un sabor dulce y que tiene un alto contenido de azúcares siendo utilizado en la extracción de azúcar refinado. <li data-bbox="597 1480 1417 1566">➤ La remolacha cruda tiene una textura crujiente que se vuelve blanda y suave al momento de ser cocida. <li data-bbox="597 1583 1417 1669">➤ Anticancerígeno contiene una gran cantidad de ácido fólico y hierro. <li data-bbox="597 1686 1417 1814">➤ Aporte gastronómico: se lo encuentra en ensaladas, entradas, se puede incluir en guisos, arroces, hacer salsas también se lo incluye en bebidas refrescantes y reconfortantes.



Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: (Mercola , 2014)

PRODUCTOS	CARACTERISTICAS
<p>ZANAHORIA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nombre científico Doucus carota. ➤ Tubérculo ➤ Cosecha en el Ecuador: Machachi, Pichincha, Tungurahua. ➤ Clima frio. ➤ Tiene un sabor dulce y un aroma mentolado. ➤ la zanahoria tiene una textura crujiente. ➤ Consumir zanahoria es saludable para la vista y tiene gran cantidad de nutrientes antioxidantes. ➤ Beta caroteno, vitamina A. ➤ Aporte gastronómico: el producto se lo utiliza cocido en ensaladas frías, aunque se también se la encuentra en ensaladas crudas, en la elaboración de guisos, como sopas, pepitorias y currys se las puede consumir también asadas al vapor fritas y se lo usa en licuados y cocteles por su cantidad de azúcar.
<p>PAICO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nombre científico: chenopodium ambrosioides. l ➤ Crese de una manera silvestre se cultiva en la sierra. ➤ Clima frio ➤ Tiene un sabor aromático y algo desagradable. ➤ El paico tiene una textura suave. ➤ Consumir paico es excelente para el estudio. ➤ Protege el hígado, pulmones, gastritis, espasmos, resfriados. ➤ Aporte gastronómico: sus hojas se lo utilizan como verduras en sopas, chupes, y como condimento para preparar el ají.

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: (Mercola , 2014)

PRODUCTOS	CARACTERISTICAS
<p data-bbox="272 331 380 363">AVENA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="574 317 1016 348">➤ Nombre científico: avena saliva. 1 <li data-bbox="574 369 1268 401">➤ Cosecha en el Ecuador: Azuay, Cotopaxi, Chimborazo. <li data-bbox="574 422 743 453">➤ Clima frio <li data-bbox="574 474 1227 506">➤ Tiene un sabor suave con una consistencia cremosa. <li data-bbox="574 527 1166 558">➤ La avena tiene una textura granulada y pesada. <li data-bbox="574 579 1166 611">➤ Consumir avena es saludable para la digestión. <li data-bbox="574 632 1179 663">➤ Rico en proteína aminoácidos y vitamina B y E. <li data-bbox="574 684 1425 747">➤ Aporte gastronómico: se lo utiliza para sopas, para avenas, cremas y en galletas.
<p data-bbox="272 821 331 852">AJO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="574 810 1032 842">➤ Nombre científico: Alliums ativum <li data-bbox="574 863 1425 936">➤ Cosecha en el Ecuador: Azuay, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Loja. <li data-bbox="574 957 743 989">➤ Clima frio <li data-bbox="574 1010 1425 1083">➤ Tiene un sabor picante, pero se ve ensombrecido por un dulzón muy sutil al final. <li data-bbox="574 1104 1425 1188">➤ El ajo tiene una textura firme que ayuda a ser fácilmente cortado o machacado. <li data-bbox="574 1209 1406 1241">➤ Consumir el ajo es saludable para bajar triglicéridos y el colesterol. <li data-bbox="574 1262 984 1293">➤ Aceites esenciales y vitaminas. <li data-bbox="574 1314 1425 1440">➤ Aporte gastronómico: se lo utiliza como condimento, aromatizar aceites, soffritos, pisto y empleando generalmente en platos fríos, al horno o a la plancha.

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: (Mercola , 2014)

PRODUCTOS	CARACTERISTICAS
<p data-bbox="272 344 505 373">OCA AMARILLA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="862 373 1279 403">➤ Nombre científico: oxalidaceae <li data-bbox="862 426 1422 506">➤ Cosecha en el Ecuador: Imbabura, Tungurahua, Cañar, Cotopaxi, Chimborazo. <li data-bbox="862 529 1029 558">➤ Clima frio <li data-bbox="862 581 1036 611">➤ Tubérculo. <li data-bbox="862 634 1422 714">➤ Tiene un sabor ligeramente dulce especialmente después de haber sido expuesto al sol. <li data-bbox="862 737 1305 766">➤ La oca tiene una textura crocante. <li data-bbox="862 789 1422 869">➤ Consumir la oca es utilizada para aliviar el dolor de las heridas y es un carbohidrato. <li data-bbox="862 892 1110 921">➤ Fibra vitamina A <li data-bbox="862 945 1179 974">➤ Oca gorda, banca, roja. <li data-bbox="862 997 1422 1077">➤ Aporte gastronómico: se lo consume en sustitución de la papa en zumos.

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: (Mercola , 2014)

2.1.9 Tipos de batidos

La mezcla de la torta y la forma de batirla dará diferentes resultados. Por esta razón, existen algunos métodos para batir y añadir ingredientes y realizar la mezcla. Estos métodos son muy simples y podremos escoger cuál nos conviene más o nos resulta mejor en nuestras recetas de tortas caseras.

Frotado fregado: Lo podemos utilizar con éxito en tortas pequeñas y en mezclas para hornear en bandejas (piononos o bizcochos para brazo gitano) y consiste en frotar la mantequilla con la harina hasta lograr una arenilla que luego humedecemos con huevos, leche y azúcar y añadiendo otros ingredientes para darle sabor y textura. (Jiménez , 2007)

Cremado: Usado para la elaboración de pequeñas tortas y tortas más ligeras, o tortas enriquecidas con frutas como las tortas de pascua, y consiste en batir la mantequilla con el azúcar hasta lograr una crema, casi blanca y vaporosa, con el azúcar disuelto, y luego ir agregando paulatinamente los otros ingredientes que exige la receta (Jiménez , 2007)

Derritiendo la mantequilla: Se usa para tortas especiadas como la gingerbread y otras de ese estilo, también para hacer los brownies, consiste en derretir la mantequilla o la grasa utilizada en la preparación y luego añadir los otros ingredientes, resultando una mezcla muy fluida. (Jiménez , 2007)

Batido: Lo utilizamos para realizar tortas verdaderamente esponjosas, y consiste en batir muy bien los huevos y el azúcar hasta que levantan y están cremosos y luego añadir los otros ingredientes (Jiménez , 2007) .

La palabra consistencia solo quiere describir cuan suave o no debe ser una mezcla.

Ligera y suave: Es la más suave de todas las mezclas, bastante líquida, que debe verterse fácilmente dentro de los moldes para hornear (Jiménez , 2007).

Goteo suave: Que caiga suavemente en gotas desde la cuchara al tazón, con un intervalo de 3 segundos entre gota y gota. Es también líquida, pero con más cuerpo que la anterior (Jiménez , 2007).

Una mezcla firme: Gotea más lentamente desde la cuchara con que batimos cuando la sacudimos sobre el tazón. A esta también se le llama a punto de letra, pues podríamos formar letras sobre la superficie de la mezcla (Jiménez , 2007).

Consistencia espesa: Una mezcla firme y gruesa, tan suave como para ser vertida y tan espesa que podemos verterla a cucharadas. Se utiliza más que todo para poner cucharadas sobre una placa y hacer galletas (Jiménez , 2007).

2.1.10 La Carta

La carta del restaurante es uno de los instrumentos más importantes dentro del negocio gastronómico o (carta de precio) ya que es la pieza a través de la cual el cliente que ya nos ha elegido seleccionará qué va a consumir: el menú es el órgano de comunicación entre el restaurante y el cliente y por lo tanto debe promover un encuentro entre las preferencias o gustos del cliente y la oferta del local (Villegas A. , 2012).

2.1.11 Menú- carta

La elaboración de menús es más sencillo y predecible cuando se utiliza la carta, ya que los menús se caracterizan porque fijamos una confinación completa (primero, segundo, postres y bebidas) y el cliente sencillamente pueden elegir según su gusto, ofreciendo como sugerencia del día aquel plato que puede gustar para, posteriormente introducir en la carta si tiene aceptación.

Con bajo costo, la sugerencia del día nos permite ofrecer variedad, conocer o muestras clientes e integrar nuevos platos y tendencias en los menús y cartas del local (Villegas A. , 2012).

2.1.12 Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitosa.

Un proyecto de factibilidad contiene:

Estudio de mercado

Estudio técnico

Estudio de medio ambiente

Estudio económico -financiero (Ramirez, Domínguez, & Vida, 2009)

2.1.13 Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Ramirez, Domínguez, & Vida, 2009)

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

Los objetivos del estudio de mercado son:

Definir claramente la demanda

Conocer la oferta actual y potencial.

Establecer que podemos vender

Saber a quién podemos venderlo
Conocer cómo podemos venderlo
Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes
Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos
Evaluar resultados de estrategia de comercialización
Conocer los precios a los que se venden los servicios (Ramirez, Domínguez, & Vida, 2009)

Pasos a seguir para en el estudio de Mercado

2.1.14 Estudio técnico

Contendrá toda aquella información que permite establecer la información que permite establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad (Ramirez, Domínguez, & Vida, 2009).

2.1.15 Estudio de medio ambiente.

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos (Ramirez, Domínguez, & Vida, 2009).

2.1.16 Estudio económico financiero

La evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean (Baca, 2013).

2.2 Marco conceptual.

2.2.1 Café.

El café es la bebida que se obtiene a partir de las semillas tostadas y molidas de los frutos de la planta del café. Es una bebida altamente estimulante por su contenido de cafeína. Suele tomarse durante el desayuno, después de éste o incluso como único desayuno, aunque también se acostumbra tomarlo después de las comidas o cenas, para entablar conversaciones o sólo por costumbre. Es una de las bebidas sin alcohol más socializadoras en muchos países. (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2010)

2.2.2 Cafetería.

La legislación específica de cafetería hoteleras define a las cafeterías como servicio de bebidas frías y calientes helados batidos frescos de infusiones, platos fríos y calientes simples o combinados elaborados generalmente en la plancha, sándwiches, bocaditos, hamburguesas naciones estafeta sirve al público en general mediante precios para ser consumido embarazo mes a cualquier hora del día que permanezca abierto el establecimiento el sector de la cafetería a mantenido en la última década un lindo muy alto canción en parte porque es en este sector donde se agrupan administrativamente la mayoría de los establecimientos de la nueva restauración. (Garcia Ortiz, Garcia Ortiz, & Gil Muela, 2010)

2.2.3 Carta.

En la carta se puede elegir los productos y combinaciones que desee, la carta tiene una mayor diversidad y en la cual se puede incluir como entradas, platos fuertes. (Villegas A. , 2012)

2.2.4 Cofeeshop

Establecimientos especializados en el servicio de café té y chocolate según su procedencia elaboración y coloniales muy vistosos (Villegas A. , 2012).

2.2.5 Menú

Facilita el trabajo en cocina y también las compras, y son ofertas cerradas que el local ofrece al cliente a un precio asequible. (Villegas A. , 2012)

2.2.6 Demanda

Significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. (Rosell, 2013)

2.2.7 Precios

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios o, más en general, una mercancía cualquiera.

En marketing es una estrategia que tiene por objeto incentivar el consumo en franjas horarias en las que la venta es baja .alguno de estos técnicas consiste en realizar descuentos en algunos productos determinados temporada promociones de 2x1, regala las bebidas, estas acciones cuentan dinero, por lo que si se cuenta con el patrocinio de alguna marca o proveedor, serán menos costos (Rosell, 2013).

2.2.8 Recetas estándar

Se trata de la receta Completa con todas sus especificaciones (ingredientes, cantidades, etc.) para la elaboración de algún platillo o bebida, y esta puede hacer uso de recetas complementarias (Costeo Estandar, 2017).

CAPÍTULO III

3 Metodología

3.2 Tipo y Diseño de la Investigación

3.2.1 Descriptiva

Ayudar a observar y recopilar la información ya que permite interactuar con la realidad para así clasificar, organizar y describir las características del proyecto.

3.2.2 Estudio de campo

Permite ayudar a demostrar cual será la cantidad de consumidores que adquieran los servicios por lo cual podemos dar solución a la necesidad que requiere la ciudadela Reino de Quito.

3.2.3 No convencional

Nos libera de la manipulación de las variables y nos enfocamos en observar el problema de proyecto de emprendimiento.

3.3 Técnicas de Recolección de datos

3.3.1 Fuentes Primarias

Las que obtenemos en el campo de estudio mediante herramientas de recolección de datos tales como la encuesta, la entrevista.

Para obtener la información de gustos y preferencias de los consumidores se utilizó la encuesta que realizada para determinar si tendría aceptabilidad la implementación de la cafetería con un enfoque repotencializador.

3.3.2 Fuentes Secundarias

La que se obtiene de información ya existente, en el presente estudio utilizamos la información contenida en revistas, los datos del INEC 2010, libros, pagina web, monografías y tesis de temas especializados.

3.4 Segmento de Mercado

TABLA 3-1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
GEOGRÁFICA	
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Distrito	Sur
Población	16,191.46
DEMOGRÁFICA	
Genero	Masculino, femenino
Edad	15-70
Estado civil	Todos
Nacionalidad	Todas
Ocupación	Estudiantes, profesionales, amas de casa
PSICOGRÁFICAS	
Personalidad	Amable, social
Estilo de vida	Modernas, formales
Clase social	Alta, media, baja
CONDUCTUALES	
Beneficios esperados	Variar con los productos
Grado de lealtad	Fuerte
Sensibilidad al servicio	Alta sensibilidad

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Investigación propia.

3.5 Universo

El universo está conformado por un segmento de población de 16,191.46 generales de la ciudad de Quito según el censo del 2010.

3.6 Muestra

Para calcular de la muestra del siguiente proyecto de emprendimiento se utilizará la siguiente formula.

FORMULA

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

$$n = \frac{1,96^2 0,90(0,10)1619146}{1619146(0,05)^2 + 1,96^2 0,90(0,10)} = 138$$

HISTORIA

n=tamaño

N=Total población

Z=valor estandarizado que resulta dependiente (error dispuesto 1,96)

P=probabilidad de éxito 90% =0,90

Q= probabilidad de fracaso 0,10

E=Error disponible o conector 0.05

3.7 Tabulación y Análisis de resultados

El análisis de las encuestas es importante para el desarrollo del proyecto de emprendimiento siendo que nos permite diferenciar los comportamientos, gustos y preferencias de las personas que van dirigidas a nuestro proyecto.

La encuesta va dirigida para adultos y jóvenes de los cuales se obtuvo los siguientes resultados:

1.- ¿Le gustaría que se implemente una cafetería en “La panadería El buen pan” en el barrio “Reino de Quito”?

TABLA 3-2 PERSONAS QUE ESTÁN DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAFETERÍA

PREGUNTA#1	Si	No	Total
	100	38	138
	72%	28%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

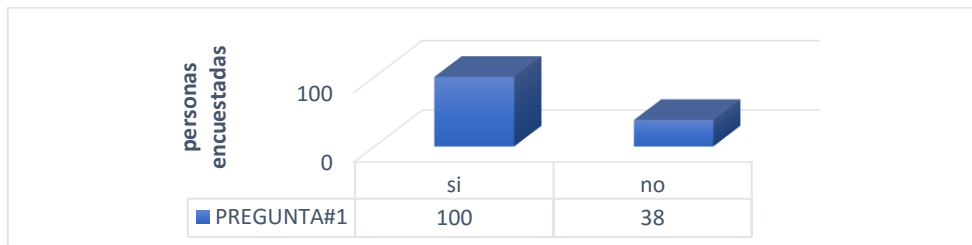


GRÁFICO 3-1 PERSONAS QUE ESTÁN DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAFETERÍA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Después de realizar la encuesta en la Parroquia Quito a 138 personas que corresponden el 100% se puede interpretar que el 72% de encuestados creen que una cafetería es fundamental ya que sería un lugar nuevo y se encontrara productos nuevos para el consumo mientras que el 28% no está de acuerdo ya que se encuentran conforme con las cafeterías ya existentes.

2.- ¿Si se llegará a realizar la implementación de la cafetería usted nos visitaría?

TABLA 3-3 LA ACEPTACIÓN QUE TENDRÍA LA CAFETERÍA

PREGUNTA#2	Si	No	Total
	100	5	138
	72%	28%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

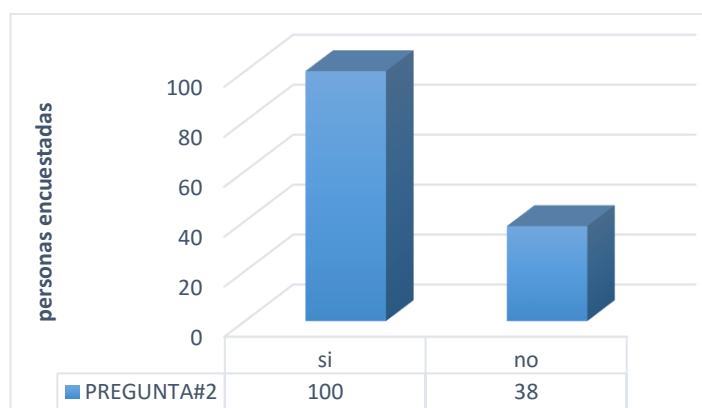


GRAFICO 3-2 LA ACEPTABILIDAD QUE TENDRÍA LA CAFETERÍA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis: Análisis descriptivo e interpretativo:

Del total de encuestados, el 72% si nos visitaría porque les atrae la propuesta que se les indica mediante estas encuestas ya que encontrarías productos innovadores y podrían recibir este servicio cerca de sus viviendas, mientras que el 28% afirma que no visitarían porque están conformes con las cafeterías visitadas.

3.- ¿Le gustaría que en la cafetería se oferten preparaciones a base de productos de la región como sánduches con pan de remolacha, de apio, de albaca, de paico y postres utilizando la zanahoria, zapallo, zambo y remolacha?

TABLA 3-4 PREPARACIONES CON LOS PRODUCTOS DE LA REGIÓN SIERRA.

PREGUNTA	Si	No	Total
#3	90	48	138
	65%	35%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

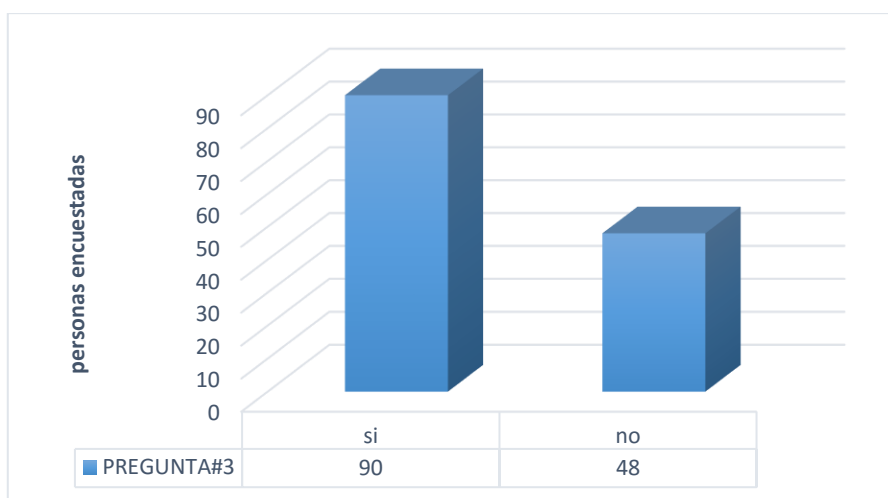


GRÁFICO 3-3 PREPARACIONES CON PRODUCTOS DE LA REGIÓN SIERRA.

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del 100% de encuestados el 65 % consumiría alimentos preparados con productos de la región como la remolacha, zanahoria, albaca, apio y paico, siendo una alternativa más para consumir estos géneros ya que son saludables mientras que el 35% no lo haría ya que la mayoría de personas no les gusta varios productos que ocuparemos para las preparaciones como producto principal.

4.- ¿Escoja el slogan con el que le gustaría que se identifique la cafetería?

TABLA 3-5 SLOGAN QUE SE IDENTIFICARA LA CAFETERÍA

PREGUNTA#4	El placer de serviles	El deleite para su paladar	Gustito de todos los	TOTAL
	35	70	33	138
	25%	51%	24%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

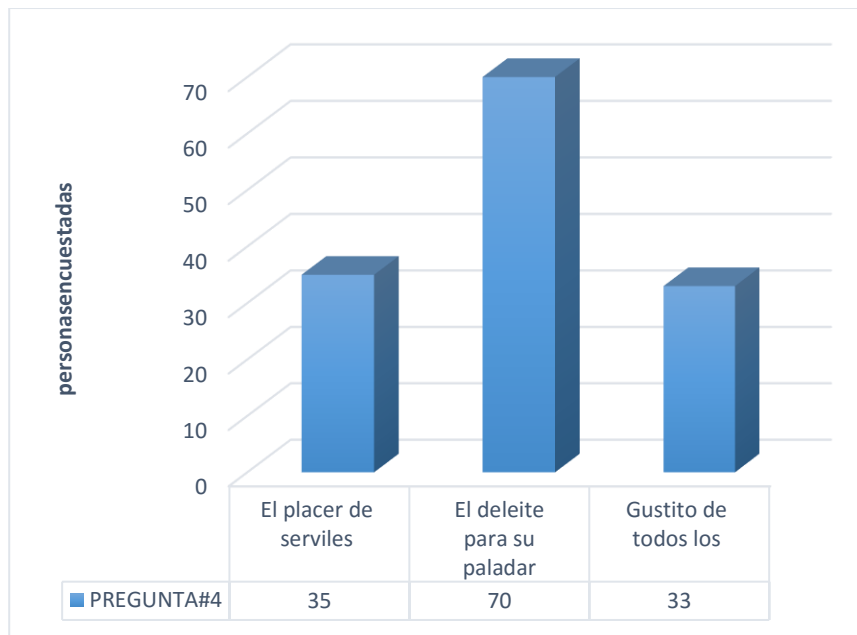


GRAFICO 3-4 SLOGAN QUE SE IDENTIFICARA LA CAFETERÍA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

El slogan que más llamativo para las personas encuestadas fue el deleite para su paladar con el 51% por lo cual será el slogan que representará a la cafetería, seguido por el placer de servirle con el 25 % y el gustito de todos los días con el 24%.

5.- ¿Cuál sería el rango económico de consumo que usted estaría dispuesto a realizar en la cafetería?

TABLA 3-6 RANGO ECONÓMICO DEL CONSUMO

PREGUNTA#5	5 a 10	15 a 20	25 a mas	TOTAL
	120	13	5	138
	87%	9%	4%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

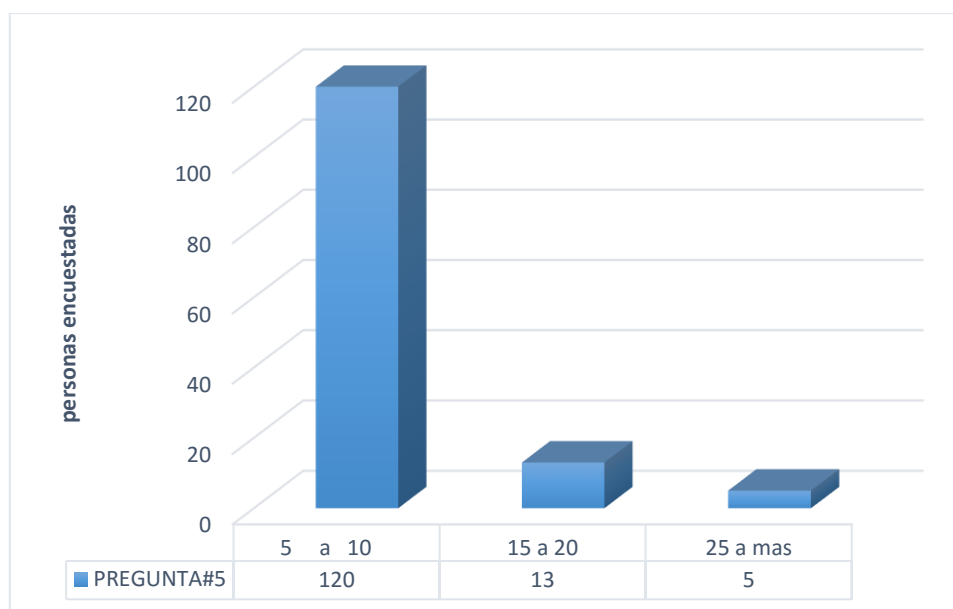


GRAFICO 3-5 RANGO ECONÓMICO DEL CONSUMO

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

El resultado obtenido del 100% de personas encuestadas el 87% estaría dispuesto a consumir de 5 a 10 dólares en la cafetería ya que es un presupuesto flexible para la economía de los clientes que visitarían el establecimiento, el 9% estaría dispuesto a consumir en un rango de 15 a 20 dólares, mientras que únicamente el 4% estaría dispuesto a consumir 25 dólares o más en la cafetería, estableciéndose por tanto que los precios deberían ubicarse en el primer rango de consumo es decir de 5 a 10 dólares.

6.- ¿Con qué frecuencia visitaría la cafetería?

TABLA 3-7 FRECUENCIA DE LAS VISITAS A LA CAFETERÍA

PREGUNTA#6	diario	Semanal	Mensual	TOTAL
	50	63	25	138
	36%	46%	18%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

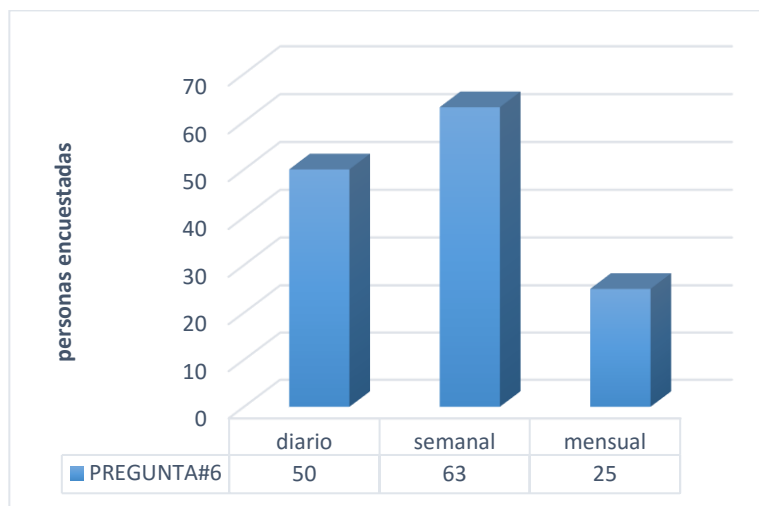


GRAFICO 3-6 FRECUENCIA DE LAS VISITAS A LA CAFETERÍA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del 100% de los encuestados el 36% de los encuestados visitarían la cafetería a diario ya que tendrían un lugar cómodo y con un buen ambiente donde podrían compartir con amigos o en familia y delectándose de diversos productos ofertados por la cafetería mientras que el 46% de los encuestados lo visitarían semanalmente, y el 18% en forma mensual.

7.- ¿Le gustaría que se brinde el servicio a domicilio?

TABLA 3-8 SERVICIO A DOMICILIO

PREGUNTA#7	Si	No	Total
	125	13	138
	91%	9%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

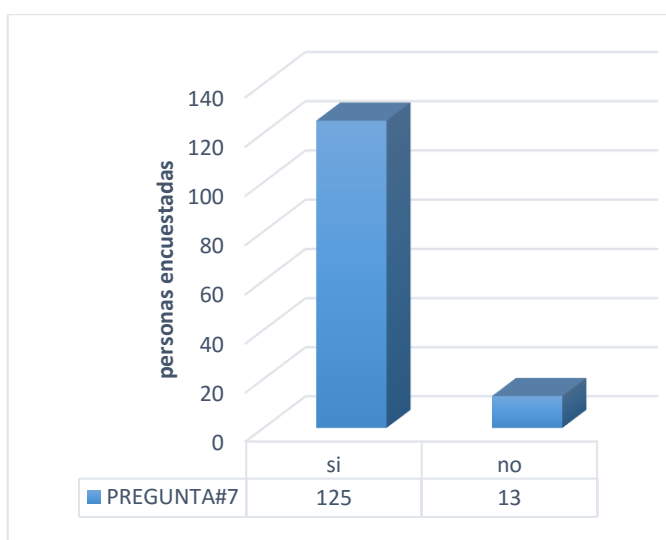


GRAFICO 3-7 SERVICIO A DOMICILIO

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Con relación al servicio a domicilio del 100% de personas encuestadas el 91% manifiestan que desearía que la cafetería brinde servicio a domicilio, mientras que únicamente el 9% indicó que no le gustaría recibir el servicio en su domicilio.

8.- ¿Le gustaría que exista un día a la semana la promoción de dos por uno en la cafetería?

TABLA 3-9 PROMOCIÓN DOS POR UNO

PREGUNTA#8	Si	No	Total
	126	12	138
	91%	9%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

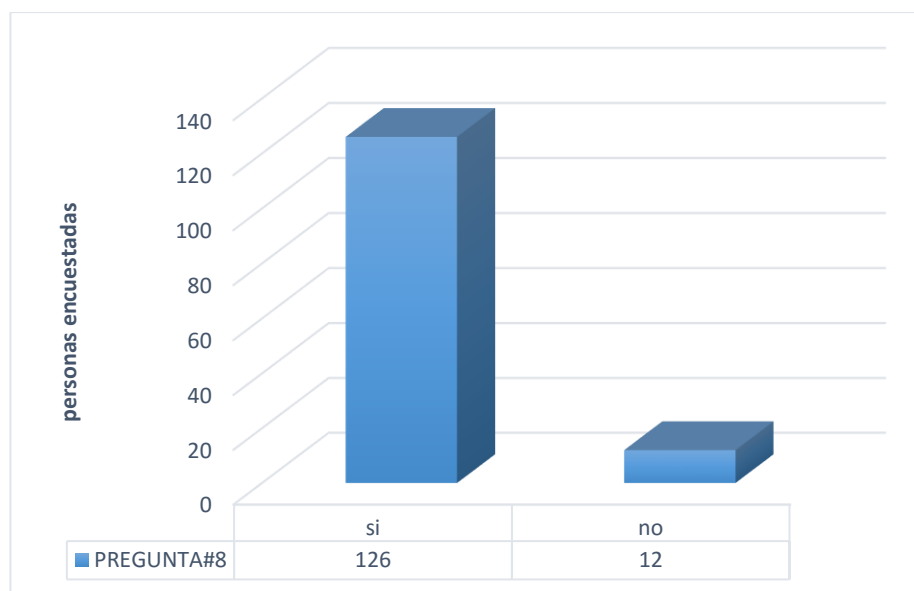


GRÁFICO 3-8 PROMOCIÓN DOS POR UNO

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Al 91% del total de encuestados le gustaría que un día a la semana exista la promoción del 2 por 1 en la cafetería siendo una oportunidad para consumir y disfrutar de los productos favoritos de cada cliente, mientras que al 9% no les atrae ya que se sienten conformes con las promociones que les brinda las diferentes cafeterías a las que acuden.

9.- ¿Le gustaría tener descuentos por la constancia de consumo?

TABLA 3-10 DESCUENTO POR LA CONSTANCIA DE CONSUMO

PREGUNTA#9	Si	No	Total
	119	19	138
	86%	14%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

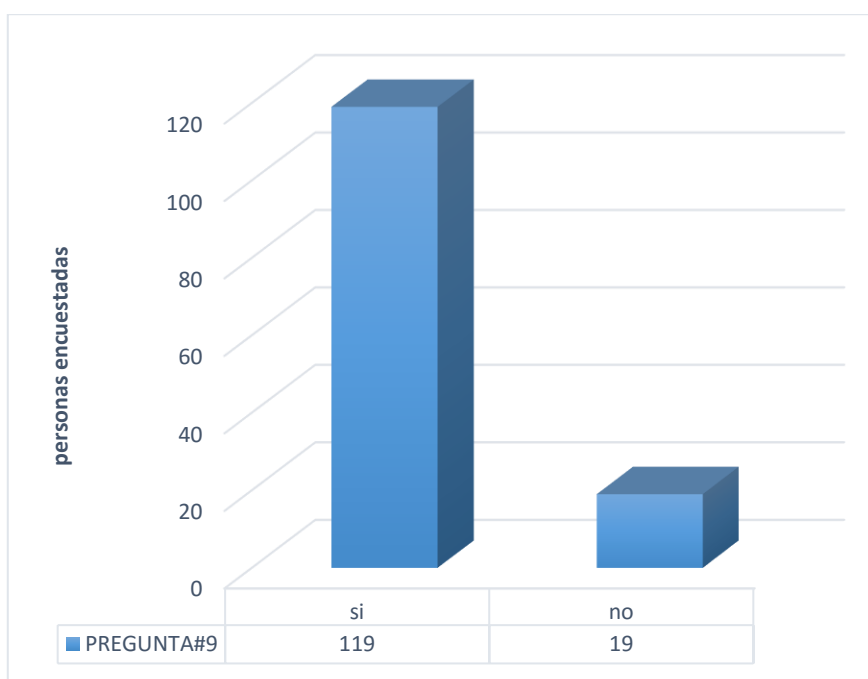


GRAFICO 3-9 DESCUENTO POR LA CONSTANCIA DE CONSUMO

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

El 86% de las personas encuestadas les gustaría tener un descuento por la constancia de consumo haciendo de esto un pretexto más para adquirirlos los productos favoritos de cada uno de los clientes y mediante la promoción incentivar por la fidelidad de los clientes, y el 14% no les parece interesante porque acuden a su cafetería favorita.

10.- ¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de la cafetería?

TABLA 3-11 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA INFORMACIÓN DE LA CAFETERÍA

PREGUNTA#10	Radio	Televisión	redes sociales	afiches	Total
	20	15	70	33	138
	14%	11%	51%	24%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

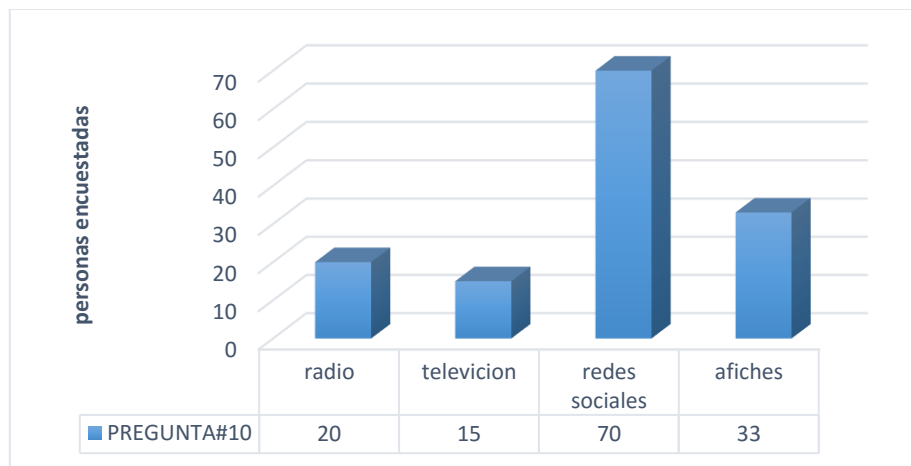


GRAFICO 3-10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA INFORMACIÓN DE LA CAFETERÍA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Con relación a los medios de comunicación del total de personas encuestadas un 51% le gustaría que se brinde información mediante las redes sociales ya que en la actualidad es un medio de comunicación masivo inmediato, el 24% quieren encontrar información mediante afiches, el 14% mediante radio un 11% a través de la tv.

11.- ¿Usted ha visitado otros establecimientos que le brinde los servicios de cafetería?

TABLA 3-12 VISITADO OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE BRINDEN EL SERVICIO DE CAFETERÍA

PREGUNTA#11	Si	No	Total
	78	60	138
	57%	43%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

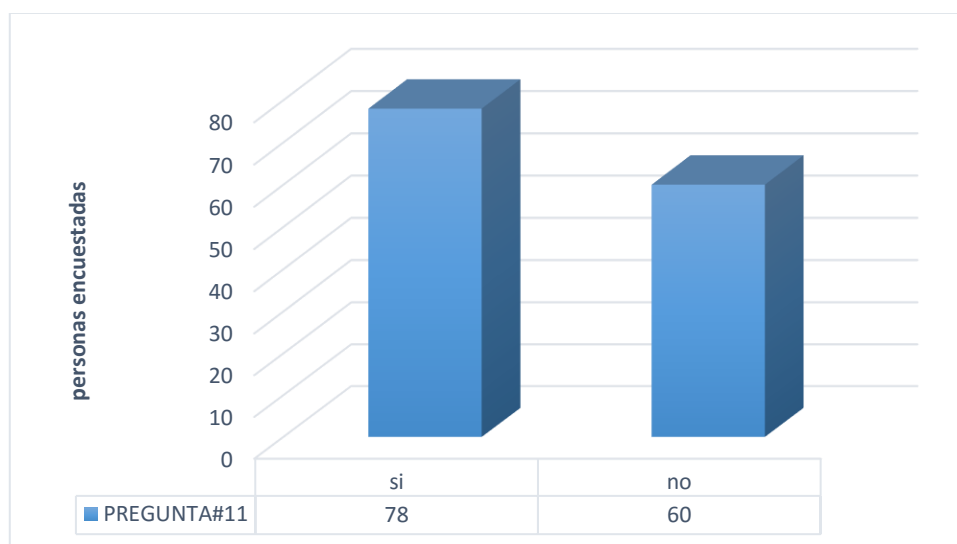


GRAFICO 3-11 VISITADO OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE BRINDEN EL SERVICIO DE CAFETERÍA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del 100% de encuestados, 57 % si ha visitado establecimientos similares pero no se encuentran satisfechos con las cafeterías que están localizadas cerca y para dirigirse a las que llenan su expectativa se encuentran en el centro o norte de la ciudad lo cual a varias personas se les complica visitar y el 43% no han visitado porque en su día a día no tienen tiempo de distracción para visitar estos lugares.

12.- ¿Mencione usted si se encuentra satisfecho con los productos y servicios brindados por los establecimientos anteriormente visitados?

TABLA 3-13 SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO BRINDADO OTROS ESTABLECIMIENTOS

PREGUNTA#11	Si	No	Total
	62	76	138
	45%	55%	100%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

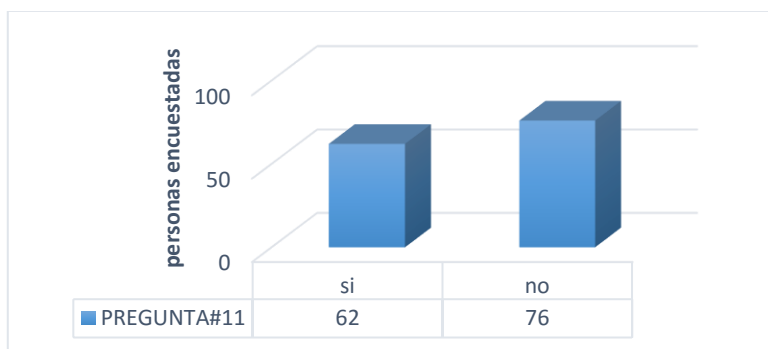


GRAFICO 3-12 SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO BRINDADO OTROS ESTABLECIMIENTOS

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: encuesta 2017

Análisis descriptivo e interpretativo:

Del total de encuestados se observa que el 55% no está satisfecho con el servicio que le brindan las diferentes cafeterías y los productos ofertados por estos establecimientos ya que no cumplen con la expectativa de los diferentes clientes mientras que el 45 % si está satisfecho con el servicio y productos brindado.

CAPÍTULO IV

4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

Emprendedor es aquella persona quien sabe identificar y descubrir una oportunidad de negocio mediante el capital de ideas y utilizando los recursos necesarios para lograr crear o fundar una empresa rompiendo los paradigmas y visualizando el futuro del negocio estando correctamente seguro adonde ir, como marchar rápidamente, que hacer durante el camino para que así llegue a tener éxito la empresa que se propone establecer y no solo se conforma con crear la empresa o desarrollarla si no que piensa en crecer y alcanzar el éxito total.

El espíritu emprendedor da energía para tener actitud y llegar a tomar una iniciativa con determinación, responsabilidad y no se da por vencido hasta alcanzar sus metas ya que siempre tiene el pensamiento positivo, pasión por lo que hace, adaptabilidad para mejorar y personalizar sus servicio de manera que siempre otorgue a sus clientes lo que quiere y así satisfacer las necesidades de cada individuo, siendo un buen líder demostrando carisma, un sentido de ética y deseo de construir e integrar en la empresa siendo entusiasta y orientando a su equipo de trabajo.

Emprender es cambiar e innovar es ir más allá de las cosas para lograr un bienestar a la sociedad, un emprendedor nace con las características mientras que otros adquieren poco a poco, no todos los que crean una empresa son emprendedores por esta razón es que muchas empresas fracasan y no llegan a cumplir con sus expectativas de alcázar la meta.

4.1 Identificación de la Idea

Mediante los siguientes cuadros, se va a conocer las características, problemas o necesidades de las diferentes ideas, dando un valor al emprendimiento que se elija para el proyecto.

4.1.1 Lluvia de Ideas

TABLA 4-1 LLUVIA DE IDEAS

NOMBRE	CARACTERISTICAS	DIFICULTAD O NECESIDAD QUE VA A SATISFACER
CREACIÓN DE UN CATERING	Brindar un servicio de alimentos y bebidas para empresas y eventos sociales en la Parroquia Quito.	Falta de empresas de alimentos y bebidas sector del sur de Quito
IMPLEMENTAR EL ÁREA DE REPOSTERÍA EN LA PANADERÍA EL BUEN PAN	Elaborar productos de repostería con materia prima de calidad, para diferentes ocasiones y para el diario.	Falta de productos de calidad y frescos para el paladar del consumidor
IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA PANADERÍA EL BUEN PAN	Brindar preparaciones elaborados a base de productos autóctonos de la región.	Carencia de preparación con productos propios de la región.

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: investigación propia

4.1.2 Selección y Evaluación de la Idea

TABLA 4-2 SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS IDEA

IDEA PRODUCTO	ORIGINALIDAD	RECUPERACIÓN DE PRODUCTOS	RESERVA DE MATERIA PRIMA	COSTOS	TOTAL
CREACIÓN DE UN CATERING	3	2	4	3	12
IMPRENTAR EL ÁREA DE REPOSTERÍA EN LA PANADERÍA EL BUEN PAN	4	4	4	3	15
IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA PANADERÍA EL BUEN PAN	5	5	4	5	19

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: investigación propia

4.1.3 Nombre del Emprendimiento

TABLA 4-3 NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO

NOMBRE	FACIL DE RECORDAR	FAMILIARIDAD	ORIGINALIDAD	TOTAL
PAN Y CANELA	4	3	2	9
DULCE CAFÉ	3	3	3	9
COFFEE DEYV'S	4	5	5	14

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: investigación propia

Análisis descriptivo e interpretativo:

En el presente cuadro, de las tres ideas planteadas la tercera opción es la elegida para el nombre de la cafetería, siendo un nombre original, con familiaridad y fácil de recordar para los clientes.

4.1.4 Descripción del Emprendimiento

La cafetería DEYV'S es una propuesta innovadora y original con un servicio de calidad en un ambiente agradable que le permite al cliente que se sienta cómodo y a gusto disfrutando de un café acompañado de un exquisito menú. Esta cafetería incluirá la venta del sabor del café en sus diferentes preparaciones y además exquisitos sánduches y bebidas frías, cumpliendo los más altos estándares de inocuidad, sabor y calidad.

El ambiente que se ofrecerá será diferente con respecto a las diferentes cafeterías del mercado quiteño, con un servicio de alta calidad, satisfaciendo así, a los potenciales consumidores.

La cafetería ofrecerá productos elaborados con materia prima de calidad, seleccionados de la región, para así dar a conocer variedad de preparaciones, como sánduches en panes compuestos como son pan de apio de cereales, provenzal (romero, tomillo, orégano), pan de guayaba también se ofrecerá en nuestros postres como es el suspiro de oca, mouse de remolacha y masa hojaldre.

4.1.5 Misión

Brindar el servicio de cafetería con calidez y calidad empleando normas básicas de higiene y equipo acorde, aplicando técnicas que garanticen la inocuidad del producto elaborado, respondiendo a las necesidades de los paladares que buscan nuevas e innovadoras texturas y sabores.

4.1.6 Visión

Ser una de las microempresas referentes en el ámbito local, en la producción de preparaciones de pan y postres con calidad, con alto valor nutricional e innovación para el deleite y pleitesía de la comunidad quiteña en los próximos 5 años.

4.1.7 Políticas

- 1.- Contar con personal capacitado.
- 2.-Sistema de comunicación interna.
- 3.- Todos los empleados deben ocupar el uniforme asignado.
- 4.-Presentar los precios de forma clara y visible de los alimentos y bebidas que se ofrece.
- 5.-mantener una buena relación con los proveedores.

4.1.8 Estrategias

- Capacitar personalmente a los trabajadores.
- Manejar correctamente las condiciones mínimas de higiene.
- Ofrecer promociones como el 2x1 un día a la semana.
- Manejar precios razonables.
- Impulsar el trabajo en equipo.
- Oferta gastronómica diferenciadora y especial.
- Mantener la imagen positiva del establecimiento.
- Hacer sentir a los clientes que es un lugar seguro brindando un servicio eficiente y eficaz.
- Renovar el establecimiento cada año.
- Utilizar las redes sociales para la publicidad de la cafetería.
- Tener el staff a la vista del cliente.
- Realizar una adecuada selección de proveedores para garantizar que la materia prima sea de calidad.

4.1.9 Valores y principios

Valores Corporativos

- Solidaridad.
- Participación.
- Equidad.
- Honestidad.

- Lealtad.

Valores de trabajo

- Responsabilidad.
- Colaboración.
- Respeto.
- Puntualidad.

4.1.10 Distingos y ventajas competitivas

- Calidad en los productos brindados
- Evaluar periódicamente los gustos del cliente.
- Contar con el buzón de quejas para los clientes.
- Brindar un ambiente agradable y cálido.
- Ofrecer productos innovadores y de calidad.
- Excelente ubicación contando con una amplia publicidad.
- Brindar promociones tales como combos y descuentos para atraer nuevos clientes.

4.1.11 Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Contar con un servicio de calidad y un ambiente acogedor.</p> <p>Innovación en los productos que se va ofertar.</p> <p>Diversidad de productos (remolacha, apio, zanahoria, paico, apio, avena).</p> <p>Personal calificado tenga estudios o cursos gastronómicos para la preparación de los alimentos.</p>	<p>Ser nuevo para ofrecer un servicio de cafetería en el sector.</p> <p>No contar con local propio ya que tenemos que alquilar.</p> <p>Poco presupuesto para la implementación de la cafetería.</p> <p>No contar con experiencia laboral la cual nos puede traer errores.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZA
<p>Preferencia de los consumidores por los productos ofertados.</p> <p>Inclusión de nuevos panes y postres en el mercado.</p> <p>Convenios para la entrega de postres saludables para diferentes bares de instituciones.</p> <p>No contar competencia cerca de la cafetería siendo que están ubicadas lejos o en otros barrios lejos del sector que se va encontrar el establecimiento.</p>	<p>Inseguridad del sector.</p> <p>Situación económica y política inestable traiga consecuencias ya que no tienen trabajo y no podrían consumir nuestros productos.</p> <p>No contar con la renovación del contrato de alquiler.</p> <p>Existencia de cafeterías las cuales oferten una gran variedad de productos sustitutos a menor precio.</p>

4.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es substancial al momento de valorar un proyecto productivo debido a que en el mercado coexiste las fuerzas de la oferta y demanda las cuales determina el precio final del producto .estos aspectos pegados a los mecanismo de comercialización formarían benéficos financieros y satisfacción para el producto y consumidos final.

4.2.1 Demanda

La demanda es el punto clave para comercializar o comprar un servicio o producto con el cual se puede llegar al consumidor y así de esta manera complacer las necesidades de la población.

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la parroquia de Quito, se obtuvo como resultados lo siguiente: con un 72% ostentaron que están dispuesto a consumir en la cafetería los productos ofertados.

Crecimiento poblacional de la parroquia de Quito

El crecimiento de la población se determinó mediante la fórmula de línea recta la cual se identificó el índice de crecimiento poblacional de la parroquia de Quito.

TABLA 4-4 CRECIMIENTO POBLACIONAL

AÑOS	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2017	1619146	1798241
2018	1619146	1825394
2019	1619146	1852958
2020	1619146	1880937
2021	1619146	1909339

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

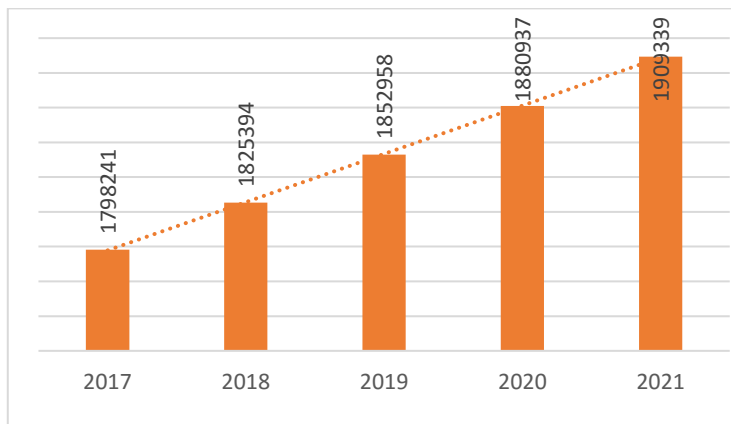


GRAFICO 4-1 PROYECCIÓN CRECIMIENTO POBLACIONAL

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Análisis

Mediante los datos tenemos un crecimiento poblacional durante 5 años el cual va creciendo el 1,51% cada año durante el periodo mencionado

TABLA 4-5 DEMANDA PROYECTADA DEL CONSUMO EN LA CAFETERÍA

AÑOS	POBLACION	CONSUMOS	POBLACION OBJETIVA	CONSUMO MENSUAL\$	DEMANDA PROYECTADA
2017	1798241	72%	1294733,253	\$18,63	\$289.505.572,03
2018	1825394	72%	1314283,725	\$18,63	\$293.877.106,16
2019	1852958	72%	1334129,409	\$18,63	\$298.314.650,47
2020	1880937	72%	1354274,763	\$18,63	\$302.819.201,69
2021	1909339	72%	1374724,312	\$18,63	\$307.391.771,63

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

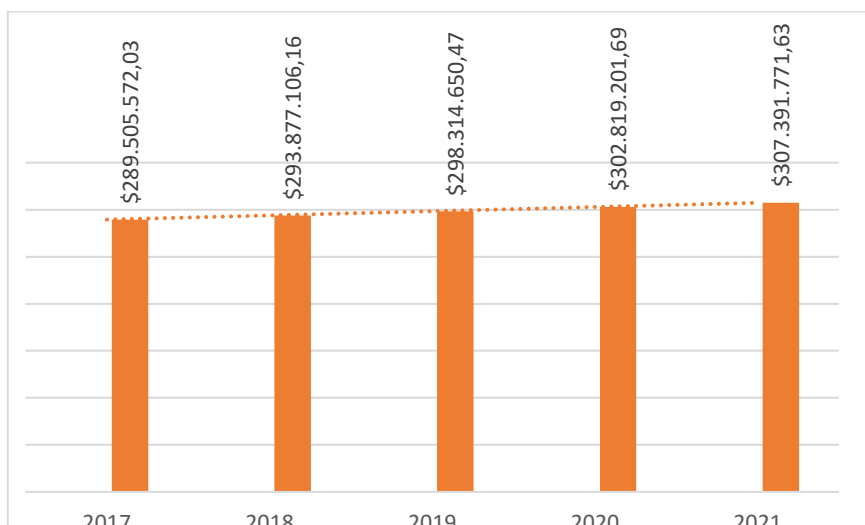


GRÁFICO 4-2 DEMANDA PROYECTADA.

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas, existe un 72% de aceptabilidad por parte del grupo objetivo constituyéndose en la demanda potencial de la cafetería, se puede mencionar que el consumo mensual por persona sería de \$18,63, al realizar el cálculo anual por la población objetiva. la demanda proyectada para el 5 año es de \$307.391.771,63mensual.

4.2.2 Oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado, periódicamente ayuda a ofertar a cada uno de los consumidores los productos que se puede encontrar en los diferentes establecimientos, pero contando que los productos ofertados por la cafetería son de Calidad e innovadores.

Se efectúa con La reacción de aceptación con los otros establecimientos similares aclarando que no se tomara en cuenta datos históricos si no datos estadísticos según la encuesta aplicada a la población.

TABLA 4-6 OFERTA PROYECTADA DE CONSUMO EN LA CAFETERÍA

AÑO	POBLACION OBJETIVA	CONSUMO	OFERTA LOCAL	OFERTA PROYECTO
2017	1294733,253	\$289.505.572,03	62%	\$179.493.454,66
2018	1314283,725	\$293.877.106,16	62%	\$182.203.805,82
2019	1334129,409	\$298.314.650,47	62%	\$184.955.083,29
2020	1354274,763	\$302.819.201,69	62%	\$187.747.905,05
2021	1374724,312	\$307.391.771,63	62%	\$190.582.898,41

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

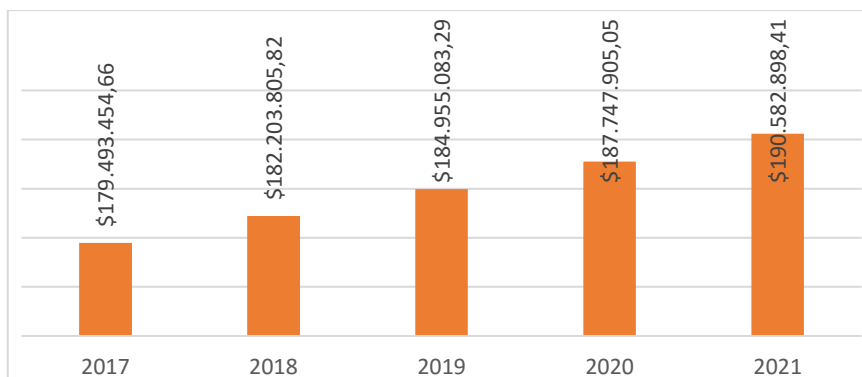


GRÁFICO 4-3 OFERTA PROYECTADA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Análisis

Se ha tomado en consideración el consumo de las diferentes caferías de la localidad representando una oferta local de 61%, el 2021 la oferta local es de \$190.582.898,41.

4.2.3 Demanda insatisfecha

TABLA 4-7 DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$289.505.572,03	\$179.493.454,66	\$110.012.117,37
2018	\$293.877.106,16	\$182.203.805,82	\$111.673.300,34
2019	\$298.314.650,47	\$184.955.083,29	\$113.359.567,18
2020	\$302.819.201,69	\$187.747.905,05	\$115.071.296,64
2021	\$307.391.771,63	\$190.582.898,41	\$116.808.873,22

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

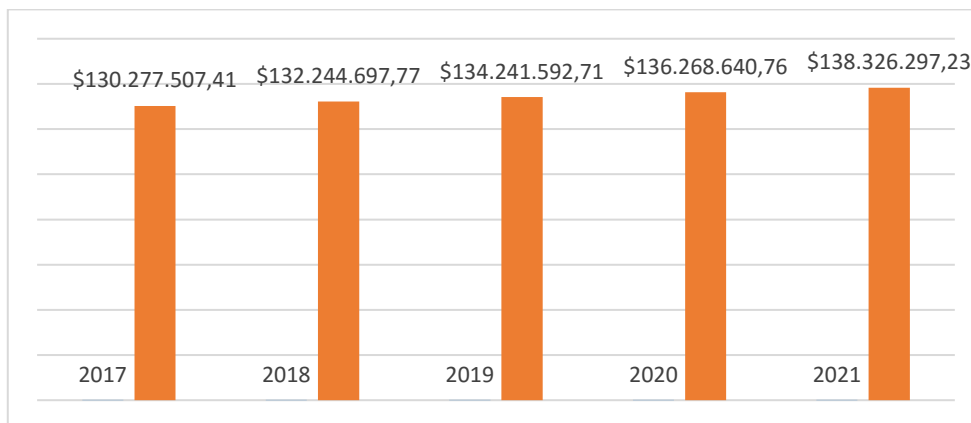


GRÁFICO 4-4 DEMANDA INSATISFECHA

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de oferta y demanda en este proyecto de emprendimiento se evidencia que la demanda en el primer año es de 289.505.572,03 y la oferta es de 179.493.454,66 con lo que se demuestra que la demanda es mayor que la oferta alcanzando una demanda insatisfecha de 110.012.117,37 con ello se demuestra que este proyecto es viable comercialmente siendo el primer

parámetro de proyecto para continuar con el mismo a las siguientes fases, técnicas, administrativas, legal, ambiental, económica y financiera.

4.2.4 Mix de Mercado

4.2.4.1 Producto

DEYV'S es una cafetería que está enfocada en brindar un producto que sean elaborados utilizando las normas de calidad para la seguridad de los consumidores y así obtén por consumir los productos que se oferten en la empresa, siendo que el objetivo de la cafetería es darles un servicio eficiente y eficaz con personas capacitada para que nuestros clientes ya que nuestra atención será exclusiva y original a las competencias y que se sienta cómodos y tengan un lugar donde puede delectarse con una Gama de productos que pueden ser de su agrado.

- Características del producto
- Utilizar materia prima de calidad
- Elaborados por personas capacitadas en el área de producción
- Obtención de un Producto final inocuo
- Cumplir con las normas de higiene correctamente

4.2.4.2 Marca

La marce es lo que nos permite identificar a la empresa y distinguirla de la competencia ya que representa una idea a la mente del cliente y puede ser mediante palabras, imágenes o frases.

En este caso ha sido seleccionado DEYV`S este nombre hemos escogido ya que es corto y facilidad de recordar y porque proviene de un nombre que es compuesta y no se le ha escuchado comúnmente.

4.2.4.3 Logotipo



❖ Aporta equilibrio y frescura a la composición ya que es refrescante y rescata la función de dar vitalidad y fuerza a la marca.



❖ Aporta orden y disciplina y relaciona a una vida saludable y estable.

4.2.4.4 Slogan

Debido a DEYV`S que es una cafetería que va brindar aperitivos, sánduches, variedad de cafés, jugos y batidos se ha desarrollado el siguiente slogan:

“EL DELEITE PARA SU PALADAR”

4.2.4.5 Precio

Para la fijación de precios se tomará en cuenta trabajar con precios referencial de la competencia y por el costo de producción, los precios referenciales y la clasificación de la demanda para de esa manera poder captar a los clientes a los que queremos llegar.

4.2.4.6 Plaza

El canal de distribución que se utiliza en la cafetería Deyv`s es directo porque no cuenta con intermediarios dado que es una empresa de producción que lleva el producto directo al consumidor final, el objetivo del establecimiento es satisfacer las necesidades de los consumidores con nuestros productos y servicios personalizados que se brinda.

La implementación de la cafetería a darse en la panadería el buen pan cuenta con el beneficio de estar ubicados en un lugar virgen donde se puede explotar al máximo el mercado haciendo de ello una estrategia de mercado provechosa para el establecimiento ya que sería la única panadería-cafetería ubicada en la ciudadela del Reino de Quito.

4.2.4.7 Promoción

La comercialización es la parte esencial de una empresa para así tener éxito ofreciendo promociones de manera de incentivación para que los clientes a los que nos dirigimos sean fieles a nuestro establecimiento ya que nos dirigiremos a ellos ofertando productos de calidad manteniendo una comunicación activa con los comensales ya que es un elemento fundamental para entender las necesidades de las personas que nos llegaría a visitar.

4.2.4.8 Análisis del Sector

La cafetería se ubicará en el cantón Quito en el sector sur donde se realizará la implementación para que los clientes tengan un servicio completo ya que no se encuentra lugares como cafeterías que ofrezcan una variedad de productos elaborados a partir del uso de alimentos autóctonos de la Sierra Ecuatoriana, en el barrio Reino de Quito y como es la primera cafetería en ofrecer esta variedad de productos, tendremos la acogida esperada.

4.2.5 Cargos y funciones del Área Comercial

TABLA 4-8 FICHA PROFESIOGRÁFICAS

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	N.º	Personal a cargo	Horario	Jornada
Cajero /mesero	1	0	9:30 a 18:30	Continua
Área	A quien reporta	fecha de elaboración	salario neto	
Comercial	gerente propietario	07/02/2017	375	
RESUMEN DEL CARGO Registas y controlar los conceptos de ventas de los productos ofertados en la empresa entregando balances y arqueo de caja FUNCIONES Cobras Mantener limpia el área de trabajo. Realizar diariamente la apertura y cierre de caja. Utilizar correctamente su uniforme. PERFIL Bachiller en contabilidad. Experiencia mínimo 1 año.				

4.2.6 Determinación de Inversiones y Gastos del Área Comercial

TABLA 4-9 INVERSIONISTAS Y GASTOS

INVERSIÒN	GASTOS	VALOR
TARJETAS DE PRESENTACIÒN	1000	20
ANUNCIOS	1	35
REDES SOCIALES	-	-

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: investigación propia.

4.3 Estudio técnico

4.3.1 Determinación del Tamaño

Para realizar la determinación del tamaño de la empresa se utilizó la siguiente formula:

$$CI=CR+CO$$

$$CR=CAPACIDAD REAL \quad 20$$

$$CO=CAPACIDAD OCIOSA \quad 10$$

$$CI=CAPACIDAD INSTALADA \quad 30$$

ANÁLISIS: la capacidad del local es para 30 personas, pero se establece una capacidad de 20 como capacidad real y el 10 como una capacidad ociosa siendo así que el establecimiento está dispuesto con una capacidad de 20 personas.

4.3.2 Capacidad del emprendimiento

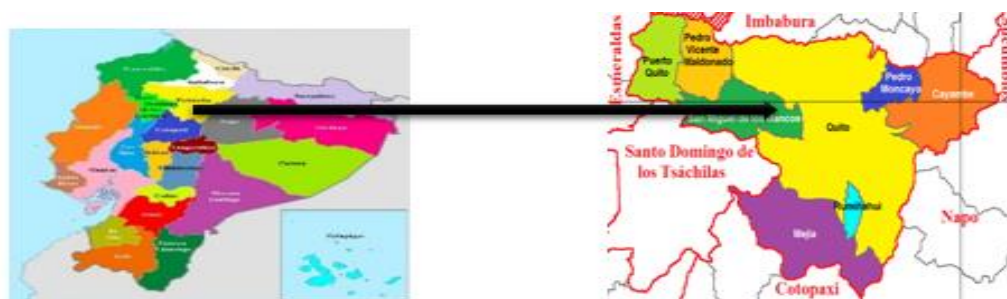
TABLA 4-10 CAPACIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

AÑOS	POBACION OBJETIVA	DIORIO	SEMANAL	MENSUAL
2017	1798241	36	216	864
2018	1825394	36	216	864
2019	1852958	37	222	888
2020	1880937	38	228	912
2021	1909339	38	228	912

4.3.3 Localización

Para ser determinada la localización del proyecto se ejecutó un análisis de macro a micro de localización.

MACROLOCALIZACIÓN. -la ubicación será en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito siendo el lugar donde se consolidará el emprendimiento.



MICRO LOCALIZACIÓN. - La ubicación idónea para la presente cafetería se encuentra en el barrio Reino de Quito donde brindaremos nuestros servicios a los respectivos clientes.



4.3.4 Proceso de Producción

Obtención de materia prima. – Se realiza una adecuada selección de proveedores para garantizar que la materia prima sea de calidad.

Limpieza de materia prima. - Es importante este proceso ya que la limpieza es algo fundamental para producir productos de calidad y no tener contaminación y causar daños a los clientes.

Clasificación de materia prima. - Clasificar para así tener un almacenamiento correcto de los productos y poder llevar un inventario que nos ayudara a saber que existe a contralar las existencias de materia prima.

Pesaje. - Es importante ya que no tendremos desperdicios innecesarios y es un proceso que se debe cumplir de las respectivas recetas estándar para obtener un producto excelente.

Amasado. - Es el proceso donde todos los ingredientes se unen y se trasforma en una masa.

Divisor. - Pesar la masa completa y dividir para la variedad de panes que se va realizar

Boleado. - Dar forma redonda a la masa.

Reposo. - Dejar que repose a la masa para así facilitar su manejo.

Formado. - Es la porción de pan ya preparada para ser llevada al horno.

Fermentado. - Permitir que los panes leuden y coja su tamaño adecuado para ser introducidos en el horno.

Horneado. - Calentar el horno a 145°C para que sea introducido el pan y tenga un excelente horneado.

Cocción. - Dar una cocción a las preparaciones que lo requieran ya que era necesario para la obtención del postre.

Moldeado. - Utilizar los moldes para que tenga una mejor presentación de los productos.

Refrigerado. - Introducir los postres para conservarlos y también utilizando como una forma más rápida de enfriarlos.

Desmoldado. - Sacar al producto del molde y porcionar de la manera que va ser distribuido al cliente.

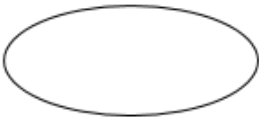
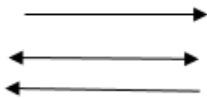



Envasado. - Ser puesto al producto en el recipiente donde va ser exhibido para el cliente.

Almacenamiento. - Dar al producto un excelente almacenamiento colocándole en el lugar adecuado, los panes en la panera y los postres en la pastelera ya que deben estar en refrigeración.

Empacado. - Incluye el tipo de recipiente por el cual será protegido el producto y será vendido al público.

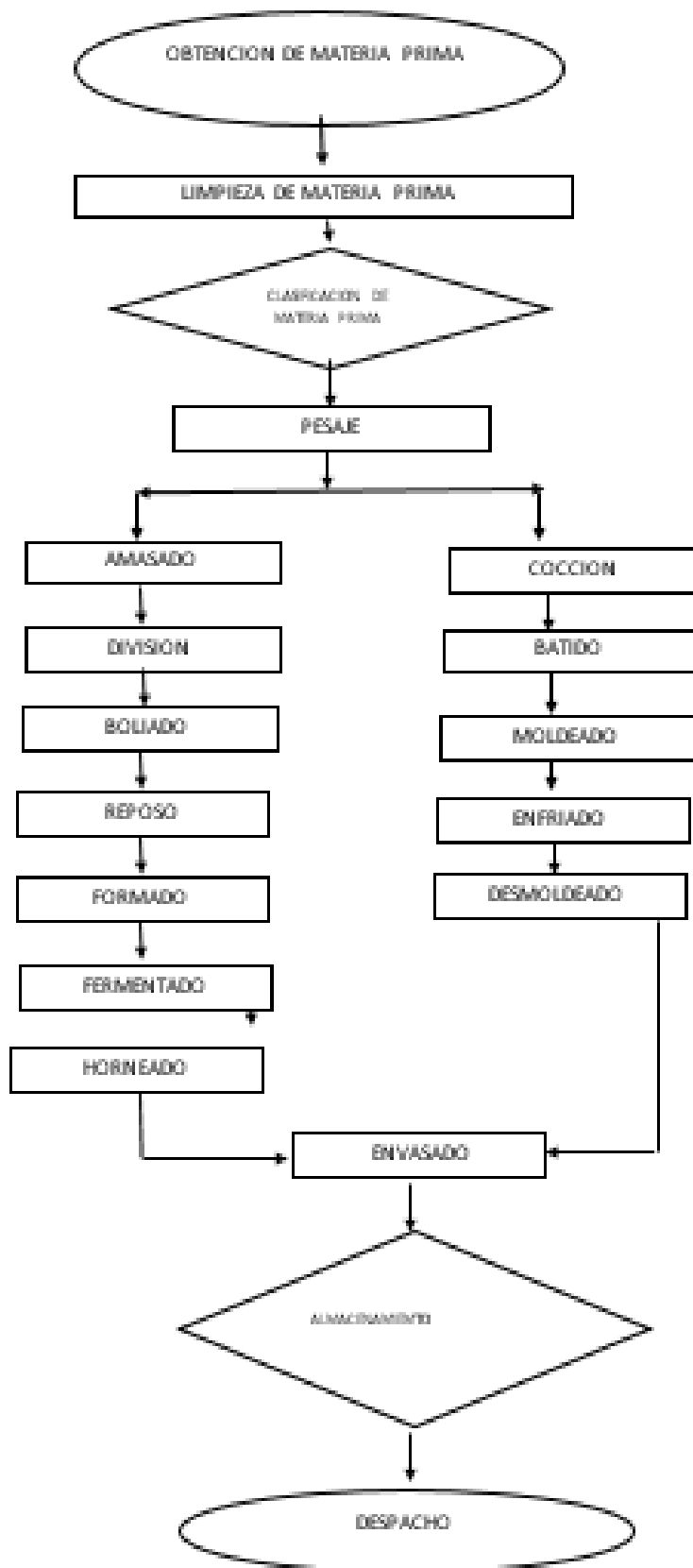
4.3.4.1 Diagrama de Flujo

TABLA 4-11 DIAGRAMA DE FLUJO.

SIMBOLO	OPERACIÓN	DESCRIPCIÓN
	INICIO Y FINAL	INDICA EL INICIO Y EL FINAL DEL DIAGRAMA
	FLECHAS DE DIRECCION	MARCA LA DIRECCION DE LOS DATOS
	ENTRADA Y SALIDA	SOLICITAR ENTRADA Y SALIDA DE DATOS
	TOMA DE DECION	TOMAR LAS DECISIONES
	CONEXION	CONEXION DENTRO DE LA PAGINA


Realizado por: Nathaly Chicaiza


Fuente: Investigación propia



4.3.4.2 Recetas Estándar


Nombre	Pan de apio	Pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,05		
Costo por 10 pax	0,55		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	Gr	125	0,14
Manteca	Gr	25	0,03
Agua de apio	MI	50	0,20
Sal	Gr	5	0,00
Levadura	Gr	20	0,10
Huevos	Gr	30	0,08
Azúcar	Gr	3	0,00
TOTAL			0,55


Nombre	pan provenzal	pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,08		
Costo por 10 pax	0,81		
Temperatura de almacenamiento	al ambiente		
Utensilios	bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	horno giratorio, amasadora, balanza		
Harina	Gr	250	0,28
Mantequilla	Gr	70	0,09
Agua	MI	125	0,06
Sal	Gr	5	0,00
Levadura	Gr	20	0,10


Nombre	Pan <u>craprisse</u>	Pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,28		
Costo por 10 pax	2,83		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	Gr	125	0,14
Manteca	Gr	25	0,03
Agua	Ml	50	0,20
Mejorador	Gr	10	0,08
Sal	Gr	5	0,00
Levadura	Gr	20	0,10
Huevos	Gr	30	0,08
Azúcar	Gr	3	0,00
RELLENO DEL PAN			2,21
Total			2,83

Nombre	Relleno del pan craprissime	Pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	-		
Costo por 10 pax	-		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Albaca	Gr	25	0,20
Queso MOZARELA	Ml	150	1,41
Tomate	Gr	150	0,60
TOTAL			2,21

Nombre	Masa de hojaldre	Pax	20
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,18		
Costo por 20 pax	3,52		
Temperatura de almacenamiento	Congelación		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Amasadora, balanza		
INGREDIENTE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	Gr	1000	1,10
Manteca	Gr	120	0,13
Agua	Ml	300	0,15
Sal	Gr	10	0,01
Hojaldrita	Gr	700	2,10
Azúcar	Gr	30	0,03
TOTAL			3,52


Nombre	Pan pizza	PAX	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,41		
Costo por 10 pax	4,07		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Masa hojaldre	Gr	500	1,76
Queso	Gr	85	0,58
Jamón	Gr	75	0,75
Sal	Gr	5	0,00
Pasta de tomate	Gr	100	0,65
Pimienta	Gr	10	0,17
Orégano	Gr	3	0,03
Cebolla	Gr	15	0,02
Pimiento	Gr	15	0,08
Ajo	Gr	3	0,03
total			4,07


Nombre	Pan dulce	Pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,28		
Costo por 10 pax	2,78		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula, bolillo		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Masa hojaldre	Gr	500	1,76
Mantequilla	Gr	150	0,33
Azúcar morena	Gr	150	0,16
Canela	Gr	15	0,15
Chocolate	Gr	150	0,38
TOTAL			2,78

Nombre	Pan 5 cereales	Pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,11		
Costo por 10 pax	1,07		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	gr	125	0,14
Manteca	gr	25	0,03
Agua	ml	50	0,20
Sal	gr	5	0,00
Levadura	gr	20	0,10
Integral	gr	125	0,15
Huevos	gr	30	0,08
Avena hojuelas	Gr	15	0,10
Chía	Gr	15	0,08
Linaza	Gr	15	0,15
Ajonjolí	Gr	10	0,04
Azúcar	Gr	3	0,003
TOTAL			1,07


Nombre	Pan con dulce de guayaba y coco	Pax	10
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,10		
Costo por 10 pax	0,97		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	gr	125	0,14
Manteca	gr	25	0,03
Agua	ml	50	0,20
Sal	gr	5	0,00
Levadura	gr	20	0,10
Huevos	gr	30	0,08
Dulce de guayaba	gr	30	0,24
Coco	gr	15	0,18
Azúcar	gr	3	0,003
TOTAL			0,97


Nombre	Masa quebrada	Pax	20
Tiempo de elaboración	1hora		
Costo total unitario	0,04		
Costo por 10 pax	0,37		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Bowl, tartaletas, lata, espátula		
Maquinaria y equipos	Horno giratorio, amasadora, balanza		
Harina	Gr	125	0,14
Mantequilla	Gr	75	0,08
Sal	Gr	15	0,01
Huevos	Gr	50	0,13
Azúcar	Gr	10	0,01
TOTAL			0,37

Nombre	Quichen de verduras	PAX	10
tiempo de elaboración	1 hora		
costo total unitario	0,27		
costo por 10 pax	5,43		
temperatura de almacenamiento	al ambiente		
Utensilios	bowl, lata, espátula		
maquinaria y equipos	horno giratorio, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
masa quebrada	Gr	125	0,14
Pimiento	Gr	150	0,001
Pimienta	Gr	5	0,05
Cebolla	Gr	150	0,6
Sal	Gr	15	0,01
Queso	Gr	250	2,34
Huevo	Gr	300	0,78
crema de leche	ML	250	1,5
TOTAL			5,43

Nombre	profiteroles	PAX	20
tiempo de elaboración	1 hora		
costo total unitario	0,38		
costo por 10 pax	3,84		
temperatura de almacenamiento	al ambiente		
Utencillos	bowl, lata, espátula		
maquinaria y equipos	horno giratorio , amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTOS
Harina	Gr	500	0,55
Mantequilla	Gr	125	0,14
Leche	ML	200	0,17
Sal	Gr	5	0,00
Huevos	Gr	200	0,52
Azúcar	Gr	3	0,003
Helado	ML	350	2,45
TOTAL			3,84


Nombre	pastel de zanahoria	PAX	15
tiempo de elaboración	1hora		
costo total unitario	0,26		
costo por 15 pax	2,61		
temperatura de almacenamiento	al ambiente		
Utencillos	bowl, lata, espátula		
maquinaria y equipos	horno giratorio , amasadora ,balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTOS
Harina	Gr	185	0,20
Mantequilla	Gr	250	0,55
Leche	Ml	150	0,13
Sal	Gr	5	0,00
polvo de hornear	Gr	15	0,19
Huevos	Gr	100	0,26
Canela	Gr	15	0,15
Zanahoria	Gr	300	0,90
Vainilla	Gr	10	0,02
Azúcar	Gr	187	0,21
TOTAL			2,61


Nombre	suspiro limeño	PAX	10
tiempo de elaboración	1hora		
costo total unitario	0,58		
costo por 10 pax	5,76		
temperatura de almacenamiento	al ambiente		
Utencillos	bowl, lata, espátula		
maquinaria y equipos	horno giratorio, amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
leche condensada	Gr	500	2,50
leche evaporada	Gr	500	3,00
yema de huevo	MI	100	0,26
			5,76

Nombre	Bizcochuelo de chocolate	PAX	10
tiempo de elaboración	1hora		
costo total unitario	0,18		
costo por 10 pax	1,77		
temperatura de almacenamiento	al ambiente		
Utencillos	bowl, lata, espátula		
maquinaria y equipos	horno giratorio , amasadora, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	Gr	175	0,19
Mantequilla	Gr	50	0,11
Eche	ml	100	0,09
Sal	Gr	5	0,00
Cocoa	Gr	25	0,38
Huevos	Gr	300	0,78
Azúcar	Gr	200	0,22
TOTAL			1,77

Nombre	Sánduche Club	pax	1
Tiempo de elaboración	20min		
Costo total unitario	1,12		
Costo por 1 pax	1,12		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Paleta, plancha		
Maquinaria y equipos	Plancha		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Pan	Gr	70	0,10
Jamón	Gr	20	0,17
Queso	ml	20	0,30
Tocino	Gr	20	0,29
Lechuga	Gr	20	0,10
Tomate	Gr	10	0,01
Mayonesa	Gr	15	0,15
TOTAL			1,12


Nombre	Sánduche exprés	Pax	1
Tiempo de elaboración	15min		
Costo total unitario	0,96		
Costo por 1 pax	0,96		
temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
utensilios	Paleta, plancha		
maquinaria y equipos	Plancha		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Pan	Gr	70	0,10
Jamón	Gr	20	0,17
Queso	ml	20	0,30
Huevo	Gr	50	0,13
Lechuga	Gr	20	0,10
Tomate	Gr	10	0,01
Mayonesa	Gr	15	0,15
TOTAL			0,96

Nombre	Sánduche de Pollo	pax	1
Tiempo de elaboración	20min		
Costo total unitario	0,94		
Costo por 1 pax	0,94		
Temperatura de almacenamiento	Al ambiente		
Utensilios	Paleta, plancha		
Maquinaria y equipos	Plancha		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Pan	Gr	70	0,10
Jamón	Gr	20	0,17
Queso	ml	20	0,30
Pollo	Gr	40	0,13
Lechuga	Gr	15	0,07
Tomate	Gr	10	0,01
Mayonesa	Gr	15	0,15
TOTAL			0,94


Nombre	Batido de coco piña		pax	1
Tiempo de elaboración	10min			
Costo total unitario	0,66			
Costo por 1 pax	0,66			
Temperatura de almacenamiento	Refrigeración			
Utensilios		cuchara		
Maquinaria y equipos		licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD		CANTIDAD	COSTO
Coco	Gr		75	0,38
Piña	Gr		75	0,15
Leche	MI		150	0,11
Azúcar	Gr		15	0,02
	TOTAL			0,66


Nombre	Batido guanábana mora		pax	1
Tiempo de elaboración	1hora			
Costo total unitario	0,06			
Costo por 1 pax	0,62			
Temperatura de almacenamiento	Refrigeración			
Utensilios		cuchara		
Maquinaria y equipos		licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD		CANTIDAD	COSTO
Mora	Gr		75	0,15
Guanábana	Gr		75	0,34
Leche	MI		150	0,11
Azúcar	Gr		15	0,02
	TOTAL			0,62

Nombre	Batido oreo	pax	1
Tiempo de elaboración	1 hora		
Costo total unitario	1,68		
Costo por 1 pax	1,68		
Temperatura de almacenamiento	Refrigeración		
Utensilios	Cuchara		
Maquinaria y equipos	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Galleta ore	Gr	36	0,35
Sirope de chocolate	Gr	150	0,75
Helado de vainilla	MI	50	0,50
Leche	Gr	100	0,08
TOTAL			1,68

Nombre	Jugo frutos rojos	pax	1
tiempo de elaboración	15min		
Costo unitario	0,39		
Costo por 1 pax	0,39		
Temperatura de almacenamiento	Refrigeración		
Utensilios	Cuchara		
Maquinaria y equipos	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Mora	Gr	75	0,17
Frutilla	Gr	75	0,17
Agua	MI	150	0,04
Azúcar	Gr	15	0,02
TOTAL			0,39

Nombre	Jugos frutos verdes	pax	1
Tiempo de elaboración	25 min		
Costo total unitario	0,06		
Costo por 1 pax	0,55		
temperatura de almacenamiento	Refrigeración		
Utensilios	Cuchara		
maquinaria y equipos	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Kiwi	Gr	75	0,25
Pera	Gr	75	0,25
Agua	Ml	150	0,04
Azúcar	Gr	15	0,02
TOTAL			0,55

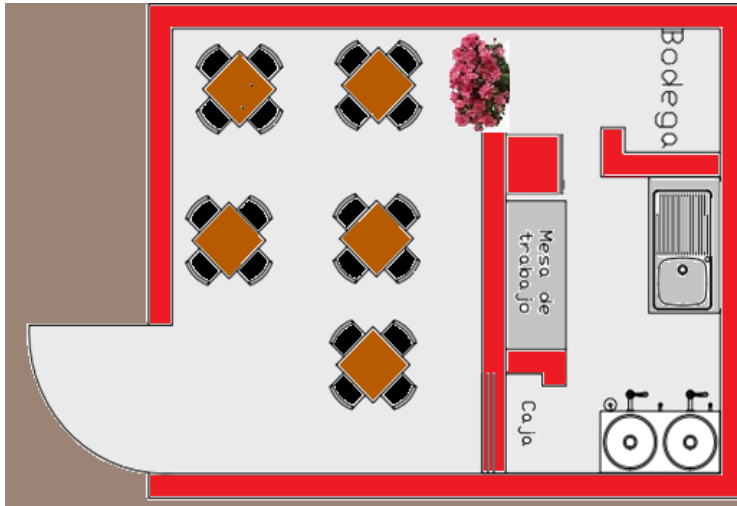
Nombre	Jugo de frutas tropicales	pax	10
Tiempo de elaboración	15min		
Costo unitario	0,61		
Costo por 1 pax	0,61		
Temperatura de almacenamiento	Refrigeración		
Utensilios	Cuchara		
Maquinaria y equipos	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Piña	Gr	50	0,20
Sandia	Gr	50	0,11
Melón	Ml	50	0,25
Agua	Gr	150	0,04
Azúcar	Gr	15	0,02
TOTAL			0,61

Nombre	Capuchino	pax	1
Tiempo de elaboración	10min		
Costo total unitario	1,04		
Costo por 1 pax	1,04		
temperatura de almacenamiento	Caliente		
Utensilio	Taza		
Maquinaria y equipos	Máquina de café		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Nata	Gr	120	0,30
Leche	Gr	240	0,18
Café	MI	10	0,30
Chocolate	Gr	15	0,23
Azúcar	Gr	30	0,03
TOTAL			1,04

4.3.5 Requerimientos de Talento Humano

PERSONAL EXISTENTES
MAESTRO PANADERO
CAJERO
PERSONAL A REQUERIR
CHEF
MESERO

4.3.6 Diseño de la Planta



Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: investigación propia.

GRÁFICA 4-1 DISEÑO DE LA PLANTA

4.3.7 Estructura de Costos de Producción

4.3.7.1 Consumo de servicios básicos

TABLA 4-12 SERVICIOS BÁSICOS

<i>SERVICIOS BÁSICOS</i>				
<i>SERVICIOS BÁSICOS</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO \$ MENSUAL</i>	<i>COSTO \$ ANUAL</i>
<i>Agua</i>	<i>Básico (1,13 c/m3)</i>	<i>EMAPAR</i>	<i>19,00</i>	<i>228,00</i>
<i>Luz</i>	<i>Básico</i>	<i>EERSA</i>	<i>50,00</i>	<i>600,00</i>
<i>Energía</i>	<i>Básico</i>	<i>EERSA</i>	<i>20,00</i>	<i>240,00</i>
<i>Internet</i>	<i>Ilimitado</i>	<i>CABLE UNION</i>	<i>17,00</i>	<i>204,00</i>
<i>Teléfono</i>	<i>Básico</i>	<i>CNT</i>	<i>17,00</i>	<i>204,00</i>
<i>TOTAL</i>			<i>123,00</i>	<i>1.476,00</i>

	<i>100% DE PRODUCCIÓN</i>	<i>PRODUCCIÓN (50%)</i>	<i>VENTAS (25%)</i>	<i>ADMINISTRACIÓN (25%)</i>
<i>ANUAL</i>	<i>1.476,00</i>	<i>738,00</i>	<i>369,00</i>	<i>369,00</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero.

4.3.7.2 Combustible

TABLA 4-13 COMBUSTIBLE

<i>COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES</i>				
<i>COMBUSTIBLE</i>	<i>CANTIDAD SEMANAL</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO \$ MENSUAL</i>	<i>COSTO \$ ANUAL</i>
<i>Gas domestico</i>	<i>1</i>	<i>Carro de gas</i>	<i>4,50</i>	<i>54,00</i>
<i>Diesel</i>	<i>8 galones</i>	<i>Petroecuador</i>	<i>40,00</i>	<i>480,00</i>
<i>TOTAL</i>			<i>44,50</i>	<i>534,00</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.3.7.3 Mantenimiento

TABLA 4-14 MANTENIMIENTO

<i>MANTENIMIENTO</i>				
<i>EQUIPOS / INSTALACION</i>	<i>TIEMPO/ CANTIDAD</i>	<i>ENCARGADO</i>	<i>COSTO \$ MENSUAL</i>	<i>COSTO \$ ANUAL</i>
<i>Horno giratorio</i>	<i>C/6 MESES</i>	<i>Hornos Tungurahua</i>	<i>25,00</i>	<i>50,00</i>
<i>Batidora industrial</i>	<i>C/12 MESES</i>	<i>Cafetería deyv`s</i>	<i>15,00</i>	<i>30,00</i>
<i>Amasadora</i>	<i>C/6 MESES</i>	<i>Cafetería deyv`s</i>	<i>20,00</i>	<i>40,00</i>
<i>Refrigerador</i>	<i>C/6 MESES</i>	<i>Cafetería deyv`s</i>	<i>20,00</i>	<i>40,00</i>
<i>Coche porta bandejas</i>	<i>C/12 MESES</i>	<i>Cafetería deyv`s</i>	<i>10,00</i>	<i>20,00</i>
<i>TOTAL</i>			<i>90,00</i>	<i>180,00</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero.

4.3.7.4 Depreciación

TABLA 4-15 DEPRECIACIÓN ACTIVO FIJOS

<i>DEPRECIACIÓN DE ACTIVO FIJO</i>				
<i>BIEN</i>	<i>VALOR TOTAL</i>	<i>AÑO DE VIDA</i>	<i>VALOR RECIDUAL</i>	<i>VALOR DEP.ANUAL</i>
<i>Maquinaria y Equipo</i>	<i>2320,00</i>	<i>10</i>	<i>232,00</i>	<i>208,80</i>
<i>Equipo de Computo</i>	<i>564,00</i>	<i>3</i>	<i>186,12</i>	<i>125,96</i>
<i>Muebles y Enseres</i>	<i>1450,00</i>	<i>10</i>	<i>145,00</i>	<i>130,50</i>
<i>TOTAL DEPRECIACIÓN</i>				<i>465,26</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero.

MAQUINARIA Y EQUIPOS → 100% PRODUCCIÓN
EQUIPOS DE COMPUTO → 100% ADMINISTRACIÓN
MUEBLES Y ENSERES →

100%	PRODUCCIÓN (0%)	VENTAS (50%)	ADMINISTRACIÓN (50%)
130,50	0,00	65,25	65,25

4.3.7.5 Materia Prima

MATERIA PRIMA							
NOMBRE DE LA RECETA	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO \$	COSTO MENSUAL \$	COSTO ANUAL \$
PAN DE APIO	25	125	500	6000	0,05	25,00	300,00
PAN CRAPISSA	30	150	600	7200	0,28	168,00	2.016,00
PAN PIZZA	30	150	600	7200	0,35	210,00	2.520,00
PAN PROVENZAL	25	125	500	6000	0,08	40,00	480,00
PAN 5 CEREAS	40	200	800	9600	0,10	80,00	960,00
PAN QUITTEÑO	30	150	600	7200	0,10	60,00	720,00
QUICHEN DE VERDURAS	20	100	400	4800	0,54	216,00	2.592,00
ROLLOS DE CANEA	40	200	800	9600	0,34	272,00	3.264,00
TORTA DE ZANAHORIA	5	25	100	1200	0,26	26,00	312,00
TORTA DE CHOCOLATE	6	30	120	1440	0,23	27,60	331,20
PROFITEROLES	8	40	160	1920	0,38	60,80	729,60
SUSPIRO LIMEÑO	6	30	120	1440	0,58	69,60	835,20
MOUSSE DE REMOLACHA	8	40	160	1920	0,53	84,80	1.017,60
CANASTITAS DE PAN	5	25	100	1200	1,84	184,00	2.208,00
SANDUCHE CLUB	4	20	80	960	1,12	89,60	1.075,20
SANDUCHE DE POLLO	5	25	100	1200	1,07	107,00	1.284,00
SANDUCHE DE EXPRES	6	30	120	1440	0,96	115,20	1.382,40
BATIDO							
GUANABANA Y MORA	3	15	60	720	0,62	37,20	446,40
PIÑA Y COCO	2	10	40	480	0,66	26,40	316,80
GALLETA OREO	2	10	40	480	1,68	67,20	806,40
JUGOS							
KIWI Y FRUTILLA	3	15	60	720	0,47	28,20	338,40
MANGO, MELON Y SANDIA	2	10	40	480	0,55	22,00	264,00
FRUTOS VERDES	3	15	60	720	0,61	36,60	439,20
FRUTOS ROJOS	2	10	40	480	0,39	15,60	187,20
CAFÉ CAPUCHINO	5	25	100	1200	1,04	104,00	1.248,00
CAFÉ PASADO	15	75	300	3600	0,20	60,00	720,00
AGUAS AROMATICAS	3	15	60	720	0,13	7,80	93,60
COSTO MATERIA PRIMA						2.240,60	26.887,20

4.3.7.6 Mano de obra directa

TABLA 4-16 MANO DE OBRA DIRECTA

ÁREA	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
	Gerente propietario	369,00	4.428,00	538,00
PRODUCCIÓN	Maestro pastelero	187,00	2.244,00	272,65
TOTAL		556,00	6.672,00	810,65

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Estado financiero.

4.3.7.7 CIF

TABLA 4-17 MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGA	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIAES
			12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
Cajero	369,00	4.428,00	538,00
TOTAL	369,00	4.428,00	538,00

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Estado financiero.

4.3.8 Determinación de Activos Fijos para Producción

TABLA 4-18 MAQUINARIA Y EQUIPO

<i>MAQUINARIA Y EQUIPO</i>			
<i>DETALLE</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>COSTO UNITARIO</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
<i>EXISTENTES</i>			
<i>Vitrina mostradora</i>	<i>1</i>	<i>380,00</i>	<i>380,00</i>
<i>Amasadora</i>	<i>1</i>	<i>8.000,00</i>	<i>8.000,00</i>
<i>Horno giratorio</i>	<i>1</i>	<i>5.000,00</i>	<i>5.000,00</i>
<i>Mesón de trabajo acero inoxidable</i>	<i>1</i>	<i>250,00</i>	<i>250,00</i>
<i>Coche porta bandejas</i>	<i>2</i>	<i>100,00</i>	<i>200,00</i>
<i>Cilindro domestico</i>	<i>1</i>	<i>55,00</i>	<i>55,00</i>
<i>EXTINTOR</i>			
<i>Refrigerador panorámico</i>	<i>1</i>	<i>1.000,00</i>	<i>1.000,00</i>
<i>TOTAL</i>		<i>14.880,00</i>	<i>14.980,00</i>
<i>REQUIERE</i>			
<i>Maquina cafetera</i>	<i>1</i>	<i>1.000,00</i>	<i>1.000,00</i>
<i>Cocina industrial</i>	<i>1</i>	<i>340,00</i>	<i>340,00</i>
<i>Mesón de acero inoxidable</i>	<i>1</i>	<i>190,00</i>	<i>190,00</i>
<i>Ventilador</i>	<i>1</i>	<i>90,00</i>	<i>90,00</i>
<i>Licuada industrial</i>	<i>1</i>	<i>500,00</i>	<i>500,00</i>
<i>Trampa de grasa</i>	<i>1</i>	<i>200,00</i>	<i>200,00</i>
<i>TOTAL</i>		<i>2.320,00</i>	<i>2.320,00</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Estado financiero.

TABLA 4-19 EQUIPO DE CÓMPUTO

<i>EQUIPO DE COMPUTO</i>			
<i>DETALLE</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>COSTP UNITARIO</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
<i>Computadora</i>	<i>1</i>	<i>500,00</i>	<i>500,00</i>
<i>Impresora</i>	<i>1</i>	<i>64,00</i>	<i>64,00</i>
<i>TOTAL</i>		<i>564,00</i>	<i>564,00</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Estado financiero.

TABLA 4-20 MENAJE Y VAJILLA

MENAJE Y VAJILLA			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EXISTENTES			
<i>Espumadera de goma</i>	2	4,15	8,3
<i>Espatula plana</i>	2	3,85	7,7
<i>Rodillo grande de acero</i>	2	40	80
<i>Manga de tela</i>	3	3,8	11,4
<i>Charolas</i>	3	2	6
<i>Brocha borde plastico</i>	2	2,5	5
<i>Bailarina</i>	3	26	78
<i>Moldes varios mpdelos juego</i>	4	43	172
<i>Balanza electrica</i>	1	45	45
<i>Gramera</i>	1	15	15
<i>Boquilla juego</i>	1	12,35	12,35
<i>Jarra medidora</i>	2	3	6
<i>Cuchillo cebollero</i>	2	10,15	20,3
<i>Cuchillo de sierra</i>	2	8,2	16,4
<i>Puntilla</i>	2	3,35	6,7
TOTAL		222,35	490,15
REQUERIR			
<i>Tamiz acero</i>	1	3	3
<i>Tamiz de tela</i>	1	1,5	1,5
<i>Corta pastas varios modelos</i>	2	2,5	5
<i>Caserola juego *4</i>	2	55	110
<i>Bowl juego</i>	3	29	87
<i>Rallador</i>	2	3,9	7,8
<i>Araña</i>	1	4,49	4,49
<i>Raqueta de plancha</i>	1	5	5
<i>Pinza</i>	1	2,5	2,5
VAJILLA			
<i>Tazas*6</i>	4	8,5	34
<i>Platos de postres C/U</i>	24	1,25	30
CRISTALERIA			
<i>Vasos para jugo C/U</i>	24	1,25	30
<i>Jarra de vidrio</i>	5	1,25	6,25
<i>Vasos para agua *12</i>	1	11,5	11,5
CUBERTERIA			
<i>Cuchara para capuchino *12</i>	24	0,75	18
<i>Cuchara para postre *12</i>	1	4,75	4,75
<i>Tenedor de postre *12</i>	1	5,8	5,8
TOTAL		141,94	366,59

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero.

TABLA 4-21 SUMINISTRO Y MATERIALES

SUMINISTROS Y MATERIALES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Hojas*1000	1	3,25	3,25
Esferos	4	0,35	1,4
Sello de la empresa	1	7	7
Perforadora	1	1,5	1,5
Engrampadora	1	2,3	2,3
Carpeta	6	0,85	5,1
Corrector	1	1,25	1,25
Borrador	3	0,25	0,75
Lápiz	4	0,35	1,4
Marcador	3	0,6	1,8
Cloro	1	4,42	4,42
Jabón para pisos	1	8,9	8,9
Desinfectante para piso	1	5,8	5,8
Escoba	2	1,8	3,6
Trapeador	2	2,5	5
Atomizador	4	0,75	3
Cepillo para uñas	1	0,75	0,75
Dispensador de jabón	1	8	8
Jabón líquido antibacterial	1	2	2
Dispensador de ph	1	12,21	12,21
Basureros	4	10,95	43,8
Fundas de basura*10	5	1,5	7,5
Desgrasante	1	4,73	4,73
Mascarilla * 100	1	3,1	3,1
Guantes de manip * 100	1	5,2	5,2
Guantes de caucho * 2	2	1,2	2,4
Lava vajilla	1	10	10
Viledas	5	0,65	3,25
PAPEL ABSORBENTE 100m	2	26	52
Papel higiénico * 12	1	10	10
Gel antibacterial galón	1	15	15
Dispensador de papel de cocina	1	25,9	25,9
Limpiones *25 rojos /azules	2	4	8

	100% COSTO ANUAL	PRODUCCIÓN (60%)	VENTAS (30%)	ADMINISTRACIÓN (10%)
ANUAL	3243,72	1946,232	973,12	324,37

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

TABLA 4-22 MATERIALES INDIRECTOS*MATERIALES INDIRECTOS*

<i>TIPO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>COSTO UNITARIO</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
<i>Fundas medianas * 100</i>	<i>2</i>	<i>1,50</i>	<i>3,00</i>
<i>Servilletas</i>	<i>1</i>	<i>20,00</i>	<i>20,00</i>
<i>Fundas de papel *100</i>	<i>3</i>	<i>1,50</i>	<i>4,50</i>
<i>Contenedores (5*5) * 25</i>	<i>1,5</i>	<i>3,00</i>	<i>4,50</i>
<i>Bases para torta N.º 9 * 25</i>	<i>3</i>	<i>2,15</i>	<i>6,45</i>
<i>Papel aluminio</i>	<i>1</i>	<i>30,00</i>	<i>30,00</i>
<i>Papel film</i>	<i>1</i>	<i>15,00</i>	<i>7,00</i>
<i>Papel encerado</i>	<i>1</i>	<i>10,00</i>	<i>10,00</i>
<i>Plato descartable para postres *25</i>	<i>3</i>	<i>1,25</i>	<i>3,75</i>
<i>Cucharas postres *100</i>	<i>2</i>	<i>1,10</i>	<i>2,20</i>
<i>TOTAL</i>		<i>85,50</i>	<i>91,40</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero.

ACTIVOS FIJOS

<i>MAQUINARIA Y EQUIPO</i>	<i>2.320,00</i>	<i>2.320,00</i>
<i>MUEBLES Y ENSERES</i>	<i>735,00</i>	<i>1.450,00</i>
<i>EQUIPOS DE COMPUTO</i>	<i>564,00</i>	<i>564,00</i>
	<i>SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS</i>	<i>4.334,00</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

INVENTARIOS

<i>MENAJE Y VAJILLA</i>	<i>141,94</i>	<i>366,59</i>
<i>MATERIALES INDIRECTOS</i>	<i>85,50</i>	<i>91,40</i>
<i>SUMINISTROS Y MATERIALES</i>	<i>183,06</i>	<i>270,31</i>
	<i>SUB-TOTAL INVENTARIOS</i>	<i>728,30</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.3.9 Programa Pre Operativo

TABLA 4-23 GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN

PROGRAMA PREOPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN					
PROCESO / ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	MATERIA PRIMA	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	MAESTRO PASTELERC	1:00:00	6	1,14	7,14
MUESTRAS	MAESTRO PASTELERC	1:30:00	3	1,70	4,70
DEGUSTACIONES	ERENTE PROPIETARI	1:00:00	3	2,24	5,24
CONTROL CALIDAD	ERENTE PROPIETARI	1:00:00	0	2,24	2,24
TOTAL			12,00	7,32	19,32

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

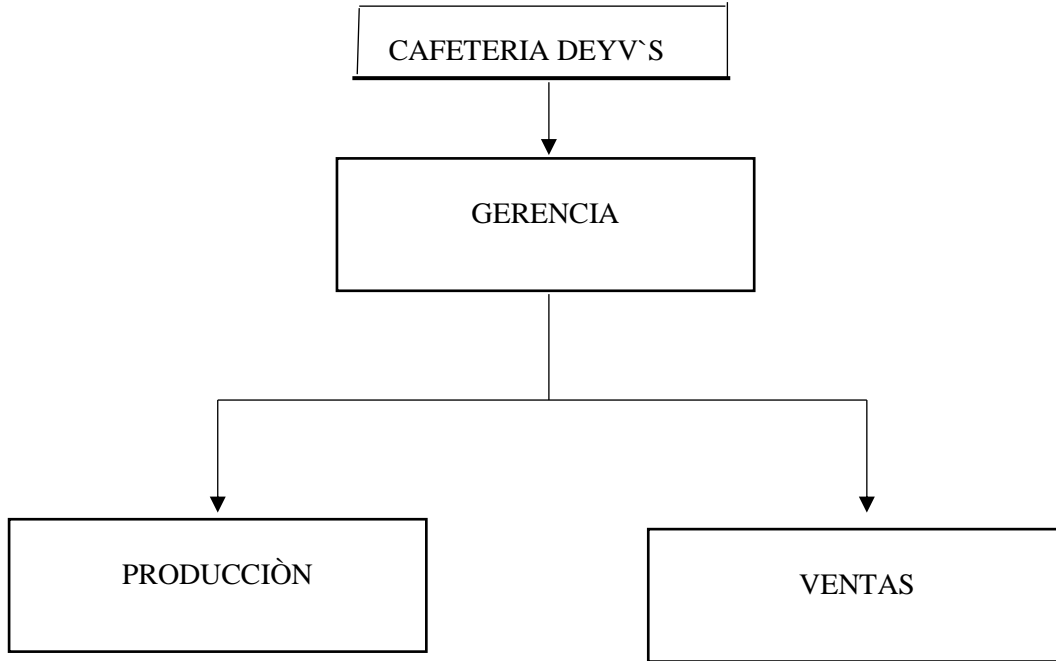
4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

4.4.1. Organización

La cafetería contara con un gerente propietario, será encargado de planificar los menús, organizar su equipo de trabajo, tener contacto directo con los proveedores, y también con el área de producción, el mismo se ubicará en gerencia, en el área de ventas se encontrará un cajero que lleve el control de las ventas y realice el cierre de caja, en producción estará un maestro panificador quien es el cargado de elaborar todos los panes que se ofrece en la panadería.

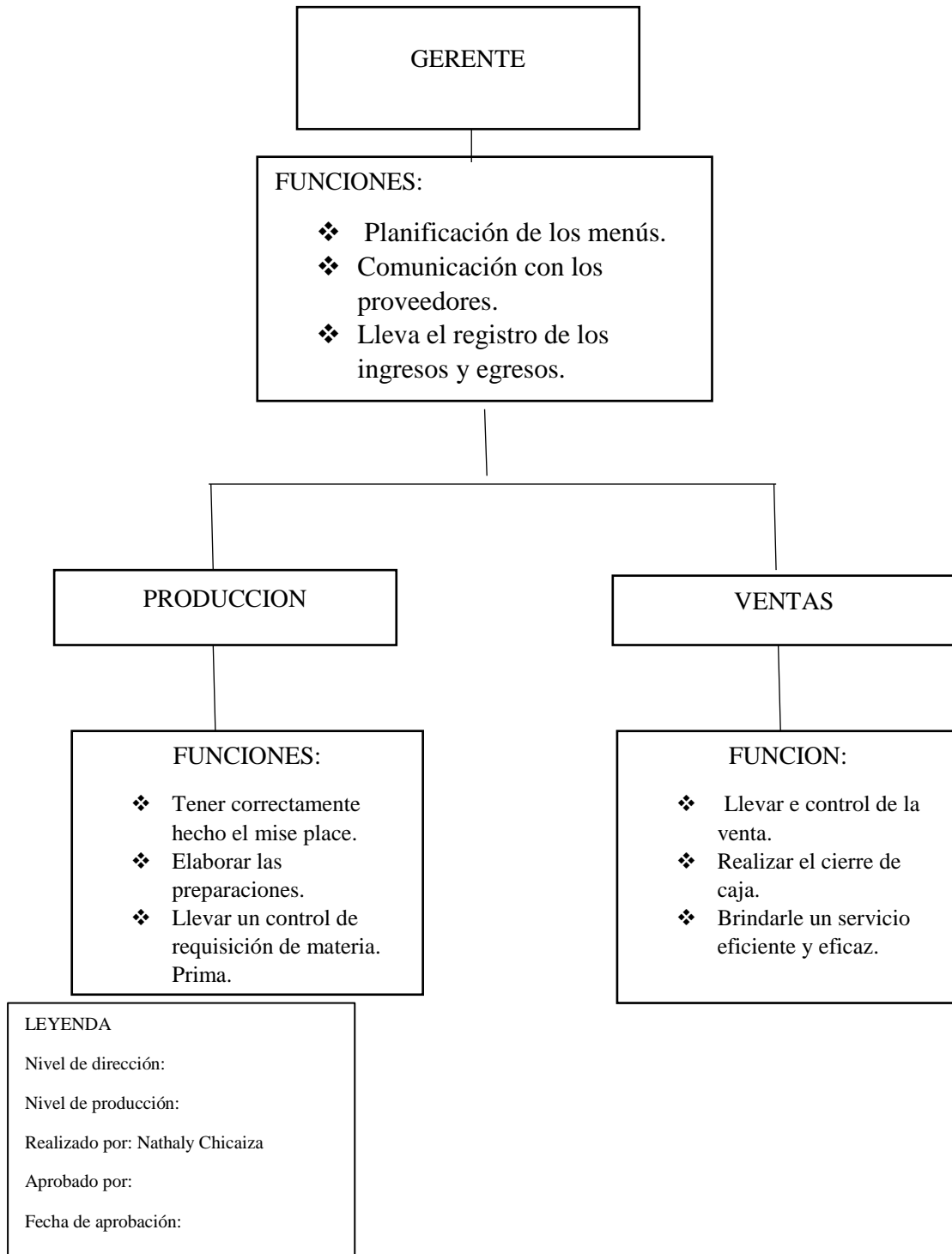
Según lo mencionado anteriormente el emprendimiento tiene tres áreas, gerencia, ventas y producción, siendo esto importante para la realización del organigrama estructural.

4.4.1.1 Organigrama Estructural



LEYENDA
Nivel de dirección:
Nivel de producción:
Realizado por: Nathaly Chicaiza
Aprobado por:
Fecha de aprobación:

4.4.1.2 Organigrama Funcional



4.4.1.3 Proceso de selección y contratación de talento humano

RECLUTAMIENTO

Se indica que de acuerdo a los perfiles que se necesita en cada área se procede a invitar a las personas que cumplan con las características para el puesto para conformar el talento humano del emprendimiento, se lo va a realizar mediante publicación en periódico la noticias y también por medio de aviso a las personan más allegadas.

SELECCIÓN

Una vez que ya que tiene a los candidatos estos pasan por una serie de evaluaciones las cuales nos permita verificar tomando en cuenta que cumpla con el perfil que la empresa necesita para tomar el puesto que este vacante , una vez ya seleccionado y se le considera acto para desempeñar el cargo revisando su hoja de vida, debe ser aprobado por el gerente y proceder con una entrevista persona con el postulante , una vez ya tomado la decisión de contratar al personal tiene que cumplir con un requisito importante debe contar con los siguientes documentos:

- ❖ Cedula de ciudadanía.
- ❖ Papeleta de votación.
- ❖ Vacunas de hepatitis a y b.
- ❖ Certificado de manipulación de alimentos.

CONTRATACION

Ya terminado con la selección del personal se procede a determinar el contrato de trabajo con el individuo que es apta para entrar al puesto de trabajo el proceso se ejecuta bajo el código de trabajo ecuatoriano donde se conoce los compromisos del empleador y empleado y se procede a firmar y archivar el documento, a base de la ley del artesano.

CAJERA

- ❖ Brindar información a los clientes sobre los precios de los alimentos y bebidas ofertadas por la cafetería.
- ❖ Contestar las inquietudes de los clientes.
- ❖ Realizar diariamente el cierre de caja de las ventas.
- ❖ Preparar diariamente el informe del balance de caja.
- ❖ Mantener una excelente imagen de su área de trabajo.

MESERO

- ❖ Conocer el sistema para escribir órdenes.
- ❖ Servir los alimentos y bebidas a la mesa.
- ❖ Presentar a los clientes la carta de la cafetería.
- ❖ Ayuda acomodar a los clientes en las mesas.
- ❖ Conocer los ingredientes de las preparaciones conocer el uso del material y equipos de la cafetería.
- ❖ Atender a los clientes con respeto teniendo siempre una sonrisa.

Descripción del puesto de trabajo

TABLA 4-24 FICHA

nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
GERENTE PROPIETARIO	1	0	9:30 a 18:30	continua
Área	A quien reporta	fecha de elaboración	salario neto	
Administrativa	gerente propietario	07/02/2017	370	
<p>RESUMEN DE CARGO</p> <p>Ser responsable y saber trabajar en equipo organizando y control a los trabajadores saber manejar libros de ingresos y egresos para cumplir con las metas de la empresa.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Organizar la cocina.</p> <p>Supervisar la limpieza y calidad de los productos.</p> <p>Contratar personal.</p> <p>Manejo de presupuestos.</p> <p>Supervisar la cocina al momento del servicio.</p> <p>Hacer los pedidos de materia prima.</p> <p>Organizar su equipo de trabajo.</p> <p>Capacitar a su personal.</p> <p>Elaborar os menús.</p> <p>Limpiar su aria antes y después de trabajar.</p> <p>Disminuir a máximo os desperdicios.</p> <p>PERFIL</p> <p>Sexo indistinto</p> <p>Edad de 20 -40 años</p> <p>Preparación tercer nivel</p> <p>Buena presencia</p> <p>Experiencia 1 año</p> <p>Licenciado en gestiones gastronómica</p>				

4.4.1.4 Manual de Funciones

4.4.2 Marco Legal

LEY DEL ARTESANO

LA LEY DEL ARTESANO AMPARAN A LAS PERSONAS QUE TENGAN

Cualquier rama de arte, servicio y oficio, las personas que transforman materia prima esencialmente manual para así hacer valer los derechos que se tiene por ser calificado artesanal o también por medio de a asociaciones gremiales. para gozar de estos beneficios, se aplicará esta ley, como maestros de taller, ya que se domina técnicas, mediante conocimientos prácticos y teóricos. ya que se obtendrá el título profesional y vamos a brindar un servicio de alimentos y bebidas al público.

OPERARIO: es la persona que deja de ser aprendiz y por el tiempo de trabajo aprende del arte, aunque no tenga conocimientos prácticos y teóricos.

APRENCICES: es la persona que entra como ayudante de los operarios para así aprender del arte e irse profesionalizando hasta llegar a ser un operario.

La ley de protección del Artesano otorga a los artesanos calificados los beneficios mencionados a continuación:

Laboral

- Exoneración al pago como el decimocuarto, decimotercer sueldo y utilidad a los aprendices y operarios.
- Exoneración al pago de bonificación complementaria a los aprendices y operarios.
- Social.
- Afiliar obligatoriamente al seguro aprendices y operarios.
- Exoneración de fondos de reserva.

Tributario

- Declaración semestral del I.V.A.
- Exoneración a los impuestos a la exportación artesana.
- Facturar con tarifa 0%.
- Exoneración al impuesto de la renta.
- Exoneración a los impuestos a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados al taller de capacitación artesanal.
- Exoneración a los impuestos de patente municipal y activos totales

Calificación primera vez.

- Copia de título artesanal.
- Requisitos personales.
- Que la actividad sea eminentemente artesana.
- Que la dirección y responsabilidad del taller este a cargo del maestro de taller

Requisitos generales y legales.

- Copia de cedula de identidad.
- Papeleta de votación.
- Foto tamaño carnet.
- Tipo de sangre.
- Solicitud adquirida en la JNDA (Junta Provisional y Cantonales).

4.4.3 Permisos Requeridos para su Funcionamiento

- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyente) en el SRI.
- Original y copia de la cedula.
- Original y copia papeleta de votación.
- Original o copia de planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono) puede ser hasta de tres meses anteriores de la fecha de inscripción.

Obtención de la licencia de funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Copia del RUC.
- Copia de cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.

- Informe de combatividad de uso de suelo.
- Carnet de salud del personal que manipula alimentos.
- Calificación artesanal.
- Dimensión y fotografía de la fachada del local.
- Dimensión y bosquejo de como quedara la publicidad.
- Formulario llenado.

Permiso de funcionamiento de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

- Informe de inscripción.
- Copia de cedula.
- Copia de ruc.
- Copia de patente municipal.
- Para artesano
- Infrme de inspección.
- Copia de certificado artesanal.
- Exoneración del municipio.
- Copia de cedula de identidad.
- Copia de ruc.

Permiso de funcionamiento emitente por el ministerio de salud.

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Copia de título profesional del responsable.
- Certificado del título profesional del conesup.
- Lista de productos a elaborar.
- Plano de la planta con la distribución de las áreas correspondientes.
- Croquis de la ubicación de la planta.
- Certificado de capacitación de manipulación de alimentos de la empresa.
- Copia del certificado de salud.
- Copia de ruc.
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

4.4.4 Mitigar el Impacto Ambiental

del ambiente Matriz como mitigar la destrucción.

4.4.4.1 Acciones Remediales

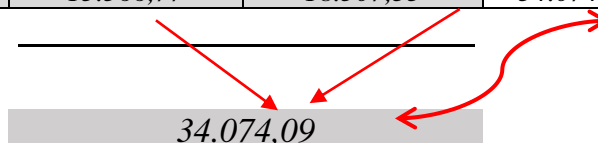
	PERJUICIOS OCASIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y POR LAS ACTIVIDADES PREOPERATORIAS	MEDICIÓN DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS
AGUA	Contaminación por medio graso por la limpieza de maquinaria y utensilios que se utilizara para la elaboración de los productos. Por el lavado de manos antes de entrar al área de producción. Por usar productos químicos para la limpieza del local y mesas.	REDUCIR	Utilizar atrapador de grasas. tratar de no desperdiciar el agua usar llaves automáticas. Usar de productos de limpieza biodegradables.
AIRE	La luz que tendrá las instalaciones El aire de calor que produce el horno	REDUCIR	Utilizar lámparas ahorradoras Colocar ventiladores en el área de producción.
SUELO	los desperdicios envolturas que traen las compras	RECICLAR Y UTILIZAR	Clasificar los desechos orgánicos e inorgánicos. Utilizar los recipientes y fundas.

4.5 Estudio Financiero

4.5.1 Análisis de la Inversión

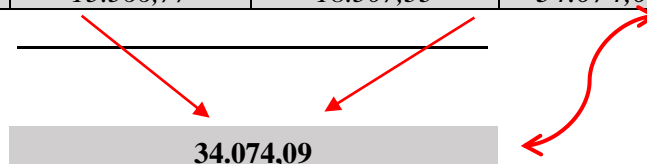
TABLA 4-25 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

<i>RUBRO</i>	<i>INVERSIÓN REALIZADA</i>	<i>INVERSIÓN POR REALIZAR</i>	<i>TOTAL, INVERSIÓN</i>
<i>Inversiones fijas</i>	15.470,15	4.839,91	20.310,06
<i>Maquinaria y equipo</i>	14.980,00	2.320,00	17.300,00
<i>Equipo de computo</i>		564,00	564,00
<i>Muebles y enseres</i>		1.450,00	1.450,00
<i>Materiales indirectos</i>		91,40	91,40
<i>Menaje y vajilla</i>	490,15	366,59	856,74
<i>Imprevistos (1%)</i>		47,92	47,92
<i>Activos diferidos</i>	96,62	1.313,93	1.410,54
<i>Gastos de organización</i>		239,96	239,96
<i>Gastos de instalación</i>		400,00	400,00
<i>Gastos de publicidad</i>		460,00	460,00
<i>Gasto capacitación a personal</i>		200,00	200,00
<i>Gasto de experimentación</i>	96,62		96,62
<i>Imprevistos (1%)</i>		13,97	13,97
<i>Capital de trabajo</i>	0,00	12.353,49	12.353,49
<i>Materia prima</i>		6.721,80	6.721,80
<i>Mano de obra directa</i>		817,94	817,94
<i>Sueldo ventas</i>		1.614,01	1.614,01
<i>Sueldo administrativo</i>		1.614,01	1.614,01
<i>Gasto arriendo</i>		150,00	150,00
<i>Combustible y lubricantes</i>		133,50	133,50
<i>Suministros y materiales</i>		810,93	810,93
<i>Servicios básicos</i>		369,00	369,00
<i>Contingencia</i>		122,31	122,31
<i>Total</i>	15.566,77	18.507,33	34.074,09



4.5.1.1 Fuentes y Usos

<i>DETALLE</i>	<i>INVERSIÓN REALIZADA</i>	<i>INVERSIÓN POR REALIZAR</i>	<i>TOTAL INVERSIÓN</i>
<i>Inversiones fijas</i>	15.470,15	4.839,91	20.310,06
<i>Maquinaria y equipo</i>	14.980,00	2.320,00	17.300,00
<i>Equipo de computo</i>		564,00	564,00
<i>Muebles y enseres</i>		1.450,00	1.450,00
<i>Materiales indirectos</i>		91,40	91,40
<i>Menaje y vajilla</i>	490,15	366,59	856,74
<i>Imprevistos (1%)</i>		47,92	47,92
<i>Activos diferidos</i>	96,62	1.313,93	1.410,54
<i>Gastos de organización</i>		239,96	239,96
<i>Gastos de instalación</i>		400,00	400,00
<i>Gastos de publicidad</i>		460,00	460,00
<i>Gasto capacitación a personal</i>		200,00	200,00
<i>Gasto de experimentación</i>	96,62		96,62
<i>Imprevistos (1%)</i>		13,97	13,97
<i>Capital de trabajo</i>	0,00	12.353,49	12.353,49
<i>Materia prima</i>		6.721,80	6.721,80
<i>Mano de obra directa</i>		817,94	817,94
<i>Sueldo ventas</i>		1.614,01	1.614,01
<i>Sueldo administrativo</i>		1.614,01	1.614,01
<i>Gasto arriendo</i>		150,00	150,00
<i>Combustible y lubricantes</i>		133,50	133,50
<i>Suministros y materiales</i>		810,93	810,93
<i>Servicios básicos</i>		369,00	369,00
<i>Contingencia</i>		122,31	122,31
<i>Total</i>	15.566,77	18.507,33	34.074,09



4.5.2 Presupuestos

TABLA 4-26 CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN.

<i>CLASIFICACIÓN LA INVERSIÓN</i>	
<i>DETALLE</i>	<i>VALOR</i>
<i>Activos fijos</i>	<i>20.310,06</i>
<i>Activos diferidos</i>	<i>1.410,54</i>
<i>Capital de trabajo</i>	<i>12.353,49</i>
<i>TOTAL</i>	<i>34.074,09</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

TABLA 4-27 FINANCIAMIENTO

<i>FINANCIAMIENTO</i>	
<i>Préstamo</i>	<i>11.785,53</i>
<i>Propio</i>	<i>15.566,77</i>
<i>Proveedores</i>	<i>6.721,80</i>
<i>Total financiamiento</i>	<i>34.074,09</i>

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

TABLA 4-28 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIDO	CAPITAL	INTERESES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	11.785,53	2.121,39	3.928,51	6.049,90	7.857,02
2	7.857,02	1.414,26	3.928,51	5.342,77	3.928,51
3	3.928,51	707,13	3.928,51	4.635,64	0,00

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

TABLA 4-29 GASTOS AMORTIZACIÓN

GASTOS DE AMORTIZACIÓN						
RUBROS ACTIVOS DIFERIDOS	PROYECCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Gastos de organización</i>	239,96	47,99	47,99	47,99	47,99	47,99
<i>Gastos de instalación</i>	400,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
<i>Gastos publicidad</i>	460,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
<i>Gasto de capacitación personal</i>	200,00	40,00	80,00	80,00	80,00	80,00
<i>Gastos de experimentación</i>	96,62	19,32	19,32	19,32	19,32	19,32
<i>Imprevistos 1%</i>	13,97	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79
TOTAL GASTO DIFERIDO	1410,54	282,11	282,11	282,11	282,11	282,11
SALDO DE DIFERIDO	1410,54	1128,43	846,33	564,22	282,11	0,00

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.2.1 Presupuesto de Costos de Producción

TABLA 4-30 COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS DE PRODUCCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	26.887,20	27.992,26	29.142,75	30.340,51	31.587,51
Mano de obra directa	2.516,65	2.620,08	2.727,77	2.839,88	2.956,60
Materiales indirectos	365,60	380,63	396,27	412,56	429,51
Combustibles y lubricantes	534,00	534,00	534,00	534,00	534,00
Servicios básicos	738,00	768,33	799,91	832,79	867,01
Suministros y materiales	1.946,23	2.026,22	2.109,50	2.196,20	2.286,46
Mantenimiento de equipos	180,00	187,40	195,10	203,12	211,47
Depreciación de maquinaria y equipo	208,80	208,80	208,80	208,80	208,80
Amortización gasto de experimentación	19,32	19,32	19,32	19,32	19,32
Contingencia (1%)	122,31	127,34	132,57	132,57	132,57
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	33.518,11	34.864,38	36.265,99	37.719,75	39.233,26

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.2.2 Presupuesto de Gastos de Administración

TABLA 4-31 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

<i>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</i>					
<i>Gastos. Arriendo</i>	600	624,66	650,33	677,06	704,89
<i>Amortización gastos organización</i>	47,99	47,99	47,99	47,99	47,99
<i>Amortización gastos capacitación</i>	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
<i>Sueldos</i>	4.966,00	5.170,10	5.382,60	5.603,82	5.834,14
<i>Servicios básicos</i>	369,00	384,17	399,96	416,39	433,51
<i>Suministros y materiales</i>	324,37	337,70	351,58	366,03	381,08
<i>Depreciación de equipo de computo</i>	186,12	125,96	125,96	125,96	125,96
<i>Depreciación de muebles y enseres</i>	65,25	65,25	65,25	65,25	65,25
<i>Imprevistos (1%)</i>	13,97	14,54	15,14	15,76	16,41
<i>Total gasto de administración</i>	6.612,70	6.810,38	7.078,81	7.358,27	7.649,22

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.2.3 Presupuesto de Gastos de Ventas

TABLA 4-32 GASTOS DE VENTAS

<i>GASTO DE VENTAS</i>					
<i>Sueldos</i>	4.966,00	5.170,10	5.382,60	5.603,82	5.834,14
<i>Amortización gastos. publicidad</i>	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
<i>Suministros y materiales</i>	973,12	1.013,11	1.054,75	1.098,10	1.143,23
<i>Imprevistos (1%)</i>	47,92	49,89	51,94	54,07	56,30
<i>Depreciación de muebles y enseres</i>	65,25	65,25	65,25	65,25	65,25
<i>Servicios básicos</i>	369,00	384,17	399,96	416,39	433,51
TOTAL GASTO DE VENTA	6.513,29	6.774,52	7.046,49	7.329,64	7.624,42

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.2.4 Presupuesto Financiero

TABLA 4-33 GASTOS FINANCIEROS.

<i>GASTO FINANCIERO</i>				
<i>Intereses bancarios</i>	2.121,39	1.414,26	707,13	
TOTAL GASTO FINANCIERO	2.121,39	1.414,26	707,13	

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias

TABLA 4-34 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

<i>RUBROS</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>
<i>Ventas netas</i>	59.256,00	61.691,42	64.226,94	66.866,67	69.614,89
<i>(-) Costo de producción</i>	33.518,11	34.864,38	36.265,99	37.719,75	39.233,26
<i>(=) Utilidad bruta</i>	25.737,89	26.827,04	27.960,95	29.146,92	30.381,63
<i>(-) Gasto de administración</i>	6.612,70	6.810,38	7.078,81	7.358,27	7.649,22
<i>(-) Gasto de ventas</i>	6.513,29	6.774,52	7.046,49	7.329,64	7.624,42
<i>(=) Utilidad operativa</i>	12.611,90	13.242,14	13.835,65	14.459,01	15.107,98
<i>(-) Gasto financiero</i>	2.121,39	1.414,26	707,13		
<i>(=) Utilidad antes de reparto utilidades</i>	10.490,50	11.827,88	13.128,52	14.459,01	15.107,98
<i>(-) Reparto de utilidades</i>					
<i>(-) Impuesto renta</i>					
<i>(=) UTILIDAD NETA</i>	10.490,50	11.827,88	13.128,52	14.459,01	15.107,98

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.4 Estado de Situación Financiera

TABLA 4-35 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

<i>DETALLE</i>	<i>AÑO 0</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>
<i>ACTIVOS</i>						
<i>Activo corriente (capital de trabajo)</i>	12.353,49	21.801,87	18.320,45	14.802,30	15.242,51	15.708,33
<i>Inventarios</i>	948,14					
<i>Activo fijo</i>	19.361,92	19.361,92	19.361,92	19.361,92	19.361,92	19.361,92
<i>Depreciación acumulada</i>		465,26	930,52	1.395,78	1.861,04	2.326,30
<i>Ac. Diferidos (valor anual amortización)</i>	1.410,54	1.128,43	846,33	564,22	282,11	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	34.074,09	42.757,48	39.459,22	36.124,22	36.747,58	37.396,55
<i>PASIVO</i>						
<i>PASIVO CORRIENTE (INTERESES BANCARIOS)</i>		2.121,39	1.414,26	707,13		
<i>PASIVO LARGO P. (CRÉDITO BANCARIO)</i>	11.785,53	7.857,02	3.928,51	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVOS	11.785,53	9.978,41	5.342,77	707,13	0,00	0,00
<i>PATRIMONIO</i>						
<i>CAPITAL</i>	22.288,57	22.288,57	22.288,57	22.288,57	22.288,57	22.288,57
<i>UTILIDAD DE EJERCICIO (UTILIDAD NETA)</i>	0,00	10.490,50	11.827,88	13.128,52	14.459,01	15.107,98
TOTAL DE PATRIMONIO	22.288,57	32.779,07	34.116,44	35.417,09	36.747,58	37.396,55
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	34.074,09	42.757,48	39.459,22	36.124,22	36.747,58	37.396,55

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

4.5.5 Estado de Flujo del Efectivo

TABLA 4-36 FLUJO DE EFECTIVO

<i>RUBROS</i>	<i>AÑO 0</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>
<i>Ventas</i>		59.256,00	61.691,42	64.226,94	66.866,67	69.614,89
<i>Costos de producción</i>		33.518,11	34.864,38	36.265,99	37.719,75	39.233,26
<i>Gastos administración</i>		6.612,70	6.810,38	7.078,81	7.358,27	7.649,22
<i>Gastos ventas</i>		6.513,29	6.774,52	7.046,49	7.329,64	7.624,42
<i>Gastos financieros</i>		2.121,39	1.414,26	707,13	-	-
<i>Utilidad. Antes de Rep. útil. E imp</i>		10.490,50	11.827,88	13.128,52	14.459,01	15.107,98
<i>Utilidad neta</i>		10.490,50	11.827,88	13.128,52	14.459,01	15.107,98
<i>Depreciaciones</i>		465,26	465,26	465,26	465,26	465,26
<i>Amort. Act. Nominal</i>		282,11	282,11	282,11	282,11	282,11
<i>Inversión maq. Y equipo</i>	17.300,00					
<i>Inv. Terre y obra física</i>						
<i>Inversión otros</i>	2.962,14					
<i>Inv. Act. Nominal</i>	1.410,54					
<i>Inv. Capital de trabajo</i>	12.353,49					
<i>Vehículo</i>						
<i>Imprevistos</i>	47,92					
<i>Recup. Capital trabajo</i>						
<i>Préstamo</i>						
<i>Amort. Préstamo</i>		(3.928,51)	(3.928,51)	(3.928,51)	-	-
<i>FLUJO DE CAJA</i>	34.074,09	7.309,36	8.646,74	9.947,38	15.206,38	15.855,35

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Estado financiero

4.5.6 Evaluación Económica

Liquidez o prueba acida

$$\text{Prueba acida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Prueba acida} = \frac{18.369,00 - 940,14}{9978,41}$$

$$\text{Prueba acida} = \frac{20861,73}{9978,41}$$

$$\text{Prueba acida} = 2,09$$

4.5.7 Evaluación Financiera

4.5.7.1 FNE

TABLA 4-37 FNE

<i>Datos</i>		<i>Utilidades</i>		<i>Flujos Neto de caja</i>
<i>Inversión Inicial</i>		\$ 34.074,09		\$ 34.074,09
<i>Año 1</i>	=	\$ 7.309,36		\$ 7.309,36
<i>Año 2</i>	=	\$ 8.646,74		\$ 8.646,74
<i>Año 3</i>	=	\$ 9.947,38		\$ 9.947,38
<i>Año 4</i>	=	\$ 15.206,38		\$ 15.206,38
<i>Año 5</i>	=	\$ 15.855,35		\$ 15.855,35

Realizado por: Nathaly Chicaiza
Fuente: Estado financiero

Análisis:

Este dato se tomó de la tabla de flujo de caja desde el primer año en adelante y es la base para la evolución del proyecto para aplicar las fórmulas de los diferentes indicadores financieros.

4.5.7.2 VAN

TABLA 4-38 VAN

<i>Año</i>	<i>Flujo de Efectivo</i>	<i>Factor de Actualización</i>	<i>Valor Actualizado</i>
<i>1</i>	\$ 7.309,36	<i>0,8928571428571</i>	\$ 6.526,22
<i>2</i>	\$ 8.646,74	<i>0,7971938775510</i>	\$ 6.893,13
<i>3</i>	\$ 9.947,38	<i>0,7117802478134</i>	\$ 7.080,35
<i>4</i>	\$ 15.206,38	<i>0,6355180784048</i>	\$ 9.663,93
<i>5</i>	\$ 15.855,35	<i>0,5674268557186</i>	\$ 8.996,75
<i>Flujo Actualizado</i>			\$ 39.160,37
<i>(-) Inversión de 5 ños</i>			\$ 34.074,09
<i>VAN1</i>			\$ 5.086,28

Análisis

Para obtener este resultado se lo realiza a base del flujo neto de efectivo del periodo de la vida útil del proyecto que se refiere del año 1 hasta el año 5 para determinar la viabilidad del emprendimiento, si el van es mayor que cero el proyecto es rentable, lo cual nos indica que este proyecto es viable porque se ha obtenido un van de 5.086,28.

4.5.7.3 TIR

$$\text{TIR} = r1 + (r2 - r1) * (\text{VAN1} / \text{VAN1} - \text{VAN2})$$

$$\text{TIR} = 17,15\%$$

La Tasa Interna de Retorno es la medida utilizada en la evaluación del proyecto que está relacionado con el Valor Actual Neto, dándonos la medida relativa de la rentabilidad del proyecto el cual tenemos el 17 % indicando que es rentable el proyecto, mientras más alto sea el TIR más rentabilidad tiene el proyecto.

4.5.7.4 Razón B/C

$$\text{Razón B / C} = \frac{\text{Flujo Neto de caja Actualizado}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{Razón B / C} = \frac{\$ 39.160,37}{\$ 34.074,09}$$

$$\text{Razón B / C} = \$ 1,15$$

Análisis.

Razón beneficio costo nos indica que el resultado obtenido en el RC/B determinar el monto de utilidad obtenida por una inversión determinada, en este caso por cada \$ 1 de inversión vamos a obtener \$ 1,15 dólar de utilidad.

4.5.7.5 Periodo de recuperación

TABLA 4-39PRR

PRR=	Año anterior a la recuperación	+	$\frac{\text{Costo no recuperado}}{\text{Recuperación total}}$
PRR=	4	+	$\frac{\$ 3.910,48}{\$ 8.996,75}$
PRR=	4,43	Años	
	3,48	meses	
	14,4	días	
PRR= 4 años, 3 meses y 14 días			

TABLA 4-40 EVALUACIÓN SOCIAL

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	33500	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0,0090%

Realizado por: Nathaly Chicaiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

4.5.8 Evaluación Ambiental

La empresa del sector de alimentos y bebidas son productos y desecho tanto como inorgánicos y orgánicos y es por ello de cafetería deyv's se enfocar a disminuir desechos en base de la aplicación de la regla de las 3Rs con un fin de causar el mínimo impacto al medio ambiente.

El fin que la cafetería con esta regla tiene el de reducir los residuos generados, reciclar y reutilizar productos ya que de esta manera se convierte en un consumidor responsable y sobre todo ayuda a ahorrar dinero

4.6 Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Posteriormente de haber ejecutado el estudio de mercado, nos indica que tiene un alto grado de aceptabilidad por parte de la demanda insatisfecha, para la implementación de una cafetería por lo cual indica que el proyecto es viable, siendo altamente competitivo el mercado de alimentos y bebidas debido a la exigencia de los consumidores se diseñan estrategias en cuanto al producto, precio, plaza y promoción haciendo de los productos nuevos e innovadores.
- Referente al estudio técnico, legal, administrativo del medio ambiente y financiero del proyecto, se cumplió con el objetivo primordial de los mencionados estudios, realizando un manual de funcionamiento el cual permitirá al personal de la cafetería a conservar el orden y garantizar un producto de excelencia, cumpliendo con los requisitos de constitución y permisos de funcionamiento, se elaboró una matriz en base a las 3Rs una estructura organizacional para la correcta operación y el manejo económico del proyecto el cual se ha concluido que no existe ningún impedimento para ser emprendido y poner en marcha el proyecto.
- Una vez Concluido el estudio financiero se determinó la factibilidad de la implementación de la cafetería en la Parroquia Quito con los siguientes resultados: la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de un 20 %, Valor Actual Neto (VAN) positivo es igual a \$ 7.764,97 la Relación Beneficio/Costo de 1,25 y el Periodo de Recuperación de la Inversión será de 4 años, 3 meses 14 días, cuyo resultado indica que el proyecto es factible y viable en el cual demuestra que es factible invertir en el emprendimiento.

Recomendaciones

- De acuerdo a los resultados del estudio de mercado indica que se deberá enfocar en las promociones y precios para que sea llamativo para los consumidores a los cuales se dirige satisfaciendo las necesidades y así poder cubrir la demanda insatisfecha.
- Para brindar una atención y servicio eficiente y eficaz ejecutar de manera correcta el manual también dando capacitaciones para que así los trabajadores estén aptos para desempeñar el cargo que se les designe y cumplan correctamente sus obligaciones.
- El estudio financiero del presente proyecto de inversión da un resultado positivo el cual será importante ejecutarlo correctamente para el desarrollo del emprendimiento dada su alta rentabilidad para los inversionistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, E.** (02 de 04 de 2014). *Gastronomía Definición* . Obtenido de Gastroenterologo infantil: <http://gastroenterologoinfantil.blogspot.com/2014/04/gastronomia-definicion.html>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: MC GRAW HILL.
- Buenaño, C. (03 de septiembre de 2012). *Estudio de factibilidad para la cafetería COFEE VIP*. Obtenido de Repositorio digital Escuela Politécnica del Ejército: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5742/1/T-ESPE-034239.pdf>
- Costeo Estandar. (03 de 02 de 2017). *Formato del costeo estándar*. Obtenido de Costeo Estandar: <https://catedraalimentacioninstitucional.files.wordpress.com/2017/02/90711227-formato-de-costeo-estandar-gastronomia-a-libreta-abierta-1.pdf>
- D. El País. (01 de 12 de 2013). *El País.com*. Obtenido de http://elpais.com/diario/2005/06/14/cvalenciana/1118776700_850215.html
- Franquicias de café. (09 de septiembre de 2013). *Cómo dar el mejor servicio en una cafetería*. Obtenido de Franquicias de café: <http://www.franquiciasdecafe.com.mx/como-dar-el-mejor-servicio-en-una-cafeteria/>
- García Ortiz, P. P., García Ortiz, F., & Gil Muela, M. (2010). *OPERACIONES BÁSICAS Y SERVICIO EN BAR Y CAFETERÍA*. ESPAÑA: PARANINFO.
- Gutierrez de Alva, C. I. (2012). *Historia de la gastronomía* . MEXICO: RED TERCER MILENIO.
- Jiménez , G. (25 de 04 de 2007). *Tipos de batidos y sus consistencias*. Obtenido de Cursos para compartir lo que sabes: <http://www.mailxmail.com/mail/printmail.cfm?idc=14299&nCap=6>

- Ramirez, D., Domínguez, Y., & Vida, A. (03 de marzo de 2009). *Etapas del análisis de factividad*. Obtenido de Contribuciones a la Economía: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Rangel, G. (12 de JUNIO de 2013). *Innovacion para la escuela*. Obtenido de Nathaly Olguin: <http://natalyolguin12.blogspot.com/2013/06/innovacion-para-la-escuela.html>
- Rosell, J. (2013). *Gestión de bar y cafeterías estrategias de éxito para su creación, organización y control*. España: ideaspropias editorial.
- Universidad interamericana . (2013). *Introducción a la gastronomía*. México DF.: UNID.
- Villegas, A. (2012). *Elaboración y exposición de comidas en el bar y cafetería*. España: Ideas propias editorial.
- Villegas, A. (2012). *Elaboración y exposición de comidas en el bar y cafetería*. España: IDEAPROPIA.

Anexos

Anexo a: Modelo de Encuesta.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PUBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
ENCUESTA



Objetivo. - realizar un estudio de factibilidad para determinar el nivel de aceptabilidad de la implementación de la cafetería en la panadería “El buen pan” en el sector del sur de Quito.

Lea cuidadosamente y Marque con una X según su criterio.

1.- ¿Le gustaría que se implemente una cafetería en “la panadería El buen pan” en el barrio “Reino De Quito”?

SI

NO

¿Por qué?

2.- ¿Si se llegara a realizar la implementación de la cafetería usted nos visitaría?

SI

NO

3.- ¿le gustaría que en la cafetería se oferte preparaciones a base de productos de la región como sandwiches con pan de remolacha, de apio, de albaca, de paico y postres utilizando la zanahoria, zapallo, ambo y remolacha?

SI

NO

4.- ¿Escoja el slogan con el que le gustaría que se identifique la cafetería?

El placer de serviles El deleite para su paladar Gustito de todos los días

5.- ¿Cuál sería el rango económico de consumo que usted estaría dispuesto a realizar en la cafetería?

5-10 15-20 25 o mas

6.- ¿Con qué frecuencia visitaría la cafetería?

diario mensual semanal

7.- ¿Le gustaría que se brinde el servicio a domicilio?

SI

NO

8.- ¿Le gustaría que exista un día a la semana la promoción de dos por uno en la cafetería?

SI

NO

9.- ¿Le gustaría tener descuento por la constancia de consumo?

SI

NO

10.- ¿Porque medios le gustaría recibir información acerca de la cafetería?

Radio Televisión Redes sociales Afiches

11.- ¿usted ha visitado otros establecimientos que le brinde los servicios de cafetería?

SI

NO

❖ Puede mencionar el nombre de los establecimientos

visitados.

❖ ¿Mencione usted si se encuentra satisfecho con los productos y servicios brindados por los establecimientos anteriormente visitados?

SI

NO

GRACIAS POR SU ATENCION

Anexo c: manual de funcionamiento



MANUAL DE FUNCIONES





CAFETERIA DEYV ` S
El deleite para su paladar

Contenido

Misión.....	3
Visión.....	3
Políticas	5
Valores.....	7
Organigrama Estructural	9
Horario de entrada y salida	10
Funciones del Personal.....	11
chef.....	11
Cajero	13
Mesero	14
Normas para el uso del uniforme	15
Normas del Mesero	16
Higiene personal.....	16
Conocimientos de los alimentos y bebidas	16
Personalidad.....	16
Actitud hacia los clientes.16Reglas del personal.	18
.....	18
Uso correcto de lavarse las manos.....	20
Normas básicas de higiene para manipular alimentos.....	21

Misión

Brindar el servicio de cafetería con calidez y calidad empleando normas básicas de higiene y equipo acorde. Aplicando técnicas que garanticen la inocuidad del producto elaborado, respondiendo a las necesidades de los paladares que buscan nuevos e innovadores texturas y sabores.

Visión

Ser una de las microempresas referentes en el ámbito local en la producción de preparaciones con calidad, con alto valor nutricional e innovación para el deleite y pleitesía de la comunidad quiteña en los próximos 5 años.



Políticas

- 1.- Contar con personal capacitado.
- 2.- Sistema de comunicación interna.
- 3.- Todos los empleados deben ocupar el uniforme asignado.
- 4.- Presentar los precios de forma clara y visible de los alimentos y bebidas que se ofrece.
- 5.- mantener una buena relación con los proveedores.



Valore

Valores Corporativos

Solidaridad.

Participación.

Equidad.

Honestidad.

Lealtad.

Valores de trabajo

Responsabilidad.

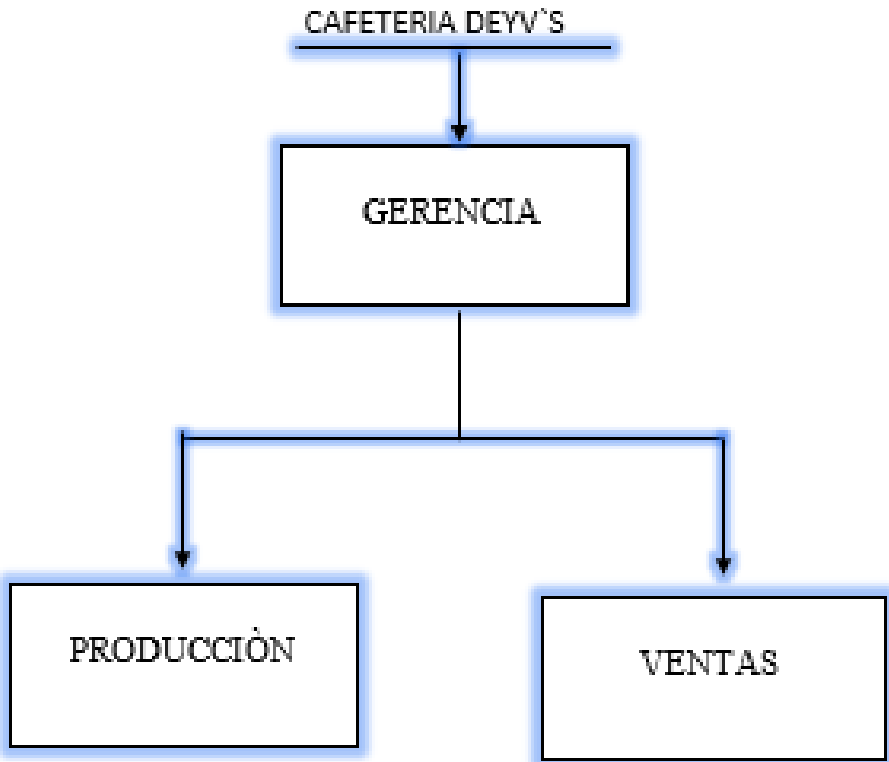
Colaboración.

Respeto.

Puntualidad.



Organigrama Estructural



Horario de entrada y salida

CARGOS	HORARIO
CHEF	12:00 A 22:00
MESERO	2:00 A 22:00
CAJERO	2:00 A 22:00
MAESTRO	4:00 A 08:00
PANIFICADOR	12:00 A 16:00



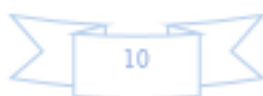
Funciones del Personal

Chef

- ❖ Organizar la cocina.
- ❖ Supervisar la limpieza y calidad de los productos.
- ❖ Contratar personal.
- ❖ Manejo de presupuestos.
- ❖ Supervisar la cocina al momento del servicio.
- ❖ Hacer los pedidos de materia prima.
- ❖ Organizar su equipo de trabajo.
- ❖ Capacitar a su personal.
- ❖ Elaborar os menús.
- ❖ Limpiar su aria antes y después de trabajar.
- ❖ Disminuir a máximo os desperdicios.

Perfil

- ❖ Sexo indistinto
- ❖ Edad de 20 -40 años
- ❖ Preparación tercer nivel
- ❖ Buena presencia
- ❖ Experiencia 1 año
- ❖ Licenciado en gestiones gastronómica



Cajero

- ❖ Brindar información a los clientes sobre los precios de los alimentos y bebidas ofertadas por la cafetería.
- ❖ Contestar las inquietudes de los clientes.
- ❖ Realizar diariamente el cierre de caja de las ventas.
- ❖ Preparar diariamente el informe del balance de caja.
- ❖ Mantener una excelente imagen de su área de trabajo.

perfil

- ❖ Sexo mujer
- ❖ Edad de 20 -30
- ❖ Bachiller contable
- ❖ Buena presencia
- ❖ Honesta ante toda prueba
- ❖ Atención al cliente y ventas



Mesero

- ❖ Conocer el sistema para escribir órdenes.
- ❖ Servir los alimentos y bebidas a la mesa.
- ❖ Presentar a los clientes la carta de la cafetería.
- ❖ Ayuda acomodar a los clientes en las mesas.
- ❖ Conocer los ingredientes de las preparaciones conoces el uso del material y equipos de la cafetería.
- ❖ atender a los clientes con respeto teniendo siempre una sonrisa.

perfil

- ❖ Sexo indistinto
- ❖ Edad 20-25
- ❖ Bachiller
- ❖ Experiencia 1 año
- ❖ Buena presencia
- ❖ Conocimientos de atención al cliente



Mesero

- ❖ Conocer el sistema para escribir órdenes.
- ❖ Servir los alimentos y bebidas a la mesa.
- ❖ Presentar a los clientes la carta de la cafetería.
- ❖ Ayuda acomodar a los clientes en las mesas.
- ❖ Conocer los ingredientes de las preparaciones conoces el uso del material y equipos de la cafetería.
- ❖ atender a los clientes con respeto teniendo siempre una sonrisa.

perfil

- ❖ Sexo indistinto
- ❖ Edad 20-25
- ❖ Bachiller
- ❖ Experiencia 1 año
- ❖ Buena presencia
- ❖ Conocimientos de atención al cliente



Normas para el uso del uniforme

chef

1. Mallas para cabello.
2. guantes para la manipulación de los alimentos.
3. pantalón de cocina.
4. Chaqueta.

Mesero

1. Falda de tela
2. Blusa con el logo de la cafetería
3. Faldón

Cajera

1. pantalón jean
2. Camiseta con el logo de cafetería



Normas del Mesero

Higiene personal

Esto es lo más importante ya que es quien manipula constante mente los alimentos y trabaja cerca del cliente.

Conocimientos de los alimentos y bebidas

El mesero poseer suficiente conocimiento de los artículos que aparece en el menú a fin de aconsejar al cliente y ofrecerle ciertas sugerencias

Personalidad.

Deben ser atentos y tener un buen carácter y de un ánimo bien dispuesto para realizar su trabajo debe conversar con los clientes de una forma amable utilizando un lenguaje correcto y siempre atender a los clientes con una sonrisa



Actitud hacia los clientes.

El mesero no debe actuar de una forma servil, sino anticiparse a la necesidad de los clientes. debe vigilar a los clientes con cuidado durante el servicio, pero sin mirarlos con fijeza y sobre todo tener cuidado cuando trata con un cliente difícil, y mucho menos discutir con un cliente.

Presentación

el mesero siempre debe mantener los más elevados estándares.

Siempre atenderles a los clientes de la mejor manera siendo cordiales ya que la primera impresión en el área de servicio crea una imagen favorable para atraer una clientela mayor.



Reglas del personal.


1. No fumar dentro de la cafetería.
2. No comer dentro de área de producción.
3. No masticar chicle dentro de área de producción ni de servicio.
4. No beber dentro de la cafetería.
5. Lavarse las manos después de ir al baño, toser, periodos de descanso, usar el teléfono y manipular recipientes sucios.
6. No utilizar el uniforme sucio.
7. No manipular los equipos y el producto si se padece una enfermedad infectocontagiosa.
8. Mantener el cabello cubierto con mallas en producción.
9. No utilizar fragancias corporales fuertes.





10. Tener uñas cortas y sin esmalte.
11. No utilizar el mesero maquillaje fuerte.
12. No reutilizar accesorios desechables como guantes.
13. Desinfectar el área de producción y equipos antes de su uso.
14. Mantener limpio y ordenado el área de trabajo
15. Prohibido sentarse o arrimarse sobre los equipos y materiales de producción.





Uso correcto de lavarse las manos


- 


1
Humedezca las manos con agua.
- 


2
Aplique suficiente jabón. Para cubrir toda la superficie de las manos.
- 


3
Frote sus manos palma a palma.
- 


4
Frote circularmente hacia atrás y hacia delante con la yema de los dedos de la derecha para con la izquierda y viceversa.
- 

5
Coloque la mano derecha encima del dorso de la mano izquierda, los dedos y viceversa.
- 

6
Apriete el pulgar izquierdo con la mano derecha, frote circularmente y toque lo mismo en la otra mano.
- 

7
Enjuague con agua desde los dedos hasta la muñeca.
- 

8
Seque las manos con un toallito desechable o secador.
- 

9
Use el toallito desechable para cerrar la llave.
- 

10
Manos limpias protegen nuestra SALUD.

Normas básicas de higiene para manipular alimentos

No habar, toser o estornudar sobre los alimentos

Informar de cualquier enfermedad

Cubrir y proteger las heridas

Evitar joyas y objetos personales

Utilizar ropa de trabajo exclusiva y limpia



Anexo d: la carta



Deyv's

BATIDOS

GUANABANA Y MORA	1.77
PIÑA Y COCO	1.89
GALLETA OREO	2.50

JUGOS

KIWI Y FRUTILLA	1.34
MANGO, MELON Y SANDIA.....	1.57
FRUTOS VERDES (PERA, KIWI)	1.74
FRUTOS ROJOS (FRUTILLA, MORA) ...	1.11

CAFÉ CAPUCHINO	2.97
CAFÉ PASADO	0.57
AGUAS AROMATICAS	0.37

Cafeteria
Deyv's

El deleite para su paladar

DIRECCIÓN: BARRIO REINO DE GUITO
CALLE INTIRAYMI Y ECOMENDEROS
TELÉFONO 0987896333

Panadería

ROLLOS DE CANEA0,50	PAN DE APIO 0,14	SANDUCHE CLUB (TOCINO,JAMON,QUESO)2,50
TORTA DE ZANAHOCA 0,74	PAN CRAPRISSE (ARZAROLA, TOMATE, ALBACA)0,40	SANDUCHE DE POLLO (POLLO, JAMON, QUESO)3,00
TORTA DE CHOCOLATE0	PAN PIZZA0,50	SANDUCHE EXPRES (BUEVO, JAMON, QUESO).....1,74
PROFITEROLES1,09	PAN PROVENZAL (ORIGAMI, TOMERRO, AJI)0,23	QUICHEN DE VERDURAS1,25
SUSPIRO LIMEÑO DE OCA0,66	PAN DE CEREALES (CHÉ, AVENA, LINAZA, AJONJOLÍ)0,25	
MOUSSE DE REMOLACHA.....1,55	PAN QUITENO (DULCE DE GUAYABA)0,25	
	CANASTITAS DE PAN (PAN DE APIO, CRAPRISSE, PIZZA, PROVENZAL, CEREAL, QUITENO)3,00	

