



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

TEMA:

“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TRADICIONAL CON TÉCNICAS ARTESANALES EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2016”

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Emprendimientos

Previo a la obtención del título de

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

DENNYS NORBERTO CHÁVEZ FLORES

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Verónica Llangari
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Lunes 27 de Marzo de 2017

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento titulado “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TRADICIONAL CON TÉCNICAS ARTESANALES EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2016” del señor Dennys Norberto Chavez Flores ha sido revisado y autorizado para su publicación.

Ing. Verónica Llangari
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Silvia Tapia
MIEMBRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Dennys Norberto Chavez Flores

060475935-7

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios y a mis padres por haberme sabido guiar, emprender hacia un camino de perseverancia y paciencia en la realización de este proyecto para poder cumplir mi objetivo expuesto en el mismo ya que es el inicio de mi carrera como futuro profesional. Dejo mi más profunda gratitud y reconocimiento a nuestra querida institución la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” por haberme abierto las puertas día a día en este camino de superación mediante mi esfuerzo, dedicación y compromiso constante a nuestros tutores que nos ayudaron de alguna u otra manera aportando con un granito de arena en que se haga posible la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

El presente trabajo de emprendimiento está dedicado a mis padres por su constancia, su apoyo en todo momento por darme siempre ánimo en cada instante que duro de nuestras vidas. A mis hermanos, a mis amigos que forman parte de mi vida de una u otra forma contribuyeron para salir adelante a todos ellos gracias por todo.

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad pretende la creación de una cafetería tradicional que implemente técnicas artesanales en el cantón de Riobamba, provincia de Chimborazo, en esta investigación se utilizó una metodología de tipo descriptiva, e investigación bibliográfica y de campo. Para ejecutar este emprendimiento y cumplir con todos los objetivos planteados se plasmó diferentes estudios como: el Estudio de Mercado, se determinó que existe una demanda insatisfecha del 92%, el Estudio Técnico se determinó el tamaño y la localización en la cual se va a ubicar el proyecto, así como la capacidad de producción, en el estudio ambiental se estipuló las medidas de mitigación señalando que no se causará ningún daño ambiental, en el estudio administrativo se analizó los perfiles de los empleados con sus respectivos salarios y su proceso de inducción a la empresa, en el estudio legal se realizó la investigación de la ley del artesano para su aplicación en el presente emprendimiento; en el estudio financiero constan todos los presupuestos y las características necesarias para la aplicación del proyecto, en el cual se detalla el total de la inversión en \$ 26.713,97 compuesto de un préstamo de \$18.000,00, con proveedores para materia prima de \$ 2213,97 y con un capital propio de \$6.500,00 el cual se utilizará para poder ejecutar la idea del negocio. Al aplicar los índices económicos financieros, se concluye que este proyecto de emprendimiento es rentable ya que el VAN es de \$ 38.420,75. La TIR es de un 44%, la relación beneficio/costo es de \$ 1,98, el periodo de recuperación de la inversión será en 3 años, 1 mes y 18 días, lo que indica que el proyecto es viable.

Palabras Claves: <CAFETERÍA>, <EMPRENDIMIENTO>, <TÉCNICAS DE COCINA ARTESANAL>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS> <GASTRONOMÍA>

ABSTRACT

The present feasibility study aims at the creation of a traditional coffee shop, in which it was implemented artisanal techniques in the Riobamba Canton, Chimborazo province in this research was used a methodology of descriptive type, and bibliographical and field research. In order to execute this undertaking and to fulfill all the objectives set forth, different studies were formulated, such as: the Market Study, it was determined that there is an unsatisfied demand of 92%, The Technical Study determined the size and location in which the project will be located, as well as the production capacity, in the environmental study stipulated mitigation measures noting that no environmental damage will be caused, the administrative study analyzed the profiles of employees with their respective salaries and their induction process to the company, In the legal study the investigation of the law of the craftsman was realized for its application in the present undertaking; the financial study consists all the budgets and the necessary characteristics for the application of the project, in which the total investment is detailed in \$ 26,713.97 composed of a loan of \$ 18,000.00, which suppliers for raw material \$ 2213.97 and which a capital of \$ 6,500.00 which will be used to execute the idea of the business. When applying the financial economic indexes, it is concluded that this entrepreneurship project is profitable since the NPV is \$ 38,420.75. The IRR is 44%, the benefit/cost ratio is 1,98, the investment recovery period will be there years, 1 months and 18 days, indicating that the project is viable.

KEYWORDS: <COFFEE SHOP>, <ENTERPRISE>, <KITCHEN TECHNIQUES>, <FEASIBILITY STUDY>, <TECHNOLOGY, AND MEDICAL SCIENCES> <GASTRONOMY>.

1. Contenido	
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	2
AGRADECIMIENTO	5
CERTIFICACIÓN	2
DEDICATORIA	6
RESUMEN.....	7
INDICE DE TABLAS	14
INDICE DE GRAFICOS	16
INDICE DE CUADROS.....	17
INDICE DE ANEXOS.....	18
I. INTRODUCCIÓN	19
CAPÍTULO I.....	20
ASPECTOS GENERALES	20
II. OBJETIVOS	20
A. OBJETIVO GENERAL	20
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
III. MARCO TEÓRICO.....	21
A. CAFÉ	21
1. APORTE ENERGÉTICO Y DE NUTRIENTES.....	23
2. LA INFUSIÓN.....	23
3. HISTORIA DE LA CAFETERÍA	24
4. CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA	25
5. EL MEJOR CAFÉ	26
6. SERVICIO PERSONALIZADO	26
7. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	26
8. DISEÑO DEL MENÚ	26
9. LA ERGONOMÍA ES ESCENCIAL	27
10. VARIEDAD DE BEBIDAS	27
11. OFRECE ALIMENTOS.....	27
12. CAFETERÍA CERCA DE UNA UNIVERSIDAD.....	27
13. MENÚ ADECUADO	29
14. LOCAL ADECUADO	29
15. OFRECE WI-FI	29
B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	30
1. OBJETIVOS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	30
1.1. CARACTERÍSTICAS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	31

2. COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	31
2.1. ESTUDIO DE MERCADO	31
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	31
2.2. ESTUDIO TÉCNICO	32
OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	32
2.3. ESTUDIO LEGAL	33
OBJETIVO DEL ESTUDIO LEGAL	33
2.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	33
2.5. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	34
ESTUDIO FINANCIERO	34
IV. MARCO CONCEPTUAL.....	35
V. DESARROLLO DEL PROYECTO	36
INTRODUCCIÓN	36
VI. FASE DEL PROYECTO EMPRESARIAL	37
A. LLUVIA DE IDEAS.	37
B. SELECCIÓN INICIAL DE LAS IDEAS PARA EL PROYECTO.	37
C. EVALUACIÓN FINAL DE LAS IDEAS	38
D. JUSTIFICACIÓN	38
A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	39
VII. MISIÓN	40
VIII. VISIÓN	40
IX. OBJETIVO.....	40
X. POLÍTICAS	40
XI. ESTRATEGIAS	40
XII. VALORES Y PRINCIPIOS.....	41
A. TRABAJO	41
B. AXIOLÓGICOS	41
XIII. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS	41
A. DISTINGOS COMPETITIVOS	41
B. VENTAJAS COMPETITIVAS	42
XIV. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)	43
XV. METODOLOGÍA APLICADA	44
A. UNIVERSO	44
B. MUESTRA	44
XVI. INSTRUMENTO O TÉCNICAS A UTILIZARSE.....	45

XVII.	FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	45
XVIII.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
	CAPÍTULO II	59
	ESTUDIO DE MERCADO	59
I.	DEMANDA	59
II.	OFERTA	59
III.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA.....	59
IV.	PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO POBLACIONAL EN LA LÍNEA RECTA	60
V.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	61
VI.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	62
VII.	DEMANDA INSATISFECHA	63
VIII.	MIX DE MERCADO.....	64
	A. PRODUCTO	64
	B. PRECIO	65
	C. DISTRIBUCIÓN (PLAZA)	66
	D. COMUNICACIÓN (PROMOCIÓN)	66
	SERVICIO AL CLIENTE	66
IX.	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO.....	67
X.	COMPETENCIA	67
	COMPETENCIA DIRECTA DE LA CAFETERÍA	68
XI.	ANÁLISIS DEL SECTOR	68
XII.	CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL	69
XIII.	DETERMINACIÓN DE INVERSIÓN Y GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL	71
XIV.	TOTAL DE INVERSIÓN DEL ÁREA COMERCIAL.....	71
	CAPÍTULO III.....	72
	ESTUDIO TÉCNICO	72
I.	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA	72
	CAPACIDAD DE LA PLANTA	73
II.	DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	74
	A. MACRO LOCALIZACIÓN	75
	B. MICRO LOCALIZACIÓN	75
C.	RECETAS ESTÁNDAR- PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO (B/S)	76
D.	PROCESO DE PRODUCCIÓN	77
	1. Compra selección	77
	2. Recepción	77

3.	Almacenamiento y lavado	77
4.	Mise en place	77
5.	Producción	77
6.	Montaje	77
7.	Venta	77
8.	Servicio	77
	FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN	78
E.	DISEÑO DE LA PLANTA	80
F.	REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	82
	ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN	85
I.	ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	85
A.	CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS	85
B.	COMBUSTIBLE	85
C.	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	86
D.	DEPRECIACIÓN	87
E.	MATERIA PRIMA DIRECTA	88
F.	MANO DE OBRA DIRECTA	94
1.	ÁREA DE PRODUCCIÓN	94
II.	REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS ÁREA PRODUCCIÓN	96
III.	PROGRAMA PRE – OPERATIVO	97
	CAPÍTULO V	98
	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	98
I.	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	98
A.	ÁREA ADMINISTRATIVA	98
B.	ÁREA PRODUCTIVA	99
C.	ÁREA COMERCIAL	99
D.	ÁREA FINANCIERA	99
E.	ÁREA AMBIENTAL	99
II.	ORGANIGRAMA DE LA CAFETERÍA	100
III.	PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO	101
A.	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	102
B.	PERFIL DE LOS TRABAJADORES	102
	COSTOS SALARIALES	103
XIX.	PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN	104
2.1.-	DETERMINACIÓN DEL PERFIL	104

2.2.-RECLUTAMIENTO	104
2.3.- EVALUACIÓN	104
2.4.- SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN	104
2.5.- INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN	104
2.6.-MANUAL DE FUNCIONES	105
3. MARCO LEGAL	105
1. DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS LEGALES PARA LA CONTRIBUCIÓN LEGAL Y FUNCIONAMIENTO DE SU EMPRESA.....	106
2. OBLIGACIONES FISCALES DE LA EMPRESA ANUAL	107
CAPÍTULO VI.....	110
ESTUDIO AMBIENTAL	110
I. IMPACTO AMBIENTAL	110
II. ACCIONES REMEDIALES 3R	112
CAPITULO VII	113
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	113
I. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN	113
II. ESTADO DE FUENTES Y USOS	114
CLASIFICACIÓN DE INVERSIONES	115
III. TABLA DE AMORTIZACIONES	117
A. TABLA DE INTERÉS	117
B. TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS	117
IV. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	118
V. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	119
VI. PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA	119
VII. ESTADO DE RESULTADO	120
VIII. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	121
IX. FLUJO DEL EFECTIVO	122
CAPÍTULO VIII	123
ESTUDIO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA SOCIAL, Y AMBIENTAL.	123
I. EVALUACIÓN ECONÓMICA	123
SOLVENCIA O ENDEUDAMIENTO	123
A. PRUEBA ACIDA	123
B. VALOR ACTUAL NETO (VAN)	124
C. TASA INTERNA DE RETORNO	124
D. TMAR	125

E. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).....	126
F. RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	127
PUNTO DE EQUILIBRIO	128
C. EVALUACIÓN SOCIAL	130
CONCLUSIONES	131
RECOMENDACIONES	131
BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Selección De Las Ideas	37
Tabla 2 Evaluación Final de la idea	38
Tabla 3: Factibilidad de implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba	46
Tabla 4: Selección de logo	47
Tabla 5: Aceptabilidad de la cafetería tradicional.....	48
Tabla 6: Frecuencia de consumo	49
Tabla 7: Consumo en (\$) en la cafetería	50
Tabla 8: Decoración de la cafetería	51
Tabla 9: Factor de importancia en una cafetería	53
Tabla 10: Publicidad para la cafetería	54
Tabla 11: Producto favorito de la cafetería	55
Tabla 12: Bebida de preferencia para acompañar al consumo	56
Tabla 13: Consumo en otras cafeterías (competencia).....	57
Tabla 14: Población satisfecha con los servicios de las otras cafeterías	58
Tabla 15: Crecimiento poblacional	60
Tabla 16: Proyección de la demanda de la cafetería.....	61
Tabla 17: Proyección de la oferta.....	62
Tabla 18: Demanda insatisfecha	63
Tabla 19 Publicidad	71
Tabla 20 Inversión del área comercial	71
Tabla 21 Capacidad de la planta	73
Tabla 22 Localización del restaurante.....	74
Tabla 23: Localización de la planta.....	74
Tabla 24 Servicios Básicos.....	85
Tabla 25: Mantenimiento de equipos	86
Tabla 26: Depreciación de activos fijos	87
Tabla 27 Área Producción	94
Tabla 28 Área Administrativa	95
Tabla 29: Requerimientos de activos fijos área de producción	96
Tabla 30 Programa Pre operativo	97
Tabla 31: Área Administrativa	98
Tabla 32: Selección y contratación del talento humano	101
Tabla 33 Descripción del Puesto	102
Tabla 34 Perfil de los Trabajadores	102

Tabla 35 <i>Costos Salariales</i>	103
Tabla 36 <i>Análisis de la Inversión</i>	113
Tabla 37 <i>Fuente Y Usos del Proyecto</i>	114
Tabla 38 <i>Inversión de Activos Fijos</i>	115
Tabla 39 <i>Inversión Activos Diferidos</i>	115
Tabla 40 <i>Inversión Capital de Trabajo</i>	116
Tabla 41 <i>Detalle de Inversión</i>	116
Tabla 42 <i>Financiamiento</i>	116
Tabla 43 <i>Tabla de Amortización del Préstamo</i>	117
Tabla 44 <i>Amortización De Gastos Diferidos</i>	117
Tabla 45 <i>Costos de Producción</i>	118
Tabla 46 <i>Gastos de Administración</i>	119
Tabla 47 <i>Gastos de Ventas</i>	119
Tabla 48 <i>Estado de Resultados</i>	120
Tabla 49 <i>Estado de Situación Financiera</i>	121
Tabla 50 <i>Flujo de Caja</i>	122
Tabla 51 <i>Valor Actual Neto</i>	124
Tabla 52 <i>Costo Promedio Ponderado de Capital</i>	125
Tabla 53 <i>Periodo Real de la Recuperación de la Inversión</i>	126
Tabla 54 <i>Beneficio Costo</i>	127
Tabla 55 <i>Punto de Equilibrio</i>	128

ÍNDICE DE GRAFICOS

<i>Grafico 1:</i> Factibilidad de implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba	46
<i>Grafico 2:</i> Selección de logo.....	47
<i>Grafico 3:</i> Aceptabilidad de la cafetería tradicional	48
<i>Grafico 4:</i> Frecuencia de consumo	49
<i>Grafico 5:</i> Consumo en (\$) en la cafetería.....	50
<i>Grafico 6:</i> Decoración de la cafetería	51
<i>Grafico 7:</i> Factor de importancia en una cafetería.....	53
<i>Grafico 8:</i> Publicidad para la cafetería	54
<i>Grafico 9:</i> Producto favorito de la cafetería	55
<i>Grafico 10:</i> Bebida de preferencia para acompañar al consumo	56
<i>Grafico 11:</i> Consumo en otras cafeterías (competencia).....	57
<i>Grafico 12:</i> Población satisfecha con los servicios de las otras cafeterías	58
<i>Grafico 13:</i> Crecimiento poblacional.....	60
<i>Grafico 14:</i> Proyección de la demanda de la cafetería.....	61
<i>Grafico 15:</i> Proyección de la oferta.....	62
<i>Grafico 16:</i> Demanda insatisfecha.....	63
<i>Grafico 17</i> Logo.....	64
<i>Grafico 18</i> Tarjeta De Presentación.....	65
<i>Grafico 19</i> Análisis Del Sector	68
<i>Grafico 20</i> Macro Localización	75
<i>Grafico 21</i> Micro Localización	75
<i>Grafico 23</i> Flujograma de Producción.....	78
<i>Grafico 22</i> Flujograma de Producción.....	79
<i>Grafico 24</i> Diseño de la Planta	80
<i>Grafico 25</i> Organigrama Estructural de la Cafetería	100
<i>Grafico 26</i> Punto de Equilibrio	129

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 <i>Lluvia De Ideas</i>	37
Cuadro 2 <i>Foda</i>	43
Cuadro 3 <i>Segmentación del Mercado</i>	67
Cuadro 4 <i>Competencia</i>	68
Cuadro 5 <i>cargos y funciones del restaurante</i>	69
Cuadro 6 <i>ficha profesiográfica</i>	70
Cuadro 7 <i>Ficha Profesiográfica</i>	82
Cuadro 8 <i>Ficha Profesiográfica</i>	83
Cuadro 9 <i>Ficha Profesiográfica</i>	84
Cuadro 10 <i>Requisitos Legales</i>	106
Cuadro 11 <i>Obligaciones Fiscales</i>	107
Cuadro 12 <i>Impacto Ambiental</i>	110

INDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1 Carta</i>	134
<i>Anexos 2 Plano</i>	135
<i>Anexos 3 Triptico</i>	136
<i>Anexos 4 Encuesta</i>	137
<i>Anexos 5 Empandas De Verde</i>	140
<i>Anexos 6 Muchines De Yuca</i>	141
<i>Anexos 7 Sanduche</i>	142
<i>Anexos 8 Empanada De Carne</i>	143
<i>Anexos 9 Chocolate Caliente</i>	144
<i>Anexos 10 Café Americano</i>	145
<i>Anexos 11 Cappuccino</i>	146
<i>Anexos 12 Mocachino</i>	147
<i>Anexos 13 Agua Aromática</i>	148
<i>Anexos 14 Batido De Mora</i>	149
<i>Anexos 15 Jugos Naturales</i>	150
<i>Anexos 16 Limonada</i>	151
<i>Anexos 17 Frapuchino</i>	152
<i>Anexos 18 Milshake</i>	153
<i>Anexos 19 Torta Tres Leches</i>	154
<i>Anexos 20 Brazo Gitano</i>	155
<i>Anexos 21 Mouse De Limón</i>	156
<i>Anexos 22 Torta Mojada De Chocolate</i>	157
<i>Anexos 23 Torta De Durazno</i>	158
<i>Anexos 24 Manual</i>	159

I. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo se encuentran muchos establecimientos de cafeterías donde puede llevar acabo todo tipo de reuniones, que ofrecen brindar un servicio de calidad hacia los consumidores, ofreciendo preparaciones de la zona, cumpliendo las necesidades de los clientes.

El presente proyecto tiene como propósito dar a conocer una cafetería con un ambiente único, servicio de calidad y productos novedosos que se brindará a los estudiantes de la “ESPOCH”, de tal manera se incentiva a rescatar la cultura gastronómica de las preparaciones tradicionales de diferentes ciudades del país.

La presente investigación consta de tres unidades; En la primera se menciona los objetivos tanto generales como específicos, el marco teórico y conceptual, la metodología utilizada fue descriptiva y de campo para determinar la población y muestra.

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

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

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

II. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una cafetería tradicional, con técnicas artesanales, en el cantón de Riobamba provincia de Chimborazo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

III. MARCO TEÓRICO

A. CAFÉ

La etimología del vocablo café deja al descubierto un extenso recorrido que comienza con el árabe clásico qahwah, continúa con el turco kahve y llega hasta el italiano caffè, antes de adquirir la forma que lo distingue en el idioma español. (Merino J. P., 2016)

El café, cuenta su definición, es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. El cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto, presenta hojas opuestas de tonalidad verduzca, sus flores son blancas y sus frutos se exhiben en baya roja.

La semilla de este árbol, es decir, el café, suele medir cerca de un centímetro, siendo plana por una parte y convexa por la otra, con un surco longitudinal. Su color es amarillo verdoso.

Por extensión del término, se conoce como café a la bebida que se elabora mediante la infusión de esta semilla tostada y molida. Se trata de una bebida socializadora, ya que las personas suelen reunirse en torno a la práctica de beber café. En este sentido, el café es una excusa para las reuniones sociales y la conversación. Por ejemplo, la frase “Hoy fui a tomar un café con María” trasciende su significado explícito, ya que supone que la persona en cuestión mantuvo una charla con María. (Merino J. P., 2016)

A la hora de hablar de café no podemos pasar por alto el determinar que existen varios tipos de este producto y que se determinan en base al lugar de donde se producen. Así, por ejemplo, tenemos el café americano que es el que produce en Brasil y Caribe; el árabe que procede de Yemen y que se caracteriza por su sabor a fruta y por su alta calidad; el de Asia, y el de Hawái que tiene un sabor ácido. (Merino J. P., 2016)

Además de esta clasificación también podemos catalogar el café en base a su forma de preparación. Veamos algunas de las clases más conocidas o consumidas en todo el mundo:

Café con leche. Es el que se elabora a partir de una parte de café expreso (se realiza con cafetera express) y dos de leche.

Café vienés. Esta bebida se elabora con un alto porcentaje de café al que luego se le añade un poco de leche batida y chocolate.

Café moca. Este se realiza haciendo uso de la mezcla, a partes iguales, de café, leche y chocolate.

Café cortado. Es un café expreso al que se le añade unas gotitas de leche.

Café capuchino. Se elabora a partir de proporciones a partes iguales de leche, espuma de leche, café expreso y unos trocitos de chocolate.

Café bombón. Es el fruto de la unión de dos partes de café y una de leche condensada.

A grandes rasgos estas son las dos principales clasificaciones que se realizan del café, aunque también se puede llevar a cabo una tercera en base al dispositivo que se utiliza para elaborarlo y que determina que se pueda hablar de café expreso, café de puchero o café de cafetera de goteo. (Merino J. P., 2016)

Por otra parte, se conoce como café al establecimiento donde se comercializa y se ingiere esta bebida, así como también otras consumiciones: “Nos encontramos a las cinco en el café de Mario”, “Esta mañana desayuné en el café de la esquina”.

Por último, en algunos países se describe como café a una tonalidad del color marrón. (Merino J. P., 2016)

1. APOORTE ENERGÉTICO Y DE NUTRIENTES

El aporte energético del café es de 2 kcal por taza (tamaño típico), 1 mg. de sodio (Na), 2 mg. De calcio (Ca), 0.1 mg de hierro (Fe), 4 mg de fósforo (P) y 36 mg de potasio (K) estando constituida la bebida por un 98% de agua.

En muchos casos debido a que sus dosis controladas no son de efecto maligno, se lo ha suministrado para tratar migrañas y recuperación de intoxicación por barbitúricos. (Merino J. P., 2016)

2. LA INFUSIÓN

Café expreso con la clamosidad que lo distingue y espuma marrón rojiza. La bebida se obtiene por infusión del café molido en agua caliente. Existen numerosas variantes de este método:

- El café turco (o café griego), preparado haciendo hervir en el agua el café molido muy finamente, tres veces (se trata del método más antiguo).
- El café filtro, preparado haciendo pasar lentamente agua hirviendo a través de un filtro relleno de café molido.
- El café expreso, preparado haciendo pasar rápidamente agua hirviendo bajo presión a través del café molido.
- El ristretto en español significa restringido), todavía más corto que el expreso. La mayor concentración de sabor se consigue con un grano aún más fino o al acortar el tiempo y obtener unos 30 ml de café.
- El café en dos, variante reciente del café filtro y el expreso.

- Idealmente, para conservar su sabor, el café debe molerse justo antes de la infusión. (Merino J. P., 2012)

Existen infinidad de métodos de consumo del café, aunque uno de los principales suele ser con azúcar añadida. En ocasiones se le añade chocolate o especias como la canela, nuez moscada, carda o una rodaja de limón y hielo. Generalmente se sirve caliente, pero recientemente se han ido extendiendo bebidas congeladas a base de café. En algunos países, es costumbre tomarlo también con hielo. El gusto por el café no es espontáneo, sino que debe cultivarse, puesto que su sabor es fuerte y amargo.

Existe una variedad de preparaciones que incluyen sólo café expreso y leche caliente:

- Latte macchiato, es leche caliente «manchada» con café expreso (pequeña cantidad de expreso). El café se agrega sobre la leche. No confundir con el café macchiato.
- Café con leche (café latte), es un café expreso con leche caliente. Las proporciones son 1/3 de expreso y 2/3 de leche caliente. En francés es conocido como café au lait.
- Cappuccino (o capuchino, en español), es un café expreso al que se le añade leche espumosa, generalmente salpicada con polvo de cacao. La proporción debe ser 1/3 de expreso, 1/3 de leche y 1/3 de espuma de leche. La palabra «cappuccino» se toma de la semejanza del color de esta preparación con el color de los hábitos de los monjes de esa orden. Como la leche se agrega al café, es posible demostrar la destreza en este procedimiento en lo que se ha denominado arte del latte.

Café americano, es un café reducido o suavizado con el doble o más de agua de lo normal. En Venezuela se le conoce como guayoyo o café aguarapao. (Merino J. P., 2016)

3. 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.

Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas sobre la base de las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como *La Bottega del Caffé*.

Como se mencionaba, el café ha estado presente por siglos en la historia y para muchas personas forma parte de la vida diaria y del día a día. El café cuenta con diferentes propiedades nutricionales. (museudocafe, 2016)

Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de Café Procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamín Franklin entre otros. En 1692 se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres. Luego ocurrió lo mismo en Berlín, en Viena y Budapest. Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías como lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días. (museudocafe, 2016)

4. CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA

La empresa nace para atender las necesidades de los estudiantes y crea satisfactorios a cambio de una retribución que compense el riesgo de los inversionistas. En la empresa el actor humano es decisivo y la administración establece los fundamentos para lograr los numerosos intereses de los accionistas, empleados, trabajadores y consumidores.

Se define a la empresa como “una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos” .Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social. (museudocafe, 2016)

- Vivir de preparar café es un modelo de emprendimiento casi artístico: no sólo se trata de saber operar cafeteras, el secreto de las marcas consolidadas como Starbucks, Jarocho o Café Punta del Cielo está muchas veces en cuestiones como el tostado, la presentación, la variedad en el menú y la capacidad de ofrecer no una taza de café, sino todo un concepto.

Muchas personas hoy en día que desean entrar a la industria de la cafetería y fracasan se preguntan ¿Cuál es el secreto para tener una cafetería exitosa? La respuesta es que no hay dicho secreto; como todo en esta vida requiere de mucho tiempo, trabajo, dedicación e inversión. Si bien no existe una fórmula que puede aplicarse para hacer un negocio 100% exitoso, si sabemos detalles básicos que nos son de mucha ayuda, como el hecho de que se ame lo que se está haciendo y de esta manera contagiar esta energía a los posibles clientes y sea un aliciente para volver. (museudocafe, 2016)

Existen varios factores en los que debes poner tu atención para mejorar tus ventas y ganar más clientes:

5. EL MEJOR CAFÉ

Si ofertas el mejor café o variedad de cafés puedes ganar más clientes. Busca proveedores locales, con ello garantizas un producto fresco y ayudas a la producción nacional.

6. SERVICIO PERSONALIZADO

Los clientes buscan una experiencia de compra y al hacer tu servicio personalizado, tener un personal amable, música agradable y un ambiente cómodo tus clientes querrá regresar.

7. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Tener la atención de los clientes en un mercado tan competitivo es vital, establece claramente cuáles serán tus estrategias de venta para conservar a tus clientes y atraer otros más, hoy en día las redes sociales son una herramienta excelente para conseguirlo. (museudocafe, 2016)

8. DISEÑO DEL MENÚ

Crea tu personalidad, se creativo, tu menú debe ir acorde a tu concepto de cafetería. Cuida los colores, la tipografía, los gráficos, así como los materiales a elegir, existen infinidad de elementos que puedes combinar de acuerdo a tu estilo y/o al perfil de tu cliente.

9. LA ERGONOMÍA ES ESCENCIAL

Asegurarse de que el lugar de trabajo sea adecuado y cómodo para el barista, considera tener una estación limpia y ordenada, sobre todo si está a la vista del cliente; el barista debe tener a la mano los suministros necesarios para preparar las bebidas, así como los instrumentos, como molino, grupos, vasos, tazas, etc.

Dos buenas ideas para una estación son:

Agregar un lavabo cerca a la máquina para que así se mantenga todo rápidamente limpio.

Colocar la máquina registradora frente a la estación de servicio del barista, esto con el objetivo de que el barista pueda escuchar las órdenes y adelantarse a hacerlas si hay mucho trabajo ese día.

10. VARIEDAD DE BEBIDAS

Pregunta que es lo que tu público está buscando y ofrece buenos precios sin sacrificar la calidad; así como productos artesanales y/o gourmets. Hoy en día los clientes están dispuestos a pagar un poco más por la calidad del producto que reciben.

11. OFRECE ALIMENTOS

Considera agregar algunos acompañamientos como, galletas, pasteles, etc... Incluso puedes agregar refrigerios o algún tipo de comida rápida que te ayude a conseguir más clientes a distintas horas.

Una buena idea para empezar una cafetería es colocándola en un excelente lugar, sobre todo en aquellos en que las ventas puedan ser bastante buenas, como cerca de un edificio de oficinas, de un parque o de una zona muy concurrida, universidades. Por eso tener una **cafetería cerca de estudiantes**, te puede ocasionar ventas muy buenas.

12. CAFETERÍA CERCA DE UNA UNIVERSIDAD

Por eso iniciar una cafetería cerca de una universidad te garantizará tener una clientela amplia en la que principalmente tus clientes serán los estudiantes, por eso es necesario que ofrezcas un **servicio de cafetería** con todas las características que ellos buscan. (museudocafe, 2016)

13. MENÚ ADECUADO

Una de las primeras y más importantes características al **poner tu propia cafetería** cerca de una zona concurrida de estudiantes, es el hecho del menú, en el deberás incluir bebidas a bajos precios, pero sin perjudicar tus ganancias, por ejemplo puedes ofrecer diversos tamaños de bebidas o realizar promociones.

Una forma de mejorar el **menú de cafetería** especialmente para estudiantes es ofreciendo combos con alimentos, por ejemplo en tu cafetería puedes implementar la venta de productos sencillos como sándwiches, ensaladas, bolones, etc. De esta forma los estudiantes sabrán que tienen opciones para alimentarse en tu cafetería, esta es una de las formas más sencillas de **como mejorar cafetería**; un cambio en el menú puede ser la clave para obtener más ganancias. (museudocafe, 2016)

14. LOCAL ADECUADO

Sabemos muy bien que una forma de atraer clientes es ofreciendo un lugar agradable, por ejemplo es común encontrar a muchos jóvenes que acostumbran fumar mientras beben un café; por eso es muy importante que tu local cuente con un área para fumadores.

Otra situación que debes tomar en cuenta es que muchos estudiantes acostumbran realizar labores de la escuela o leer en una cafetería, así que es necesario que tu inmobiliario sea cómodo y útil; por ejemplo puedes instalar unos sillones chicos como puffs o taburetes pequeños con mesas de menor tamaño en áreas más tranquilas para los lectores y también colocar mesas de buen tamaño con sillas cómodas para los que necesiten trabajar con computadoras o apuntes. (museudocafe, 2016)

15. OFRECE WI-FI

Es por todo conocido el hecho de que en la actualidad los jóvenes pasan la mayoría del tiempo en las redes sociales, a través de diversos dispositivos que se conectan a internet de manera inalámbrica. Por ello, los estudiantes acostumbran consumir bebidas o alimentos en lugares donde ofrezcan **wi-fi gratuito**.

Si temes obtener pérdidas por implementar este servicio, es necesario que tengas en cuenta estos consejos para evitar alguna desventaja.

- Limita los horarios de la red Invita a tus clientes a consumir mientras utilicen la señal de wi-fi
- Cambia diariamente la contraseña, de esa forma ningún cliente posteriormente
- Usa el wi-fi como herramienta, implementa **servicio a domicilio** a través de alguna red social. (museudocafe, 2016)

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Indica que “cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de la etapa anterior al estudio de factibilidad debe ser tomada por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo y puede en muchos casos acarrear considerables costos políticos (en el caso de gran complejidad como vías troncales, hidroeléctricas, sistemas de transporte masivo, etc.). (Miranda, 2006, págs. 35-37)

1. OBJETIVOS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podemos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y subrayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios y ganancias. (Chavez, 2012)

1.1.CARACTERÍSTICAS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Las características para elaborar un estudio de factibilidad se debe saber si podemos producir algo, conocer si la gente lo comprará, saber si lo podremos vender, definir si tendremos ganancias o pérdidas, definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad, definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente, decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio, hacer un plan de producción y comercialización, aprovechar al máximo los recursos propios, reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos, aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado:

- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.

Obtener el máximo de beneficios o ganancias. (Chavez, 2012, pág. 25).

2. COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.1.ESTUDIO DE MERCADO

El “estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes y servicios, en un espacio de tiempo.”

Con el estudio de mercado tratamos de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada. El mercado se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial, utilizaremos este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio. (Varela, 2010)

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- 1.- Realizar un estudio de la demanda y la oferta histórica y actual del servicio.
- 2.- Determinar la demanda insatisfecha del servicio y el producto que se brindara
- 3.- Determinar el precio que pagaría el cliente potencial por el servicio

4.- Establecer cuáles son el medio de comunicación más efectivos para promocionar el servicio

2.2. ESTUDIO TÉCNICO

Indica que “el estudio técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.” (Breyner Martínez, 2010, págs. 23-25)

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

Se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Chain, 2003).

2.3. ESTUDIO LEGAL

Según (Hamilton, 2011, págs. 54-55) el estudio legal se trata de determinar la inexistencia de normativas que restringe tanto en la etapa de inversión, implementación y operación del proyecto y sus posibles costos.

Para (Morales, 2010, págs. 10-12) las actividades sociales-económicas del hombre requieren normas que regulen las normas de comportamiento de sus miembros. Todas las actividades empresariales, incluyendo los proyectos, se encuentran sometidas a ordenamientos jurídicos que regulan el marco legal en el cual los agentes económicos se deben desenvolver. El estudio de factibilidad de un proyecto de inversión no debe ignorar las normas y leyes bajo las cuales se regulan las actividades del proyecto tanto en su etapa de ejecución; como en su etapa de operación. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal constituido.

OBJETIVO DEL ESTUDIO LEGAL

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

2.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación.

Aunque el detalle funcional de la estructura organizacional para la ejecución es un asunto más para ser considerado por el GP en la fase de inversión; será necesario que el proyectista considere la implicaciones económicas que dicha organización tendrá en las inversiones del flujo de caja del proyecto.

Son varias las teorías en las cuales se basa el diseño organizacional:

La teoría clásica de la organización, por ejemplo, se basa en los principios de la organización propuestos por Henry Fayol, los cuales se refieren a:

- ❖ El principio de la división del trabajo para lograr la especialización.
- ❖ El principio de la unidad de dirección que postula la agrupación de actividades que tengan el mismo objetivo bajo la dirección de un solo administrador.
- ❖ El principio de la centralización, que establece el equilibrio entre centralización y descentralización.
- ❖ El principio de la autoridad y responsabilidad.

Según (Perez, 2009, págs. 56-58) este estudio nos dice que el simular el funcionamiento del proyecto para medir los desembolsos que este generará.

2.5. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Según (Herrera, 2008) “Se llama evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA) al análisis, previo a su ejecución, de las posibles consecuencias de un proyecto sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales que estos están en condiciones de proporcionar.

La EIA se ha vuelto preceptiva en muchas legislaciones. Las consecuencias de una evaluación negativa pueden ser diversas según la legislación y según el rigor con que ésta se aplique, yendo desde la paralización definitiva del proyecto hasta su ignorancia completa.

El EIA se refiere siempre a un proyecto específico, ya definido en sus particulares tales como: tipo de obra, materiales a ser usados, procedimientos constructivos, trabajos de mantenimiento en la fase operativa, tecnologías utilizadas, insumos, etc. El EIA es esencialmente un instrumento del gestor de un proyecto determinado.

ESTUDIO FINANCIERO

Determina por medio de varios indicadores, la conveniencia de invertir o no en termino de ingreso y costo. Esto incluye rentabilidad del capital invertido, indicadores de crecimiento patrimonial y un análisis de capacitación del ejecutor de pagar los créditos tomados (capacidad de repago de deudas). (Soto, 1993)

IV. MARCO CONCEPTUAL

CAFÉ.- Del vocablo Café deja al descubierto un extenso recorrido que comienza con el árabe clásico qahwah, continua el turco kahue y llega hasta el italiano caffè. Es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las rubiáceas. (Merino J. P., 2012)

EMPRENDIMIENTO.- Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. (Gardey J. P., 2013)

PROYECTO.- Proviene del latín proiectus y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada. (Merino J. P., 2012)

DEMANDA.- La noción de la demanda hace referencia a una solicitud, petición, súplica o pedido. Aquel que demanda solicita que se le entregue algo. (Gardey J. P., 2013)

FACTIBILIDAD.- Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (alegsa, s.f.)

V. DESARROLLO DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN

El significado de emprendedor es aquella persona que toma riesgos y así creer en sus propias ideas y que es capaz de llevarlas a cabo, de buscar la manera de realizar su sueño mediante su creatividad y su liderazgo.

El espíritu emprendedor da energía para asumir riesgos creyendo en sí mismo y de sus capacidades para poder lograr metas y formar compromisos con quienes lo rodean desempeñándose como líder y poder generar nuevas oportunidades de empleo, Aprendiendo de sus errores pero nunca rendirse hasta poder lograr y realizar su sueño.

La importancia de tener un espíritu emprendedor vive principalmente en el progreso, tener éxito y conseguir su objetivo planteado, que se va a reflejar en las ganancias dando nuevas oportunidades de trabajo a la sociedad y ayudando a la economía del país.

Muchas personas nacen con las características de ser emprendedoras mientras que otras van adquiriendo poco a poco, muchas personas emprendedoras son obligados a no dejar pasar las oportunidades que se les presenta para poder sacar provecho creyendo en si mismo, un emprendedor debe tener energía y entusiasmo para cumplir tareas con alegría y amor, confianza en si mismo saber de sus capacidades, para poder sacarlas el máximo provecho, la paciencia de un emprendedor sabe que el éxito no llega de un día para el otro, sabe que para obtenerlo necesita tiempo, trabajo y mucha dedicación, creatividad e innovación, el liderazgo es saber tener la habilidad de capacitar, motivar a sus trabajadores, para que estos los sigan hasta el final por voluntad propia sin ninguna condición.

VI. FASE DEL PROYECTO EMPRESARIAL

A. LLUVIA DE IDEAS.

Las personas emprendedoras deben organizar sus ideas de negocio y fusionar la creatividad y la habilidad en el mercado que se vaya a desempeñar, es necesario recopilar todas las ideas y mediante un estudio de factibilidad lograr obtener un plan de negocio que contribuya al desarrollo socio económico de la provincia y de las personas emprendedoras.

Cuadro 1 *Lluvia De Ideas*

PRODUCTO	CARACTERÍSTICA	PROBLEMA O NECESIDAD QUE SATISFACE
RESTAURANTE	Variedad de productos	Buen consumo
CAFETERÍA	Productos 100% naturales	Buena salud, precios cómodos, diferentes y nuevos sabores.
MICROEMPRESA	Menos químicos en el producto	Diferentes maneras de elaboración

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dennys Chávez

B. SELECCIÓN INICIAL DE LAS IDEAS PARA EL PROYECTO.

- 1.- Creación de un restaurante
- 2.- Creación de una cafetería tradicional con técnicas artesanales en la ciudad de Riobamba
- 3.- Creación de una microempresa de alimentación saludable para bares escolares.

Tabla 1 *Selección De Las Ideas*

CRITERIOS IDEAS	NIVEL DE INNOVACIÓN	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO TÉCNICO	REQUERIMIENTO DE CAPITAL	TENDENCIA NACIONAL	TOTAL
Restaurante	4	4	3	3	3	17
Cafetería	5	4	5	5	4	23
microempresa	3	4	4	2	3	16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dennys Chávez

C. EVALUACIÓN FINAL DE LAS IDEAS

Tabla 2 *Evaluación Final de la idea*

CRITERIOS IDEAS	BARRERA DE ENTRADA	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	COSTOS DEL PRODUCTO	TOTAL
RESTAURANTE	3	3	3	9
CAFETERÍA	4	5	5	14
MICROEMPRESA	3	2	3	8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dennys Chávez

Una vez organizada las ideas y realizada su respectiva valoración se concluye que la idea número dos “creación de una cafetería tradicional, con técnicas artesanales en la ciudad de Riobamba” es factible ya que existe información al respecto, hay experiencia en mercados similares, mayor oportunidad de mercado.

D. JUSTIFICACIÓN

La propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería tradicional, con técnicas artesanales, en el cantón de Riobamba, provincia de Chimborazo se da a conocer que la mayoría de la población no tiene un lugar donde puedan consumir los varios productos de una cafetería, al saber esto nace como necesidad la apertura de una cafetería que ofrece una variedad de productos, se ha seleccionado esta idea ya que cumple con los parámetros fundamentales como: el nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento, requerimiento y la tendencia nacional, las cuales son parámetros esenciales para medir la factibilidad que tiene el tema en el mercado potencial.

Para las evaluaciones finales se tomó en cuenta diferentes parámetros como: barreras de entrada, disponibilidad de materia prima y costos de producción, de esta manera podemos observar el grado de dificultad que encontraremos en nuestro proyecto tomando en cuenta las características mencionadas.

Por lo tanto nace esta idea para dar a los estudiantes una nueva opción al momento de elegir una cafetería dando beneficios únicos tanto por el servicio que presenta y sus productos.

A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

En el presente emprendimiento se pretende la integración de una cafetería que sería una empresa de servicios ya que por función va a brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades.

Consiste en la creación de una cafetería tradicional que brinde un buen servicio con un buen ambiente agradable para las personas de la ciudad de Riobamba presentando una gran variedad de productos de comida y bebida en el más amplio sentido de la palabra, con un estilo único y original tomando en cuenta la posibilidad económica de los comensales para de esta manera poder brindar un servicio de calidad y una decoración única donde las personas puedan sentirse a gusto.

La naturaleza de este proyecto nace para atender las necesidades de las personas y crear satisfactores ofreciendo productos de calidad ya que van hacer la presentación de nuestro local.

La cafetería brindara una gran variedad de bebidas frías con precios al alcance del mercado obtenido, se ofrecerá una gran variedad de comida de todo el ecuador ya que la cafetería va a prestar servicios alimentarios de una alta gama de productos nacionales como bolones de verde, empanadas de verde, empanadas de harina de trigo y maíz, Muchines de yuca, en lo que es el área de bebidas calientes tendremos lo que es un café ecuatoriano lojano que se lo considera uno de los mejores sabores en el ecuador, té, infusiones, en las bebidas frías una variedad de jugos refrescantes, también contamos con pastelería, y varios aperitivos para el consumidor.

VII. MISIÓN

CAFETERÍA “DE U NA” ofrece una diversidad de productos novedosos y artesanales, mediante la utilización de materia prima con la más alta calidad, con profesionales capacitados. Cumpliendo buenas prácticas de manufactura, para que nuestros consumidores disfruten de la variedad de productos que degustaran en nuestro local.

VIII. VISIÓN

La cafetería “DE U NA” busca ser líderes en el mercado local, reconocidos como la mejor cafetería de la ciudad de Riobamba, por la elaboración de alimentos saludables, a través de la utilización de productos de calidad, brindando desarrollo a nuestra sociedad y cultura con la responsabilidad que requiere nuestro trabajo para los consumidores.

IX. OBJETIVO

El principal objetivo de esta Cafetería es satisfacer los gustos y preferencias de los clientes, utilizando productos de alta calidad a un precio justo y accesible en donde el cliente es nuestra principal preocupación.

X. POLÍTICAS

Los trabajadores tienen que cumplir normas como:

- Brindar un producto / servicio eficiente y de calidad.
- Todos los trabajadores deben tener un comportamiento ético y moral en el área de trabajo.
- Todo el personal deberá utilizar el uniforme de la empresa.
- El personal nuevo tendrá una semana de capacitación en el área que se le designe.

XI. ESTRATEGIAS

- Obtener una buena imagen a los clientes con productos/servicios de calidad, con precios justos y en el momento adecuado.

- Obtener uniformes en varias medidas para el personal de las diferentes áreas de la empresa.
- Usar nuevas técnicas de motivación para aumentar el ánimo y desempeño de trabajo en el personal de nuestra empresa.
- Formar equipos de trabajo para que el personal realice sus actividades en forma grupal.
- Tener un horario de entrada y salida para evitar atrasos y poder brindar un servicio de calidad.
- Capacitar al personal dos veces al año sobre higiene y manipulación de alimentos.

XII. VALORES Y PRINCIPIOS

A. TRABAJO

- Pasión por el cumplimiento del mismo
- Amabilidad
- Responsabilidad

B. AXIOLÓGICOS

- Sinceridad
- Puntualidad
- Cortesía

XIII. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS

A. DISTINGOS COMPETITIVOS

- Aplicación de nuevas tendencias en la elaboración de nuestros productos ya que van hacer tradicionales con sabores únicos y distintos que el comensal va a poder distinguir el sabor tanto natural como tradicional que cada elaboración.

- Tener un servicio personalizado ya que los clientes buscan una nueva experiencia de compra, tendremos un personal amable, música agradable y un ambiente cómodo donde los clientes querrán regresar.
- Uno de los más importantes es los precios bajos que tendrán cada producto que ofreceremos siempre y cuando claro que no tienen que perjudicar las ganancias del establecimiento.

B. VENTAJAS COMPETITIVAS

Tener la calidad y transparencia para todos los consumidores tanto en el servicio y en la presentación de cada preparación que se servirá al comensal.

Mantenerse en contacto con los clientes ya que esto nos servirá para una próxima vez que regresen darles alguna promoción al momento que vayan a consumir nuestros productos.

Colocar un buzón de sugerencias para que las personas puedan elegir y escoger si desearían que exista un nuevo producto para su consumo.

XIV. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)

Cuadro 2 *Foda*

ANÁLISIS FODA	
FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Productos de alta calidad. • Se maneja un trabajo en equipo diario. • Alto desarrollo de innovación en el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere una mayor atención en la seguridad de la cafetería. • Poco presupuesto. • La cafetería no se encuentra posicionada en el mercado.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado en constante crecimiento. • Convenio con instituciones. • Continuo crecimiento de la red de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia laboral cerca de nuestro establecimiento. • Competencia desleal. • Precios inestables en el mercado.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dennys Chávez

XV. METODOLOGÍA APLICADA

La presente investigación es de diseño descriptiva, se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo; que permita la aplicación de encuestas.

A. UNIVERSO

El universo de estudio para la presente investigación constituye a los estudiantes de la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” que son 16.902 estudiantes, se tomó una muestra finita, es decir la cantidad de estudiantes que hay en la institución.

B. MUESTRA

Para el cálculo de la siguiente muestra del presente proyecto de emprendimiento se utilizara la formula siguiente para la población finita.

$$n = \frac{Np^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + p^2 Z^2}$$

n= Tamaño

z= Nivel de confianza (1.96)

e= Error admisible (0.1)

N= Población

P= Proporción esperada (0.5)

$$n = \frac{16902(0,5)^2(1,96)^2}{(16902 - 1)(0,1)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$
$$n = \frac{16233,6808}{169,9704}$$
$$n = 95 R/$$

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo como resultado que se debe aplicar 95 encuestas a los estudiantes de la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO”.

XVI. INSTRUMENTO O TÉCNICAS A UTILIZARSE

Los instrumentos a utilizar en el siguiente proyecto de emprendimiento son:

Encuesta: nos ayudara para la recopilación de información a los estudiantes de la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” y de esta manera ayudar a la realización de este proyecto.

Tabulación: Se realizara las tabulaciones para determinar la preferencia de las preparaciones de mayor agrado los cuales serán ofertados en la cafetería.

Fichas de observación: Las fichas de observación ayudara a la recopilación de datos aportados por la persona o grupo social y de esta manera registrar datos evidentes.

XVII. FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Como fuente primaria se utilizará:

FUENTES PRIMARIAS: Como fuentes primarias para este proyecto de emprendimiento se ha tomado la información obtenida de la aplicación de las encuestas.

Para la ejecutar la encuesta se realizó un banco de preguntas aplicada a los estudiantes de la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO que concluyo con preguntas de escala de mayor a menor importancia con el objetivo de obtener una mayor información disponible para el proyecto.

FUENTES SECUNDARIAS: Se utilizara catálogos, revistas, libros que hagan referencia a este proyecto y a su vez datos obtenidos de la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO de la ciudad de Riobamba.

XVIII. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

1.- ¿Piensa usted que sea factible la implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba?

Tabla 3: *Factibilidad de implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba*

OPCIONES	Fr	Fa %
SI	95	100%
NO	0	0%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

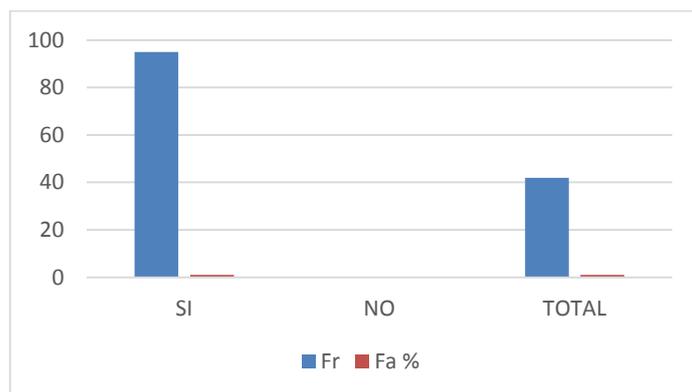


Gráfico 1: Factibilidad de implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 100 % de las personas supieron manifestar que sería una buena idea la implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba en el sector de las ESPOCH ya que sería un nuevo lugar donde probarían nuevas cosas y un nuevo ambiente.

2.- ¿De los siguientes logos cual sería recomendable para la cafetería?

Tabla 4: Selección de logo

OPCIONES	Fr	Fa %
Logo 1	45	47.36%
Logo 2	30	31.57%
Logo 3	20	21.07%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

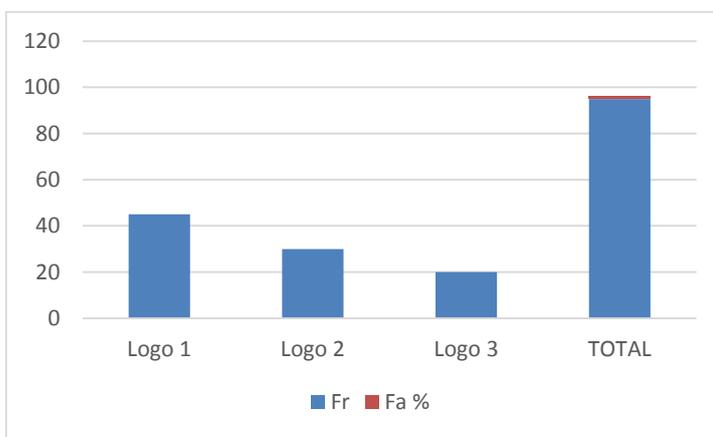


Grafico 2: Selección de logo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 47.36% de las personas seleccionaron el logo número uno para que sea la imagen representativa de nuestra cafetería ya que con la mayoría de las personas se sienten identificadas y es juvenil mientras que el 31.57% y el 21.07% no tuvieron el mismo gusto con los otros logos.

3.- ¿Usted estaría dispuesto acudir a una cafetería tradicional ubicada en la ciudad de Riobamba en el sector de la ESPOCH?

Tabla 5: Aceptabilidad de la cafetería tradicional

OPCIONES	Fr	Fa %
SI	95	100%
NO	0	0%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

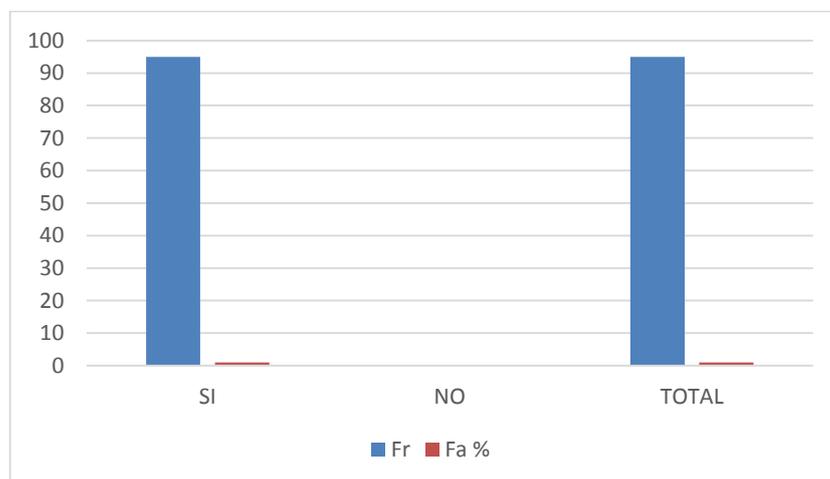


Grafico 3: Aceptabilidad de la cafetería tradicional

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

Del total de encuestados el 100% de las personas supieron manifestar que si estarían dispuestos acudir a la cafetería por probar y conocer un nuevo lugar donde podrán pasar entre familia y amigos disfrutando de un nuevo ambiente.

4.- ¿Con que frecuencia usted acudiría a la cafetería?

Tabla 6: *Frecuencia de consumo*

OPCIONES	Fr	Fa %
1 vez a la semana	22	23.15%
Todos los días	40	42.10%
3 veces por semana	20	21.07%
1 vez al mes	13	13.68%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

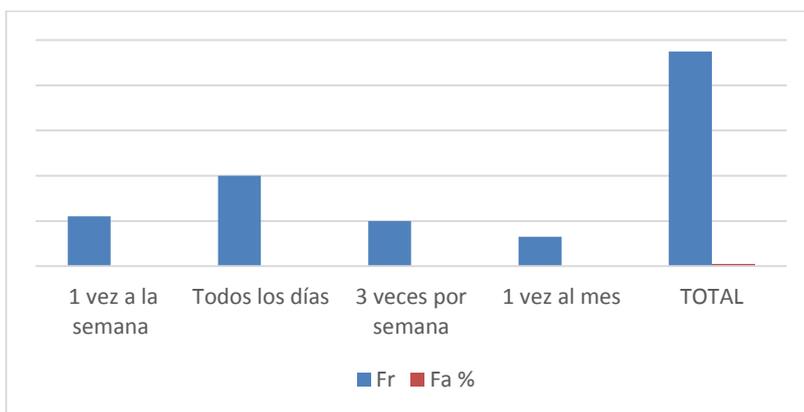


Grafico 4: Frecuencia de consumo

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 42.10% de las personas encuestadas manifestó que acudirían todos los días a la cafetería por la variedad de productos que se pueden ofrecer mientras que un 13.68% supieron manifestar que irían una vez al mes.

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar semanalmente en una cafetería?

Tabla 7: Consumo en (\$) en la cafetería

OPCIONES	Fr	Fa %
5 \$	28	29.47%
10 \$	14	14.73%
15\$	33	34.73%
20\$	20	21.07%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

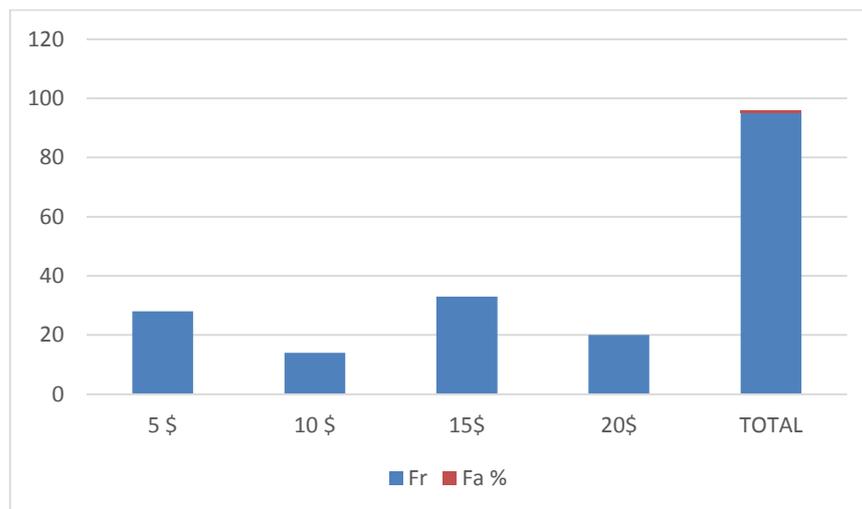


Gráfico 5: Consumo en (\$) en la cafetería

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 34.73% de las personas estarían dispuestas a realizar un gasto de 15 dólares semanal ya que es un precio accesible para los consumidores a la semana en la cafetería, mientras que las otras personas manifestaron entre 5\$, 10\$, y 20\$ consumirían semanalmente.

6.- ¿La decoración de la cafetería le gustaría que fuera?

Tabla 8: *Decoración de la cafetería*

OPCIONES	Fr	Fa %
Moderna	58	61.07%
Rustica	7	7.36%
Tradicional	30	31.57%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

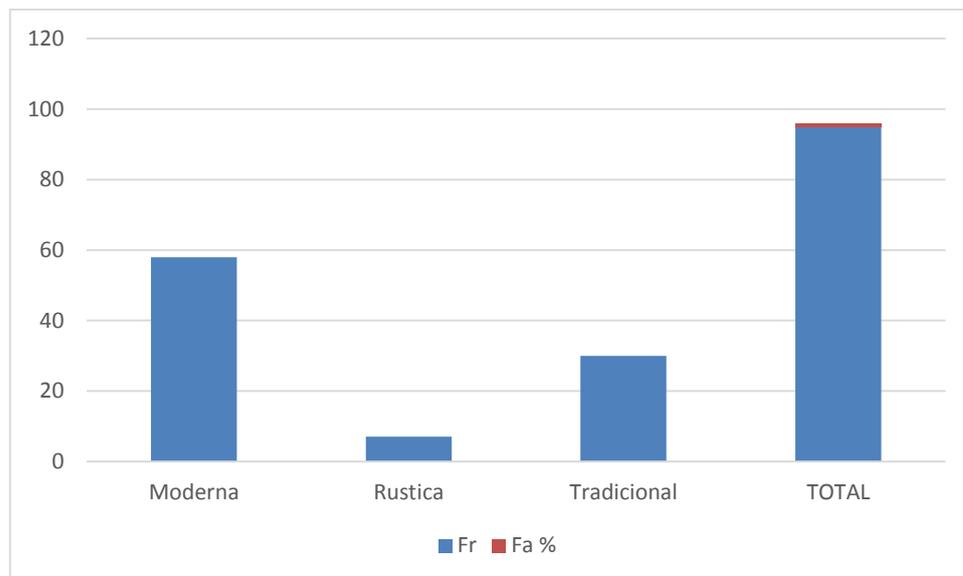


Grafico 6: Decoración de la cafetería

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 61.07% de las personas mencionó que les gustaría que el ambiente de la cafetería sea moderna para que se sientan a gusto entre amigos, compañeros, familiares y así crear un nuevo ambiente moderno de nuestra cafetería, mientras que el resto de personas manifestaron de forma minorista un 7.36% y el 31.57% a una decoración rustica y tradicional.

7.- ¿Qué es lo más importante para usted cuando llega a una cafetería?

Tabla 9: Factor de importancia en una cafetería

OPCIONES	Fr	Fa %
Precios cómodos	52	54.73%
Buen trato	20	21.06%
Atención rápida	23	24.21%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

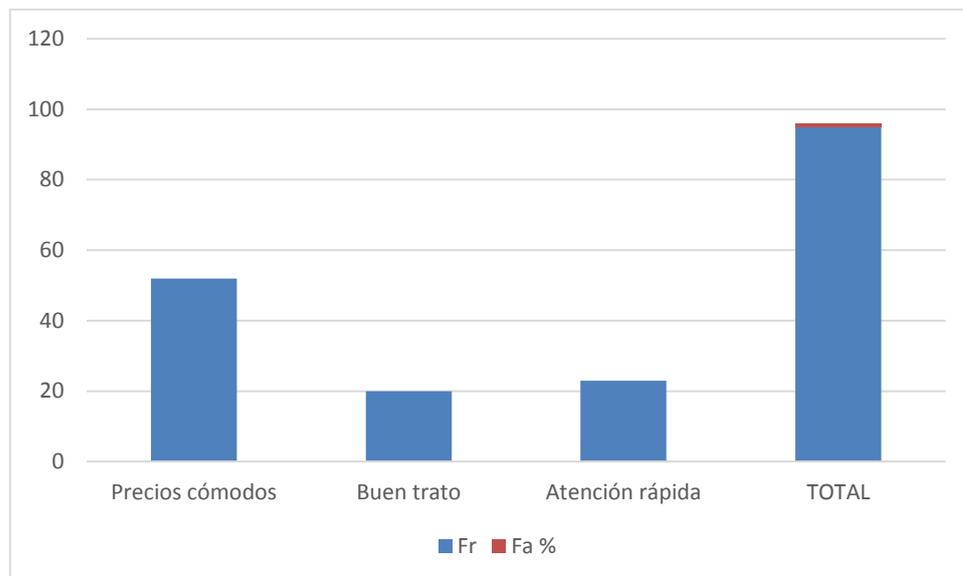


Gráfico 7: Factor de importancia en una cafetería

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

Del total de encuestados el 54.73% de las personas supieron manifestar que lo más importante para ellos son los precios cómodos para el consumo de cada persona ya que todos esperan un buen producto y a un buen precio con una buena presentación para su consumo.

8.- ¿Por qué medio de publicidad le gustaría recibir la publicidad de la cafetería?

Tabla 10: Publicidad para la cafetería

OPCIONES	Fr	Fa %
Facebook	42	44.22%
Periódico	12	12.63%
Televisión	6	6.31%
Volantes	35	36.84%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

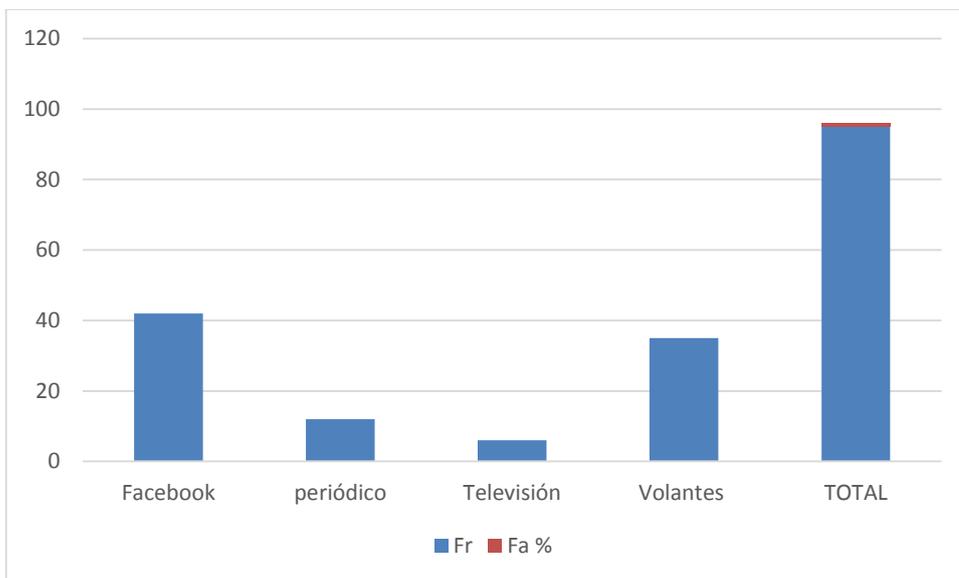


Grafico 8: Publicidad para la cafetería

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 44.22% de las personas prefieren que los anuncios y todo tipo de publicidad se haga por medio de las redes sociales como es la más común Facebook mientras un 6.31% de personas les gustaría por televisión.

9. ¿Seleccione usted de estos productos cual es de su preferencia?

Tabla 11: *Producto favorito de la cafetería*

OPCIONES	Fr	Fa %
Bolones	25	26.33%
Empanadas de verde	20	21.05%
Muchines de yuca	16	16.84%
Sanduches	10	10.52%
Wuafles	12	12.63%
Humitas	12	12.63%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

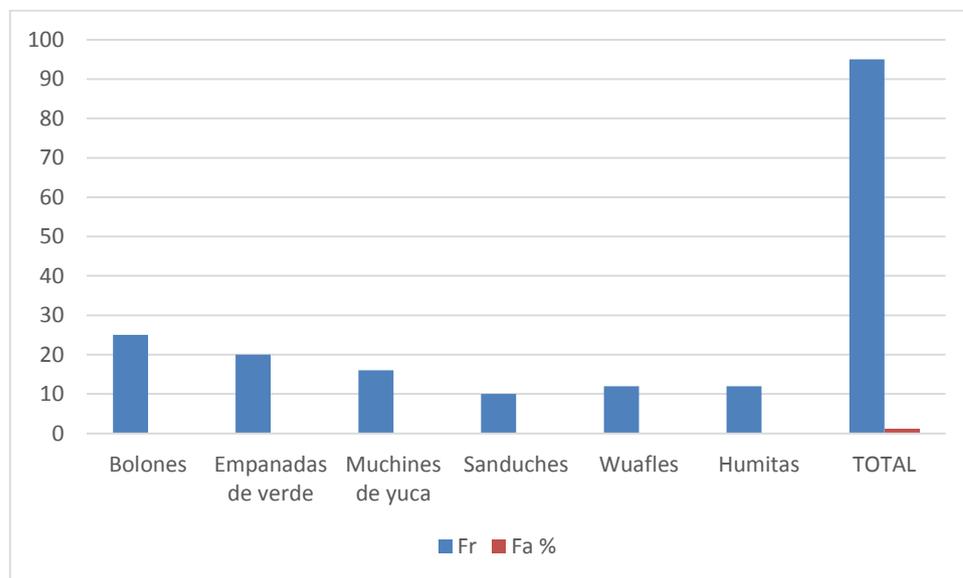


Grafico 9: *Producto favorito de la cafetería*

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

De acuerdo a los datos obtenidos el 26.33% de las personas escogieron los bolones para su consumo ya que es un producto elaborado de una manera tradicional y a las personas les gusta consumirlo mientras que un 12.63%. Hubo una menor aceptación de las demás elaboraciones.

10.- ¿Con que tipo de bebida le gustaría acompañar los productos mencionados anteriormente?

Tabla 12: *Bebida de preferencia para acompañar al consumo*

OPCIONES	Fr	Fa %
Café expreso	12	12.63%
Café tradicional	22	23.18%
Capuchino	20	21.05%
Mocachino	18	18.94%
Aguas aromáticas	6	6.31%
Jugos naturales	17	17.89%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

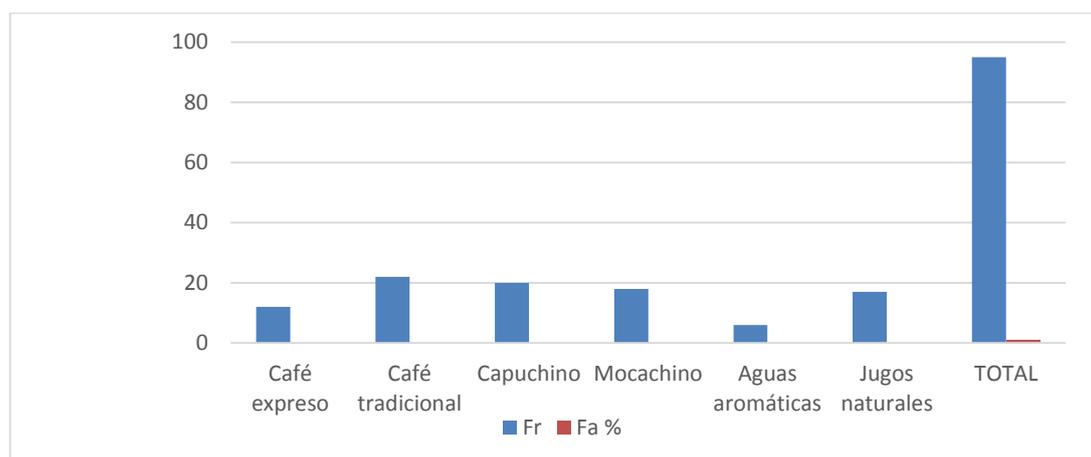


Grafico 10: *Bebida de preferencia para acompañar al consumo*

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

De acuerdo a la opinión de los encuestados el 23.18% de las personas prefieren como bebida para acompañar al producto el café tradicional para cualquier producto que se sirva el comensal ya que les atrae su aroma su calidad y su sabor especial mientras que hubo un 6.31% de personas que no están de acuerdo con el agua aromática.

11.- ¿Usted ha consumido en otras cafeterías en el sector de la ESPOCH?

Tabla 13: *Consumo en otras cafeterías (competencia)*

OPCIONES	Fr	Fa %
SI	7	7.36%
NO	88	92.64%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

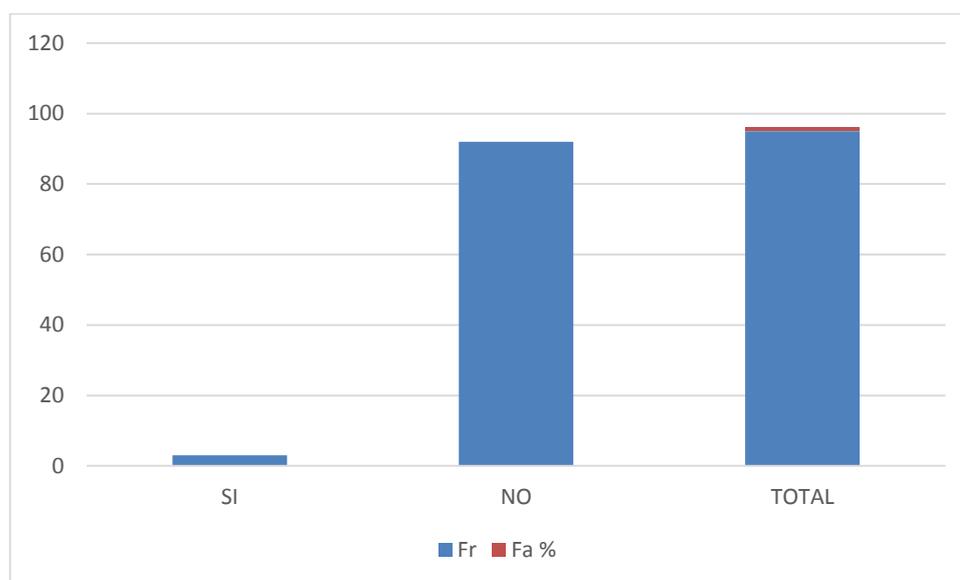


Grafico 11: *Consumo en otras cafeterías (competencia)*

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 92.64% de las personas dicen que no han consumido en otras cafeterías por el sector de la ESPOCH mientras que un 7.36% de las personas dijeron que si han consumido y les gusta el servicio que reciben.

12.- ¿Usted se encuentra satisfecho de los productos y servicios recibidos por parte de las cafeterías mencionadas en la pregunta anterior?

Tabla 14: Población satisfecha con los servicios de las otras cafeterías

OPCIONES	Fr	Fa %
SI	7	7.36%
NO	88	92.64%
TOTAL	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

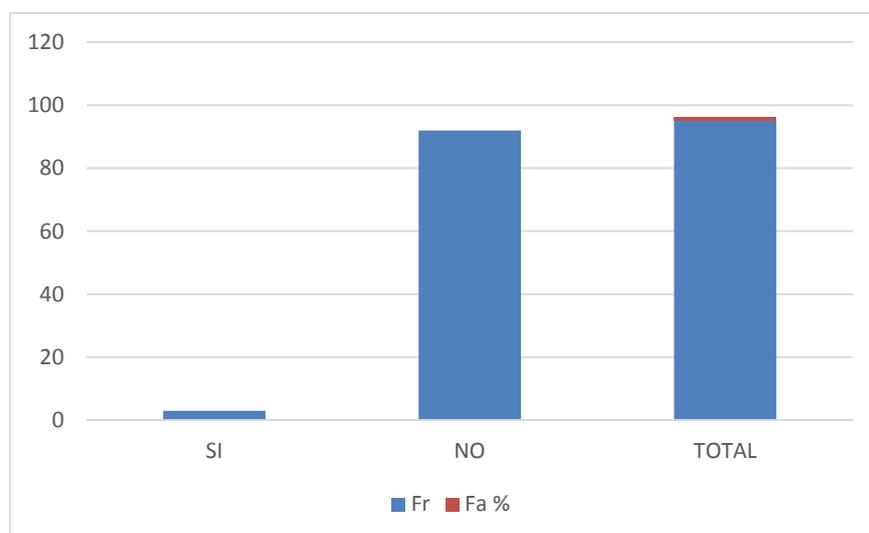


Grafico 12: Población satisfecha con los servicios de las otras cafeterías

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 92.64% de las personas dicen que no están satisfechos por los servicios y productos recibidos por otras cafeterías por el sector de la ESPOCH mientras que un 7.36% de las personas dijeron que si se sienten satisfechas por los servicios prestados.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

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

I. DEMANDA

Para la determinación de la demanda se utilizó información no histórica, ya que se trata de la implementación de un nuevo negocio, para lo cual se elaboró una encuesta que se ejecutara a 95 estudiantes de la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO”.

II. OFERTA

La oferta se obtuvo con un resultado de las encuestas aplicadas a los 95 estudiantes de la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” en cuanto a la satisfacción de las personas con relación a otros establecimientos (competencia).

III. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA

Para la determinación del crecimiento poblacional se aplicó la fórmula de línea recta en el cual se identificó el índice de crecimiento población de los estudiantes de la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” a través de la fórmula de proyección en línea recta, para lo cual se tomó el índice de crecimiento poblacional de (1.63%) por año.

IV. PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO POBLACIONAL EN LA LÍNEA RECTA

Tabla 15: *Crecimiento poblacional*

Años	Población	Proyección geométrica	Crecimiento poblacional
2016	16,902	1	16,902
2017	16,902	1,0163	17,178
2018	16,902	1,0329	17,457
2019	16,902	1,0497	17,742
2020	16,902	1,0668	18,031
2021	16,902	1,0842	18,325

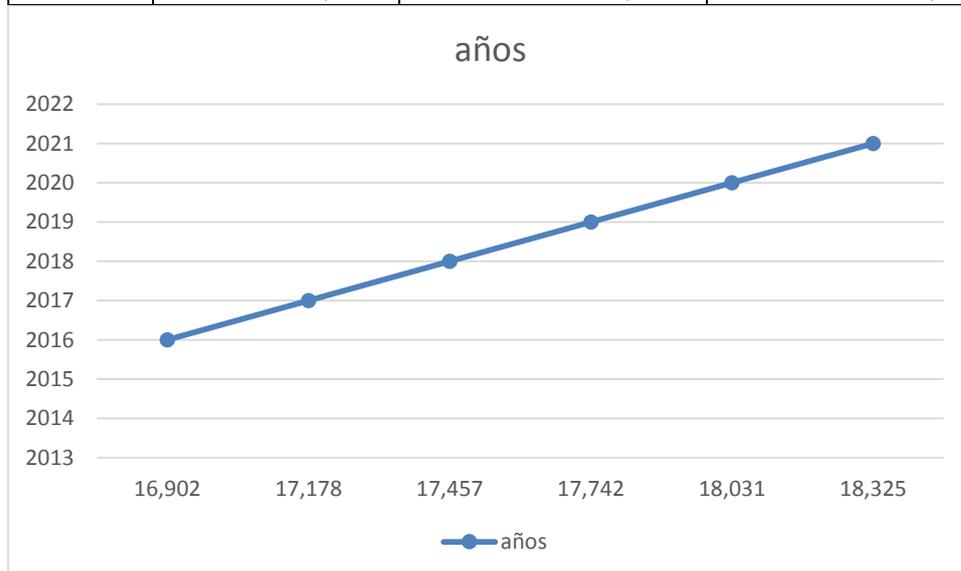


Gráfico 13: Crecimiento poblacional

Fuente: EsPOCH

Elaborado Por: Dennys Chavez

ANÁLISIS:

Para la proyección de la demanda se obtuvo datos de la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO”, los cuales nos indican que en el año 2016 existen 16,902 estudiantes en la institución, y la proyección se realizó con un crecimiento poblacional del 1,63% anual.

V. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

Tabla 16: *Proyección de la demanda de la cafetería*

Años	Población	Consumo	Población objetiva	Consumo mensual	Demanda
2017	17,178	100%	17,178	54,66	11267
2018	17,457	100%	17,457	54,66	11451
2019	17,742	100%	17,742	54,66	11637
2020	18,031	100%	18,031	54,66	11827
2021	18,325	100%	18,325	54,66	12020

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

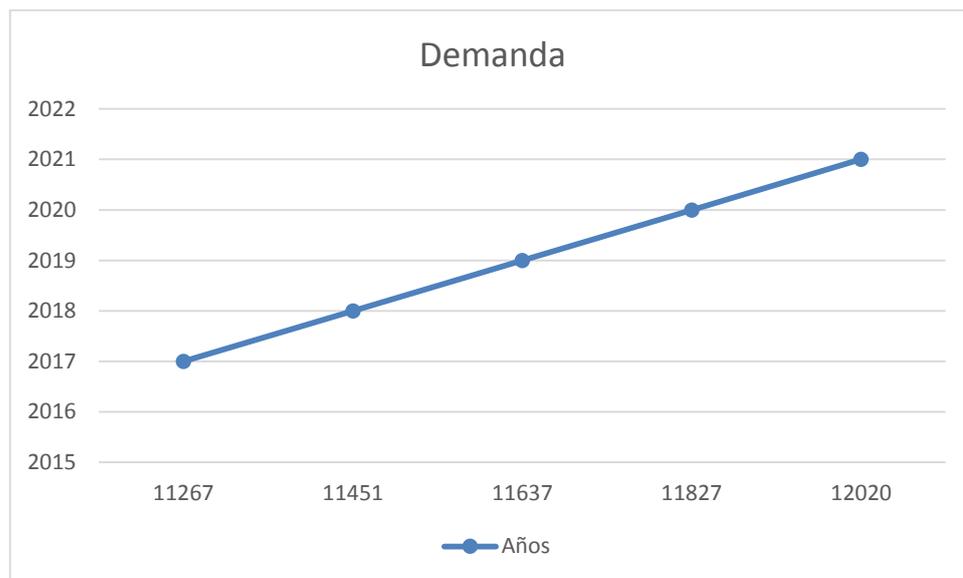


Gráfico 14: *Proyección de la demanda de la cafetería*

Fuente: Espoch

Elaborado Por: Dennys Chavez

ANÁLISIS:

En la proyección de la demanda se tomó en cuenta la información de las encuestas realizadas en donde nos indica el mayor porcentaje de gastos mensuales por el servicio en cafeterías es de \$ 54,66 dólares, valor base para el cálculo de la Demanda.

VI. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

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

Tabla 17: *Proyección de la oferta*

Años	Población	Consumo	Consumo en cafetería	Oferta local	Oferta proyectada de consumo en cafeterías
2017	17,178	54,66	11267	7%	804
2018	17,457	54,66	11451	7%	818
2019	17,742	54,66	11637	7%	831
2020	18,031	54,66	11827	7%	844
2021	18,325	54,66	12020	7%	858

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

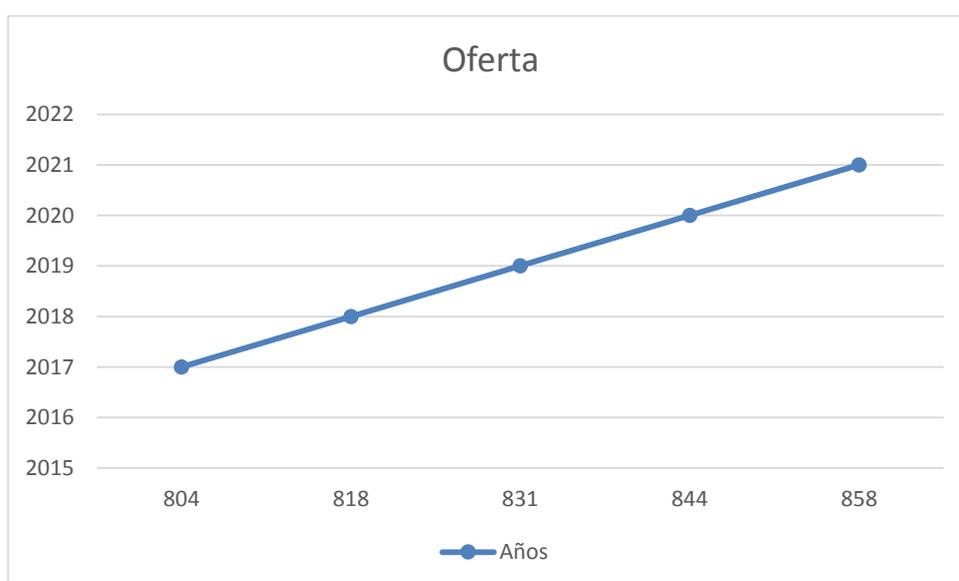


Gráfico 15: Proyección de la oferta

Fuente: Espoch

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

En la proyección de la oferta podemos ver que el 7% de la población se siente satisfecha por el servicio recibido en la cafetería establecida en la ciudad de Riobamba, lo cual indica que la implementación de una cafetería se debe tomar en cuenta hasta los más mínimos detalles necesarios para cumplir y satisfacer a los clientes.

VII. DEMANDA INSATISFECHA

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

Tabla 18: *Demanda insatisfecha*

Años	Población	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	17,457	11267	804	10463
2018	17,457	11451	818	10633
2019	17,742	11637	831	10806
2020	18,031	11827	844	10983
2021	18,325	12020	858	11162

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chávez

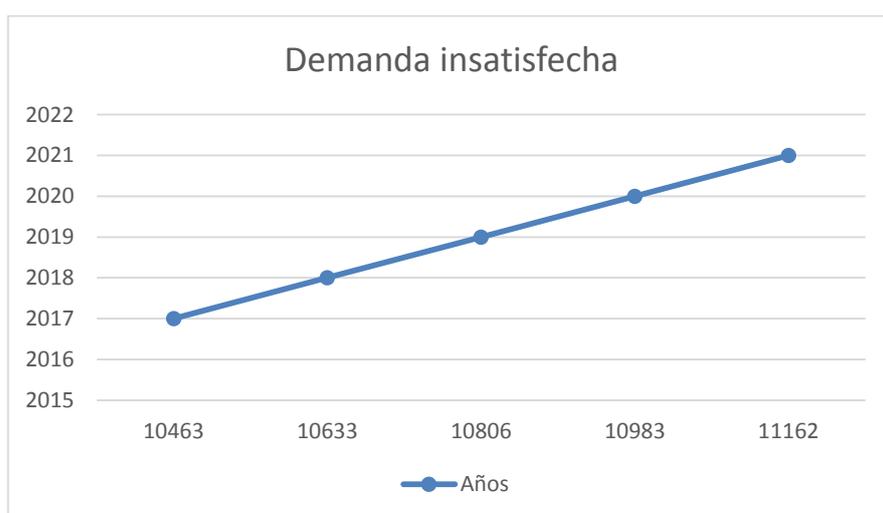


Gráfico 16: Demanda insatisfecha

Fuente: Espoch

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

Existe un gran porcentaje de demanda de cafeterías dentro de la ciudad de Riobamba y su oferta es mínima por ende provoca una alta demanda insatisfecha, lo cual estimula que la implementación de la cafetería tradicional logre un alto porcentaje de la población insatisfecha mediante un trabajo de calidad.

VIII. MIX DE MERCADO

Dentro del mix de mercado encontramos elementos los cuales están compuestos por:
Producto, precio, plaza y promoción.

A. PRODUCTO

El nombre legal con el que se representara el establecimiento de servicio será La cafetería DE"U"NA que significa un servicio rápido y la "U" da referencia por lo que estará ubicada cerca de la universidad, ya que va a brindar una gran variedad de alimentos para el consumidor. La cafetería tendrá un servicio eficaz ya que los clientes encontraran una experiencia de compra y al hacer el servicio, tener una persona amable y muy eficiente para que el consumidor pueda sentirse a gusto con el servicio que le están ofreciendo.

NOMBRE

DE"U"NA

SLOGAN

Un Sorbo, Nos Conocerás, Dos, Jamás Nos Olvidaras

LOGO DE LA EMPRESA



Grafico 17 Logo

Elaborado Por: Dennys Chávez

COLORES DE IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Café: es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.

A menudo el color café se utiliza para transmitir un concepto de producto inocuo, que no transmite enfermedades y del que se puede confiar.

Marrón: El color marrón indica naturaleza, madera y utilidad. Debido a su calidez y neutralidad.

Negro:El negro es, técnicamente, la ausencia de color. Es poderoso y conjuga autoridad, elegancia y tradición. Puede ser encontrado en muchos logotipos por su peso, simplicidad y sofisticación.

Blanco: El blanco es el color universal de la paz y la pureza. Puede ser encontrado comúnmente en logotipos como textos en negativo.

IDENTIDAD CORPORATIVA

TARJETA DE PRESENTACIÓN



Grafico 18 Tarjeta De Presentación

B. PRECIO

A través de la aplicación de la encuesta se pudo determinar el valor que estarían los consumidores dispuestos a cancelar por el consumo en la cafetería lo que permitió establecer un precio referencial que será tomado en cuenta para la fijación de los precios definitivos, después de la determinación del precio en el estudio técnico que se tomara en cuenta los aspectos de la competencia y los costos de producción.

C. DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Los canales de distribución unen los productos y servicios de la empresa con los consumidores finales, va hacer un canal directo ya que el producto va hasta el consumidor. De cualquier modo, desde un punto de vista de la distribución. La cafetería tiene una gran ventaja ya que se está colocando en un lugar estratégico y altamente visible.

D. COMUNICACIÓN (PROMOCIÓN)

Las promociones que se van a encontrar en la cafetería se realizará primeramente teniendo un registro de los clientes fieles para poder aplicar nuestras promociones.

- Se realizará paquetes de 2x1 si compra el postre del día.
- Por la compra de las 2 especialidades de la casa se lleva gratis la bebida.
- Por ser el cumpleaños tiene un descuento del 40% en el consumo de nuestros productos.
- Por la compra de 2 sandwiches la malteada le sale a mitad de precio.

SERVICIO AL CLIENTE

- Los comensales podrán hacer pedidos a domicilio.
- Si el pedido no llega en 45 minutos el producto le sale completamente gratis.
- Podrán hacer sus pedidos por nuestras páginas web.

IX. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO

Cuadro 3 Segmentación del Mercado

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Sector	ESPOCH
Número de estudiantes	16.902
Clima	Frio
DEMOGRÁFICA	
Nacionalidad	Ecuatoriano
Género	Masculino y femenino
PSICOGRÁFICA	
Clase social	Media, media- alta, alta.
Personalidad	Conservador
CONDUCTUAL	
Beneficios pretendidos	Calidad, buen servicio, buen ambiente.
Grado de lealtad	Fuerte
Actitud hacia el producto	Calidad, Buena atención, conformidad

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

X. COMPETENCIA

La competencia dentro del sector de la ESPOCH existe a los alrededores ofreciendo la variedad de productos de alimentos y bebidas que se van a servir, según la encuesta realizada manifestaron que hay dos establecimientos que pueden ser la competencia que es la CHONERITA Y EL RESTAURANTE SABOR SALUD que se encuentran ubicadas en la parte frontal de la puerta principal de la ESPOCH mencionando que se sienten a gusto con los servicios que les ofrecen.

COMPETENCIA DIRECTA DE LA CAFETERÍA

Cuadro 4 Competencia

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
CHONERITA	PANAMERICANA SUR KILÓMETRO 1 ½.
SABOR Y SALUD	PANAMERICANA SUR KILÓMETRO 1 ½.

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Dennys Chavez

XI. ANÁLISIS DEL SECTOR

La presente investigación se llevara a cabo en la ciudad de Riobamba en el sector de la ESPOCH. Panamericana sur kilómetro 1 ½.



Grafico 19 Análisis Del Sector

Elaborado Por: Dennys Chavez

Fuente: Google Maps

XII. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL

Cuadro 5 *cargos y funciones del restaurante*

NOMBRE	FUNCIÓN	SUELDO
CAJERA MESERA	Será la persona encargada de registrar los ingresos y egresos que obtendrá la cafetería en las ventas.	370.40
Contador servicios profesionales	Se encargara de los servicios profesionales de un contador	10
Total		380.40

Cuadro 6 ficha Profesiográfica

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	Mesero/cajero	1	0	14:00 a 22:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración		Salario Neto
Producción			29 de Julio del 2016		\$ 370,40
RESUMEN DEL CARGO					
Sera el encargado de toda el área de servicio del establecimiento atención al cliente y la persona encarga de cobrar los pedidos.					
FUNCIONES					
Cobrar los pedidos Servicio al cliente Recibir al cliente Que todos los pedidos salgan					
PERFIL					
Tener varias recomendaciones del puesto a cargo					
Experiencia mínima 1 año					
No pasar de las 45 años de edad					
Sexo indistinto					
Condiciones físicas y mentales en buen estado.					

XIII. DETERMINACIÓN DE INVERSIÓN Y GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL

Tabla 19 *Publicidad*

INVERSIÓN	GASTOS
VOLANTES	60.00\$
PAGINAS WEB	23.40\$
PERIÓDICO	23.59\$
PANCARTA	45.00\$
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	25.00\$
TOTAL	176.99\$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Dennys Chávez

XIV. TOTAL DE INVERSIÓN DEL ÁREA COMERCIAL

Tabla 20 *Inversión del área comercial*

CARGOS Y FUNCIONES	728
INVERSIÓN Y GASTOS	170
TOTAL	898

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Dennys Chávez

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

I. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA

Para determinar el tamaño de la empresa utilizaremos la formula siguiente:

$$CI=CR+CO$$

$$CR= \text{CAPACIDAD REAL} \quad 75$$

$$CO= \text{CAPACIDAD OSCIOSA} \quad 25$$

$$CI = \text{CAPACIDAD INSTALADA} \quad 100$$

ANÁLISIS: Sabemos que la capacidad de la cafetería es de 100 pax diarios y aplicando la fórmula de la capacidad instalada tenemos como resultado a producir una capacidad real aproximada de 75 pax y una capacidad ociosa de 25 pax diarios.

CAPACIDAD DE LA PLANTA

Tabla 21 *Capacidad de la planta*

Receta	Diario	Semanal	Mensual	Anual	Costo m p u	Costo año MP
Bolones de verde	25	150	600	7200	0,55	3960
Empanadas de verde	15	90	360	4320	0,74	3196,8
Muchines de yuca	13	78	312	3744	0,52	1946,88
Sanduche	11	66	264	3168	0,71	2249,28
Empanada rellena	15	90	360	4320	0,47	2030,4
Chocolate caliente	11	66	264	3168	0,39	1235,52
Café americano	9	54	216	2592	0,41	1062,72
Capuccino	11	66	264	3168	0,4	1267,2
Mocaccino	12	72	288	3456	0,5	1728
Agua aromática	11	66	264	3168	0,25	792
Batido de mora	10	60	240	2880	0,52	1497,6
Jugo de naranja	10	60	240	2880	0,32	921,6
Limonada	9	54	216	2592	0,4	1036,8
Frapuchino	10	60	240	2880	0,4	1152
Milshake	9	54	216	2592	0,82	2125,44
Tres leches	11	66	264	3168	0,52	1647,36
Brazo gitano	5	30	120	1440	0,87	1252,8
Mouse de limón	10	60	240	2880	0,5	1440
Torta mojada de chocolate	6	36	144	1728	0,42	725,76
Torta de durazno	5	30	120	1440	0,81	1166,4
Total	218	1308	5232	62784	10,52	32434,56

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Dennys Chávez

II. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Tabla 22 Localización del restaurante

Parámetros	Lizarzaburu	Maldonado	Juan de Velasco
Servicios básicos	5	4	2
Disponibilidad de materia prima	4	1	4
Aceptación de mercado	2	3	3
Influencia del clima	4	5	5
Costo y disponibilidad de seguridad	3	4	4
Mano de obra directa	4	2	3
Costos de medio de transporte	5	2	2
Condiciones socio económicas	4	3	3
Proximidad de mercado	5	4	2
Incentivos tributarios	4	2	2
Total	40	30	30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Dennys Chávez

Tabla 23: Localización de la planta

Dirección	Parroquia
Panamericana sur kilometro 1 1/2	Lizarzaburu
Primera constituyente y colon	Maldonado
México y puruha	Juan de Velasco

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
11	9	8	14	11	9	9	10	11	8	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

De acuerdo a los parámetros que se tomaron en cuenta el lugar para ubicar este emprendimiento es ECUADOR provincia de Chimborazo Ciudad de Riobamba en la Av. Panamericana sur kilómetro 1 ½.

A. MACRO LOCALIZACIÓN

La presente investigación se llevara a cabo en la ciudad de Riobamba en el sector de la ESPOCH. Panamericana sur kilómetro 1 ½.

Ecuador



Grafico 20 Macro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado Por: Dennys Chávez

B. MICRO LOCALIZACIÓN



Grafico 21 Micro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado Por: Dennys Chávez

C. RECETAS ESTÁNDAR- PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO (B/S)

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	BOLÓN DE QUESO Y CHICHARRÓN			GRUPO: ENTREMESSES		
				TIE MPO : 45 MI N	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
VERDE	1000	1000	gr	1	c/lb	2,20
LONJA	250	250	gr	1,5	c/lb	0,83
QUESO MANABA	200	200	gr	2	c/lb	0,88
AJO	30	30	gr	3	c/lb	0,20
ACEITE	200	200	cm3	2,5	c/lt	0,50
HUEVO	1	1	U	0,15	c/lb	0,15
ACHOTE	10	10	gr	1,5	c/lb	0,03
SAL	80	80	gr	0,55	c/lb	0,10
PIMIENTA	20	20	gr	1,5	c/lb	0,03
CULANTRO	20	20	gr	0,5	c/lb	0,01
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	4,93
C.I.F 30% (PV)	0,47		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,25
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,99		FC=1+D		TOTAL	5,17
U1=PV-∑CP	0,58		D=10%		C. PAX	0,52
U2=P.V.S-PV	0,13		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,71		0		P.V	1,57
					P.V.S	1,70

D. PROCESO DE PRODUCCIÓN

CAFETERIA DE “U” NA

1. **Compra selección.-** de la materia prima
2. **Recepción.-** adquisición de alimentos
3. **Almacenamiento y lavado.-** distribución de alimentos perecederos y no perecederos
4. **Mise en place.-** pre elaboración de los alimentos
5. **Producción.-** elaboración de los productos
6. **Montaje.-** producto terminado
7. **Venta.-** vender nuestro producto
8. **Servicio.-** entrega del producto terminado hacia comensal

FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN

HISTOGRAMA	
	OPERACIÓN
	INSPECCIÓN
	ALMACENAJE
	TRANSPORTE
	DEMORA

Grafico 22 Flujograma de Producción

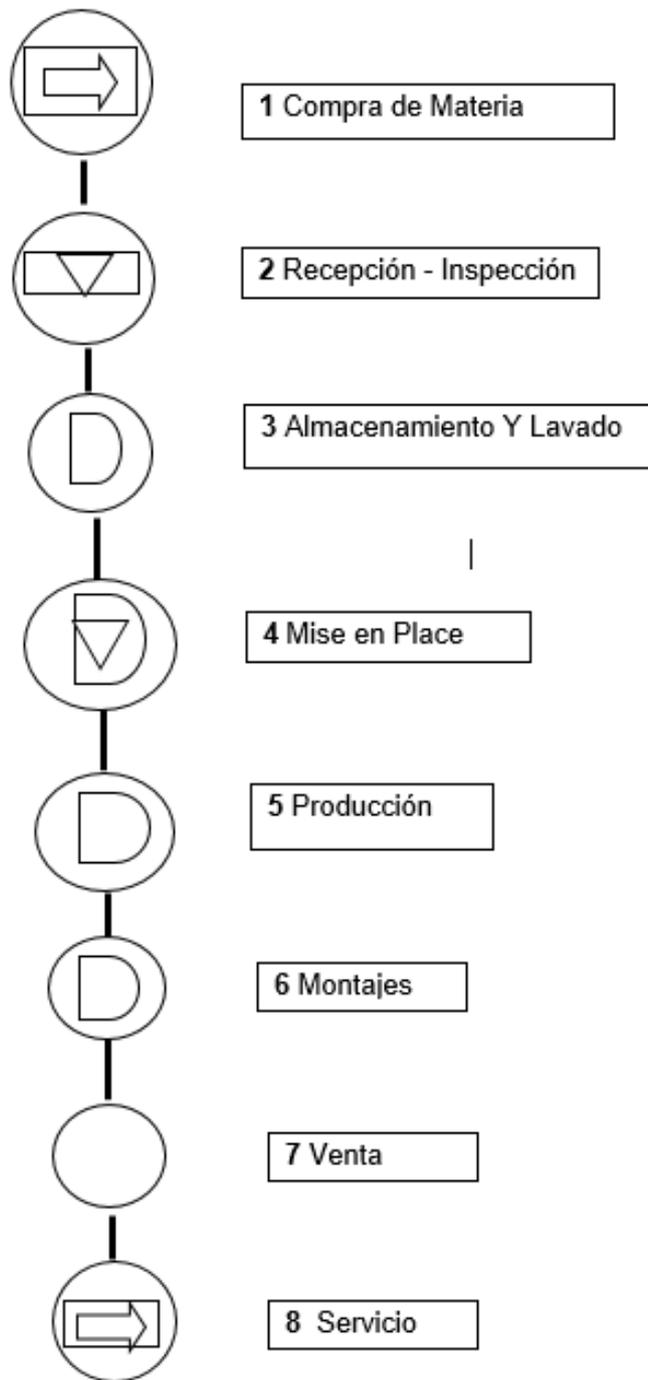


Grafico 23 Flujograma de Producción

E. DISEÑO DE LA PLANTA

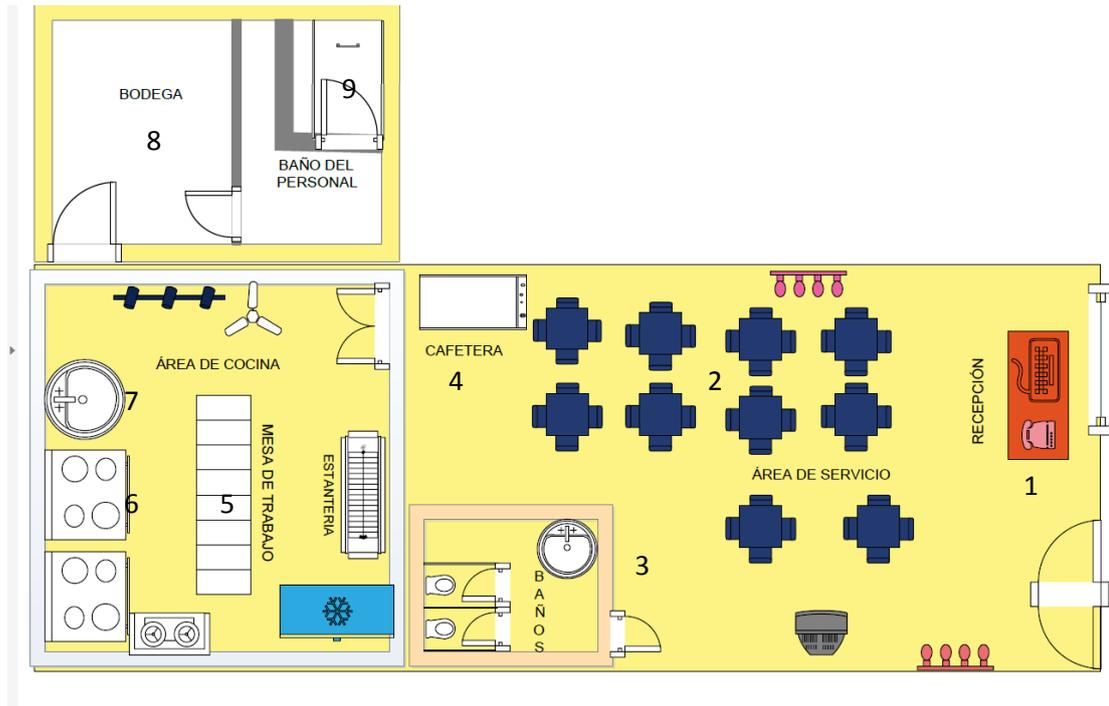


Grafico 24 Diseño de la Planta

- 1.- Recepción
- 2.- Mesas, Sillas
- 3.- Servicios Higiénicos
- 4.- Cafetera
- 5.- Mesón de trabajo
- 6.- Cocinas
- 7.- Lava manos
- 8.- Bodega
- 9.-Baños del personal

DESCRIPCIÓN DE LA PLATA

La cafetería está distribuida por: una área de producción en la cual se ejecutará todas las preparaciones como el mise en place, elaboración y producción de los productos aquí mismo encontraremos mesones de trabajo y el lavavajilla y los respectivos basureros en los cuales se clasificará la basura, la segunda área es la de bodega o almacenamiento en la cual se almacenara la materia prima para sus próximas utilizations, se utilizará el método FIFO (primeros en entrar primeros en salir), en el área de ventas o de servicio se encontrara las mesas, sillas, puf, muebles para que los clientes se sientan con la mayor comodidad posible.

**F. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO
ÁREA DE PRODUCCIÓN**

Cuadro 7 *Ficha Profesiográfica*

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	GERENTE GENERAL CHEF DE COCINA	1	0	14:00 a 22:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración		Salario Neto
Producción			29 de Julio del 2016		\$ 372,70
RESUMEN DEL CARGO					
Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de la producción y venta que se realizará también se encargará de la producción principal del establecimiento.					
FUNCIONES					
Dirigir y proveer de materia prima al establecimiento.					
Operar cualquier sistema contable.					
Verificar documentos y órdenes de entrada y salida de ventas.					
PERFIL					
Ser licenciado. En gestión gastronómica que tenga varios certificados de administración y contabilidad.					
Experiencia mínima 1 año en cargos similares					
Licencia de conducir					
Sexo indistinto					
Condiciones físicas y mentales en buen estado.					

Cuadro 8 Ficha Profesiográfica

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	AYUDANTE DE COCINA	1	0	14:00 a 22:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Producción		29 de Julio del 2016		\$ 369,40	
RESUMEN DEL CARGO					
Será secundario del puesto deberá llevar completamente el uniforme de trabajo y estará a cargo del chef ejecutivo se encargará de la producción secundaria del establecimiento.					
FUNCIONES					
Elaboración de la producción					
Lavado y desinfección de la materia prima					
Montaje de cada plato					
Revisión de cada plato y producto terminado					
Que el producto salga fresco y sin ningún problema					
PERFIL					
Ser licenciado. En gestión gastronómica que tenga varios certificados o cursos de cocina.					
Experiencia mínima 1 año en cargos similares					
Licencia de conducir					
Sexo indistinto					
Condiciones físicas y mentales en buen estado.					

Cuadro 9 *Ficha Profesiográfica*

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	POSILLERO	1	0	14:00 a 22:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración		Salario Neto
Producción			29 de Julio del 2016		\$ 369,40
RESUMEN DEL CARGO					
Sera el encargado de toda el área de limpieza de vajillas ollas y el establecimiento en sí.					
FUNCIONES					
Lavar todo el menaje Lavar toda la cubertería Lavar los trapeadores Arreglar el salón Limpiar y trapear el establecimiento					
PERFIL					
Tener varias recomendaciones del puesto a cargo					
Experiencia mínima 1 año					
No pasar de las 45 años de edad					
Sexo indistinto					
Condiciones físicas y mentales en buen estado.					

ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

I. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

A. CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS

Tabla 24 *Servicios Básicos*

SERVICIOS BÁSICOS				
Servicios básicos	Detalle	Cantidad	Proveedor	Valor
Energía eléctrica			ERSA	50
Agua	Agua potable		EMAPAR	18
Luz	Luz eléctrica	110 V	ERSA	35
Internet	CNT		CNT	25
Teléfono	CNT		CNT	20
TOTAL MENSUAL				148
TOTAL ANUAL				1776

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

SERVICIOS BÁSICOS
Producción al 60%
Administración 30%
Ventas 20%

B. COMBUSTIBLE

GLP	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
30 KL	INDUSTRIAL RECARGA	6	35	210

C. MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

Tabla 25: *Mantenimiento de equipos*

Mantenimiento de los equipos	Cantidad	Tiempo	Proveedor	Costo por revisión	Costo total
CAFETERA DE UN CUERPO	1	1 año	OSTER	60	60
Refrigeradora	2	1 año	BUEN HOGAR	40	80
Cocina	2	1 año	LINCON	30	60
CAMPANA	1	6 meses	OFRICOM	50	50
Licuadaora	2	1 año	LA GANGA	20	40
				TOTAL GENERAL	290
				TOTAL ANUAL	3480

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

D. DEPRECIACIÓN

Tabla 26: Depreciación de activos fijos

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS									
Bien	Valor	Años vida	Valor residual	Valor a depreciar anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de computo	438,60	3	43,86	131,58	307,02	175,44	43,86		
Maquinaria y equipo	2964,91	10	296,49	266,84	2698,07	2431,23	2164,39	1897,54	1630,70
Vehículo	5263,16	5	526,32	947,37	4315,79	3368,42	2421,05	1473,68	526,32
Muebles y enseres	1962,28	10	196,23	176,61	1785,68	1609,07	1432,46	1255,86	1079,25
Total depreciación				1522,39					

FUENTE: Estudio financiero

ELABORADO POR: Dennys Chávez

E. MATERIA PRIMA DIRECTA

BOLON DE VERDE					
VERDE	100	gr	1	c/lb	0,22
LONJA	25	gr	1,5	c/lb	0,08
QUESO MANABA	20	gr	2	c/lb	0,09
AJO	3	gr	3	c/lb	0,02
ACEITE	20	cm3	2,5	c/lt	0,05
HUEVO	0,1	U	0,15	c/lb	0,02
ACHOTE	1	gr	1,5	c/lb	0,00
SAL	8	gr	0,55	c/lb	0,01
PIMIENTA	5	gr	1,5	c/lb	0,01
CULANTRO	10	gr	0,5	c/lb	0,01
					0,50

EMPANADA DE VERDE						
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		UNIDAD	COSTO TOTAL
CARNE MOLIDA VERDE	60	gr	1,5	1,65	c/lb	0,22
MANTEQUILLA	75	gr	1		c/lb	0,25
A	0,8	gr	1,75		c/lb	0,00
HUEVO	0,1	U	0,2		c/U	0,02
ZANAHORIA	20	gr	1		c/lb	0,04
ARVEJA	15	gr	1		c/lb	0,03
CEBOLLA	8	gr	1,5		c/lb	0,03
PIMIENTA	2	gr	1,5		c/lb	0,01
SAL	8	gr	0,6		c/lb	0,01
PEREJIL	2	gr	7		c/lb	0,03
ACEITE	20	cm3	3		c/lt	0,06
						0,70

MUCHINES DE YUCA					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDA D	COSTO UNITARIO	UNIDA D	COSTO TOTAL
YUCA	60	gr	2	c/lb	0,26
HUEVO	0,2	u	0,2	c/lb	0,04
HUEVO COCINADO	0,1	u	0,2	c/lb	0,02
CEBOLLA PAITEÑA	8	gr	0,5	c/lb	0,01
PEREJIL	1,2	gr	0,25	c/lb	0,00
CULANTRO	1,2	gr	0,25	c/lb	0,00
ACEITE	20	cm3	3	c/lt	0,06
COMINO	1	gr	1,25	c/lb	0,00
SAL	8	gr	0,6	c/lb	0,01
QUESO	20	gr	2	c/lb	0,09
					0,50

SANDUCHE					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDA D	COSTO UNITARIO	UNIDA D	COSTO TOTAL
PAN BAGUET	100	gr	0,7	c/lb	0,15
LECHUGA	2,5	gr	0,75	c/lb	0,00
TOMATE	14	gr	0,5	c/lb	0,02
PICKLES	5	gr	2	c/lb	0,02
JAMON	16	gr	2	c/lb	0,07
QUESO CHEDAR	35	gr	3,5	c/lb	0,27
MAYONESA	15	gr	2	c/lb	0,07
MORTADELA	16	gr	2	c/lb	0,07
					0,67

EMPANADA DE CARNE					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDA D	COSTO UNITARIO	UNIDA D	COSTO TOTAL
CARNE MOLIDA	50	gr	1,5 1,65	c/lb	0,18
ZANAHORIA	18	gr	1	c/lb	0,04
ARVEJA	18	gr	1	c/lb	0,04
CEBOLLA	5	gr	1,5	c/lb	0,02
PIMIENTA	1,5	gr	1,5	c/lb	0,00
SAL	6	gr	0,6	c/lb	0,01
ACEITE	20	gr	3	c/lb	0,13
DISCOS DE EMPANAD	8	gr	1,5	c/lb	0,03
					0,45

CHOCOLATE CALIENTE					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	200	cm3	0,8	c/lt	0,16
CHOCOLATE AMARGO	6	gr	3	c/lb	0,04
AZUCAR	18	gr	0,6	c/lb	0,02
MAICENA	4,2	gr	1,5	c/lb	0,01
CASCARA DE NARANJA	0,2	gr	1,5	c/lb	0,00
CANELA	0,5	gr	1,8	c/lb	0,00
ESCENCIA DE VAINILLA	0,2	gr	3	c/lb	0,01
CREMA DE LECHE	24,5	gr	2,5	c/lb	0,13
					0,38

CAFÉ AMERICANO					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
AGUA	200	cm3	1	c/lt	0,20
GRANO DE CAFÉ	30	gr	2,5	c/lb	0,17
AZUCAR	22,5	gr	0,6	c/lb	0,03
					0,39

CAPUCCINO					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	200	cm3	0,75	c/lt	0,15
CHOCOLATE RALLADO	5	gr	3	c/lb	0,03
AZUCAR	15	gr	0,6	c/lb	0,02
CAFÉ	20	gr	3	c/lb	0,13
NATA	10	gr	2	c/lb	0,04
					0,38

MOCACCINO					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	200	gr	0,8	c/lb	0,16
CAFÉ	25	gr	3	c/lb	0,17
CHOCOLATE EN POLVO	14	gr	2	c/lb	0,06
AZUCAR	14,5	gr	0,6	c/lb	0,02
COCOA EN POLVO	9,5	gr	2,5	c/lb	0,05
CANELA	1,5	gr	1	c/lb	0,00
					0,46

AGUA AROMATICA					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
AGUA	200	cm3	1	c/lt	0,20
CEDRON	10	gr	0,75	c/lb	0,02
AZUCAR	14,5	gr	0,6	c/lb	0,02
					0,24

BATIDO DE MORA					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
MORA	80	gr	2	c/lb	0,35
LECHE	120	cm3	0,75	c/lt	0,09
AZUCAR	35	gr	0,5	c/lb	0,04
					0,48

JUGO NATURAL					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
NARANJA	3	U	0,1	c/lt	0,30
					0,30

LIMONADA					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LIMON	25	gr	2	c/lb	0,11
FRUTILLA	15	gr	1,5	c/lb	0,05
AZUCAR	9	gr	0,6	c/lb	0,01
AGUA	200	cm3	1	c/lt	0,20
					0,37

FRAPUCHINO					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
CAFÉ	18	gr	3	c/lb	0,12
AZUCAR	8	gr	0,6	c/lb	0,01
LECHE EN POLVO	10	gr	5	c/lb	0,11
HELADO DE VAINILLA	9,5	gr	6	c/lb	0,13
ESCENCIA DE ALMENDRAS	0,2	gr	3	c/lb	0,00
					0,37

MILSHAKE					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	100	cm3	0,6	c/lb	0,06
HELADO DE VAINILLA	80	gr	4	c/lb	0,70
					0,76

TORTA TRES LECHES					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
HUEVOS	0,8	u	0,2	c/lb	0,16
AZUCAR	30	gr	0,6	c/lb	0,04
HARINA	30	gr	0,6	c/lb	0,04
ESCENCIA DE VAINILLA	1	gr	3	c/lb	0,01
PRE MEZCLA 3 LECHES	50	lt	4,5	c/lt	0,23
ROYAL	0,8	gr	3,8	c/lb	0,01
					0,48

BRAZO GITANO					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNID AD	COSTO UNITARIO	UNID AD	COSTO TOTAL
HUEVOS	0,8	u	0,2	c/u	0,16
AZUCAR	24	gr	0,6	c/lb	0,03
HARINA	25	gr	0,55	c/lb	0,03
ESCENCIA DE VAINILLA	1	gr	3	c/lb	0,01
ROYAL	1	gr	3,8	c/lb	0,01
AZUCAR IMPALPABLE	20	gr	3	c/lb	0,13
CREMA DE LECHE	60	gr	2,5	c/lb	0,33
COCOA	15,5	gr	3	c/lb	0,10
					0,80

MOUSE DE LIMON					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNID AD	COSTO UNITARIO	UNID AD	COSTO TOTAL
CREMA DE LECHE	60	Gr	2,5	c/lb	0,33
AZUCAR	30	Gr	0,6	c/lb	0,04
RALLADURA DE LIMON	2,5	Gr	2,5	c/lb	0,01
JUGO DE LIMON	15	Gr	2,5	c/lb	0,08

0,47

TORTA DE CHOCOLATE					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNID AD	COSTO UNITARIO	UNID AD	COSTO TOTAL
MANTEQUILLA DE VACA	28	gr	2,5	c/lb	0,15
AZUCAR	16	gr	0,6	c/lb	0,02
ESCENCIA DE VAINILLA	1	gr	2	c/lb	0,00
CACAO AMARGO	7	gr	3	c/lb	0,05
HARINA	30	gr	0,5	c/lb	0,03
HUEVOS	0,6	U	0,2	c/lb	0,12
ROYAL	0,8	gr	3,5	c/lb	0,01
BICARBONATO	0,8	gr	3	c/lt	0,00
SAL	0,7	gr	0,6	c/lt	0,00
					0.39

TORTA DE DURAZNO					
INGREDIENTES	MÁS PAX	UNID AD	COSTO UNITARIO	UNID AD	COSTO TOTAL
HUEVO	0,3	u	0,2	c/lb	0,06
DURAZNO					
ALMIBAR	35	gr	2,5	c/lb	0,19
LECHE	90	ml	0,8	c/lb	0,07
AZUCAR	48	gr	0,6	c/lb	0,06
HARINA	48	gr	0,55	c/lb	0,06
MARGARINA					
BONELLA	25	gr	5,5	c/lb	0,30
					0,75

TOTAL DE MATERIA PRIMA	9,87
------------------------	------

F. MANO DE OBRA DIRECTA
1. ÁREA DE PRODUCCIÓN

Tabla 27 Área Producción

Producción y administración			Beneficios sociales	A partir del primer año	
Cargo	Sueldo mensual	Sueldo año	12,15 (11,15% aporte patronal, 0,5 iece, 0,5 secap)	Fondos de reserva	Vacaciones
Chef de cocina/gerente	371,97	4.463,64	542,33	371,97	185,99
Ayudante de cocina	369,40	4.432,80	538,59	369,40	184,70
Posillero	369,40	4.432,80	538,59	369,40	184,70
Totales:		13.329,24	1.619,50	1.110,77	555,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

Tabla 28 *Área Administrativa*

Administración y ventas					
Cargo	Sueldo mensual	Sueldo año	12,15 (11,15%aporte patronal,0,5 iece,0,5 secap)	Fondos de reserva	Vacaciones
Cajera / mesero	370,87	4450,44	540,73	370,87	185,44
Totales:	370,87	4450,44	540,73	370,87	185,435

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

II. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS ÁREA PRODUCCIÓN

Tabla 29: Requerimientos de activos fijos área de producción

Depreciación de activos fijos									
Bien	Valor	Años vida	Valor residual	Valor a depreciar anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de computo	438,60	3	43,86	131,58	307,02	175,44	43,86		
Maquinaria y equipo	2964,91	10	296,49	266,84	2698,07	2431,23	2164,39	1897,54	1630,70
Vehículo	5263,16	5	526,32	947,37	4315,79	3368,42	2421,05	1473,68	526,32
Muebles y enseres	1962,28	10	196,23	176,61	1785,68	1609,07	1432,46	1255,86	1079,25
Total depreciación				1522,39					

Equipo de computo	Año 1	Año 2	Año 3
Producción al 30%	92,11	52,63	13,16
Administración 60%	184,21	105,26	26,32
Ventas 10%	269,81	243,12	216,44

Maquinaria y equipo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción 100 %	2698,07	2431,23	2164,39	1897,54	1630,70

Vehículo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción 70%	3021,05	2357,89	1694,74	1031,58	368,42
Administrador 30%	1.294,74	1.010,53	726,32	442,11	157,89

Muebles y enseres	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción 15%	267,85	241,36	214,87	188,38	161,89
Administrativo 15%	267,85	241,36	214,87	188,38	161,89
Ventas 70%	1.249,97	1.126,35	1.002,73	879,10	755,48

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

III. PROGRAMA PRE – OPERATIVO

Tabla 30 Programa Pre operativo

Gastos De Experimentación	
Proceso	COSTO
Muestra	2,52
Degustación	2
Control de calidad	6
Total costo	10,52

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

I. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.

A. ÁREA ADMINISTRATIVA

Tabla 31: *Área Administrativa*

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	GERENTE GENERAL	1	0	14:00 a 22:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Producción		29 de Julio del 2016		\$ 372,70	
RESUMEN DEL CARGO					
Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de la producción y venta que se realizará también se encargará de la producción principal del establecimiento.					
FUNCIONES					
Dirigir y proveer de materia prima al establecimiento.					
Operar cualquier sistema contable.					
Verificar documentos y órdenes de entrada y salida de ventas.					
PERFIL					
Ser licenciado. En gestión gastronómica que tenga varios certificados de administración y contabilidad.					
Experiencia mínima 1 año en cargos similares					
Licencia de conducir					
Sexo indistinto					
Condiciones físicas y mentales en buen estado.					

El encargado de la administración estará a cargo del chef ejecutivo ya que es el gerente general el cual se encargara de toda la administración del establecimiento

B. ÁREA PRODUCTIVA

Estará conformado por un chef ejecutivo un ayudante de cocina y un posillero, lo cual ellos se encargaran de toda la producción del establecimiento y el manejo de equipos del área de cocina.

C. ÁREA COMERCIAL

Estará a cargo de una persona específicamente para esta área que será el mesero ya que se encargará de promocionar y vender los productos que se ofrece en el establecimiento

D. ÁREA FINANCIERA

Se contrata los servicios profesionales de un contador que se le pagara \$10 mensuales y al año se le pagará \$100 por su servicio.

E. ÁREA AMBIENTAL

Se encargara en gerente general de realizar todo lo relacionado con el área ambiental y la manera de generar menos contaminación.

II. ORGANIGRAMA DE LA CAFETERÍA

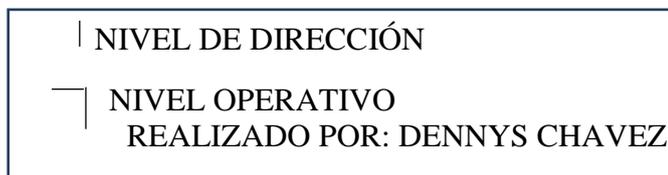
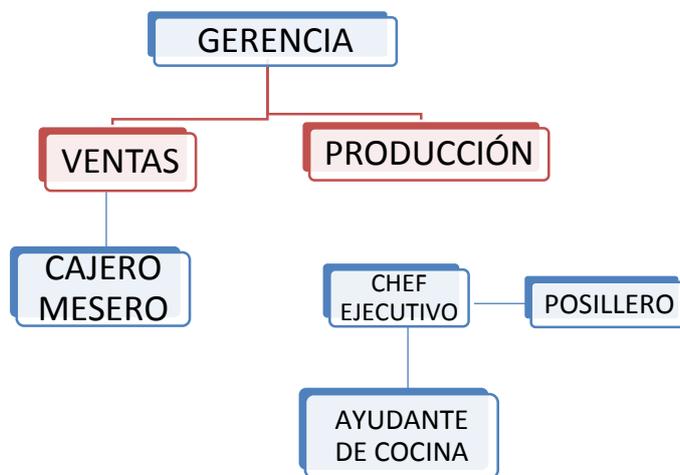


Grafico 25 Organigrama Estructural de la Cafetería

Elaborado Por: Dennys Chávez

III. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO.

Para la contratación de talento humano se utilizará diferentes medios de comunicación detallados a continuación.

Tabla 32: *Selección y contratación del talento humano*

MEDIOS	COSTOS
Periódico	30 \$
Volantes	10 \$
Radio	20 \$
TOTAL	60 \$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

MATERIALES	COSTOS
Cuestionario	20 \$
Capacitadores	100 \$
TOTAL	120 \$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

A. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Tabla 33 *Descripción del Puesto*

Chef ejecutivo administrador	Planificación, dirección supervisión del personal. Administración Control del área de producción y bodega.
Ayudante de cocina	Elaboración de la producción del establecimiento. Recepción de producción. Utilización de la maquinaria a utilizar.
Posillero	Limpieza en general del establecimiento. Lavado del menaje utilizado.
Meser@ / cajer@	Dar la bienvenida a los clientes. Receptar los pedidos de los clientes. Llevar las comandas. Informes de quejas. Control diario contable.

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

B. PERFIL DE LOS TRABAJADORES

Tabla 34 *Perfil de los Trabajadores*

Chef ejecutivo administrador	Resolver problemas con efectividad y rapidez. Dirección del personal. Garantizar la elaboración de los productos. Verificar el buen manejo de los equipos.
Ayudante de cocina	Tener los equipos y materiales listos al momento de utilizarlos. Dar un informe al chef de los productos faltantes.
Posillero	Tener las áreas del establecimiento correctamente ordenadas y limpias. Revisar al final del día si no existe ninguna pérdida de alguna vajilla.
Meser@ / cajer@	Responder las inquietudes del cliente Limpieza de las mesas del comedor. Realizar el balance diario de la cafetería. Informes diarios de productos faltantes.

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

COSTOS SALARIALES

Tabla 35 Costos Salariales

Chef ejecutivo administrador	371.97
Ayudante de cocina	369.40
Posillero	369.40
Meser@ / cajer@	370.87

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

XIX. PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

El proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal es una serie de etapas que tiene como objetivo elegir a la persona más idónea para el respectivo puesto de trabajo dentro de la empresa

2.1.- DETERMINACIÓN DEL PERFIL

Se deberá determinar los conocimientos, experiencia, habilidades, destrezas, valores y aptitudes que la empresa desea que tenga el personal, debemos tener en cuenta ya el puesto a cuál va a postular la persona.

2.2.-RECLUTAMIENTO

En este paso se buscará y reclutará a los postulantes que cumplan con las características que preestablecidas en el primer punto, se realiza a través de anuncios, volantes y radio teniendo la facilidad de llenar la solicitud de trabajo.

2.3.- EVALUACIÓN

Este paso consta de la pre-selección y evaluación del personal reclutado con el fin de elegir al más apto de para el puesto que la empresa está ofreciendo, se realizará la entrevista formal en la cual el postulante deberá acercarse a la empresa para ser evaluado.

2.4.- SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Una vez realizada la evaluación se procede a la selección del personal que mejor se desempeñó en la entrevista y cumplió con los requerimientos establecidos, siguiendo con la contratación formal es decir firmado el contrato de trabajo el cual se detallará el puesto, cargo y funciones que va a desempeñar en la empresa.

2.5.- INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN

Por último una vez seleccionado y contratado al personal, es responsabilidad de la empresa que el trabajador se adapte lo más pronto posible y capacitarlo para que pueda desempeñar sus funciones.

2.6.-MANUAL DE FUNCIONES

En el manual de funciones tendremos las políticas, perfil de los trabajadores, las responsabilidades y guías de buenas prácticas de manufactura entre otros.

3. MARCO LEGAL

La Cafetería DE"U"NA, se constituirá en una empresa estrictamente limitada a las leyes vigentes de la República del Ecuador según la constitución aprobada el 28 de Agosto del 2008, de la cual tomamos como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto.

- Artículo 66. Se reconoce y garantizará a las personas.
 - Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

- Artículo 83. Son deberes y responsabilidades de los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley:
 - Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos de modo racional, sustentable y sostenible.

- Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

➤ Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

En base a los artículos mencionados y las proporciones de la empresa, al dedicarse a los servicios de alimentación solo dentro de la ciudad y en contacto directo con el cliente, por solo contar con un personal laboral de 3 personas, se ha determinado que la misma es una pequeña empresa. (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014)

1. DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS LEGALES PARA LA CONTRIBUCIÓN LEGAL Y FUNCIONAMIENTO DE SU EMPRESA.

Cuadro 10 *Requisitos Legales*

REQUISITO	PRERREQUISITO	COSTOS
Ruc o rise	Copia de cedula, dirección del local	\$ 0.50
Patente del municipio de Riobamba	Tener rise o ruc copia, copia de la cedula	\$ 45.00
Certificado de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria.	Copia de cédula	\$ 40.58
Certificado de funcionamiento del cuerpo de bomberos de Riobamba impuesto predial	Copia de cédula	\$ 27.25
Permiso anual de funcionamiento del ministerio del interior	Copia de cédula, rise, dirección del establecimiento	\$ 20.50
Solicitud de registro de alojamiento de alimentos bebidas y personas	Copia de cédula	\$ 0.50

naturales		
Ministerio de turismo		
	GASTO TOTAL	134.33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

2. OBLIGACIONES FISCALES DE LA EMPRESA ANUAL

Cuadro 11 *Obligaciones Fiscales*

OBLIGACIONES	RESPONSABLE	COSTOS
Patente	Municipio	\$45.00
Patente	Ministerio del interior	\$20.50
Funcionamiento	Arsa	\$40.58
Funcionamiento	Cuerpo de bomberos	\$27.25
Solicitud de registro de alojamiento de alimentos bebidas y personas naturales	Ministerio de turismo	\$4.68
	GASTO TOTAL	138.01

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

	OBLIGACIONES	COSTO
ANUAL	PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	138.01

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Dennys Chávez

LEY DE ARTESANOS

Sera considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios(15) y aprendices(5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para

la pequeña industria, es decir el \$87.500 la JNDA a través de la unidad de calificaciones otorga el certificado de calificaciones artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el reglamento de calificaciones y ramas de trabajo, divididas en ramas de producción de servicios. (Artesano, 2014)

“Artículo 285.- A quienes se consideran artesanos.- Las disposiciones de este capítulo comprenden a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el capítulo VIII, del título I.

Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el ministerio de trabajo y empleo, hubiera invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviera bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiese invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios. (Artesano, 2014)

REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN Y RECALIFICACIÓN DEL TALLER ARTESANAL.

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

REQUISITOS PERSONALES

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que la dirección de responsabilidad del taller este a cargo del maestro de taller.

REQUISITOS GENERALES Y LEGALES

- Copia Cédula de Identidad
- Copia Certificado de votación (hasta 65 años)
- Foto carnet actualizada a color
- Tipo de sangre
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

CALIFICACIONES POR PRIMERA VEZ

- Copia de título artesanal

RECALIFICACIONES

- Copia de la última calificación y/o título artesanal

CALIFICACIONES AUTÓNOMAS

- Declaración de datos (7 años de experimentación en la rama).

CERTIFICACIÓN DE ARTESANOS CALIFICADO.

REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS

- Solicitud de certificación de artesanos calificados.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Copia de la última calificación (según el caso).

El interesado deberá adquirir la solicitud de artesano calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano.

DUPLICADO DE CALIFICACIÓN POR: Cambio de dirección, cambio de razón social, aumento de capital, otros.

REQUISITOS

- Solicitud (juntas Provinciales, cantonales)
- Declaración de datos-JNDA (En el caso de pérdida)
- Copia de cedula de identidad.
- Declaración de datos y calificación original según el caso.

PROCEDIMIENTO: El interesado deberá adquirir el formulario de duplicado de calificación en las diferentes juntas a nivel nacional y con el formulario y los requisitos mencionados se realizarán la inspección del taller correspondiente para su proceso. (CFN, s.f.)

CAPÍTULO VI

ESTUDIO AMBIENTAL

I. IMPACTO AMBIENTAL

Para realizar el estudio ambiental se va a efectuar la siguiente matriz para poder mitigar la afectación causada por la cafetería al medio ambiente.

Cuadro 12 *Impacto Ambiental*

Daños ocasionados por los procesos de producción y por las actitudes pre operativas	Impacto	Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo
El agua	Contaminación por desechos de producción.	Medición de flujos de agua, señalética para evitar arrojar desperdicios orgánicos.	Letreros, gigantografías Valdés	25.00 20.00
El suelo	Contaminación por desechos orgánicos, inorgánicos y plásticos.	Implementación de basureros con sus respectivas clasificaciones.	Basureros orgánicos. Basureros inorgánicos. Basureros para plásticos.	60.00
El aire	Contaminación por partículas en el ambiente de producción,	Situación de calidad, clima dentro del establecimiento, mejoramiento del ambiente.	Norma para no contaminar el medio ambiente.	0.00
			TOTAL	105.00

Elaborado Por: Dennys Chavez

SUELO

La utilización de una cafetería y más aun de arreglos previos que se realicen en ella causará sin duda impactos ambientales principalmente en la contaminación por desechos sólidos, por lo cual la empresa mitigará el impacto ambiental al suelo clasificando los desechos orgánicos e inorgánicos, manteniendo cerradas las bolsas para impedir que los desperdicios sigan acumulándose hasta que llegue el personal encargado de la recolección de la basura.

AGUA

Dentro de la cafetería la utilización del agua es indispensable y de suma importancia, por lo tanto es necesario saberla utilizar de una manera correcta este recurso tan imprescindible para la humanidad, es posible darle un segundo uso ya sea para lavar los platos o a su vez regar las plantas que se encuentren en el establecimiento.

AIRE

Es uno de los factores más idóneos a sufrir impactos ambientales, la cafetería deberá mantenerse controlado con el humo utilizando de una manera adecuada el extractor de humo y olores, se deberá evitar quemar los productos o plásticos lo cual afectaría tanto el aire como la economía de la empresa, evitar la contaminación al aire ya que es un elemento vital para el ser humano.

II. ACCIONES REMEDIALES 3R

Detalle	Reciclar	Reducir	Reutilizar
Fundas plásticas	X	X	X
Cartones	X	X	
Papel aluminio			X

Elaborado Por: Dennys Chávez

En la cafetería se tomará acciones remediales entre ellas tenemos fundas plásticas las cuales en ellas llegan las compras y así reduce el impacto ambiental y lo reutilizamos en alguna función en el área de producción o ventas.

Se reducirá la utilización de cartones en la cafetería y se reciclara para guardar productos o para su venta.

En el área de producción los restantes de papel aluminio se reutilizará para las cocinas para mantener una limpieza después de utilizarlo.

CAPITULO VII

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

I. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

Tabla 36 *Análisis de la Inversión*

INVERSIONES DEL PROYECTO			
Rubros	In. Realizadas	Inv. Por realizar	Total de inversión
1. Inversiones Fijas			13231,65
Maquinaria y equipo		3240,00	3240,00
Muebles y enseres		2237,00	2237,00
Vehículo	6000,00		6000,00
Menaje y vajilla		1188,00	1188,00
Equipo de computo	500,00		500,00
Imprevistos (1 %)		66,65	66,65
2. Activos Diferidos			1530,00
Gastos de organización		134,33	134,33
Gastos de promoción		170,00	170,00
Gastos de arriendo		750,00	750,00
Gastos de capacitación personal		450,00	450,00
Gastos de experimentación		11	10,52
Imprevisto (1 %)		15,15	15,15
3. Capital De Trabajo			11.952,32
Materia prima		2.213,97	2.213,97
Suministros y materiales		545,10	545,1
Mod		5.969,28	5969,28
Sueldo de ventas		911,60	911,60
Sueldos administrativos		916,10	916,10
Recargas de glp		210,00	210,00
Servicios básicos		444,00	444
Caja-bancos		623,94	623,94
Contingencia (1%)		118,34	118,34
TOTAL DE INVERSION	6500,00	20213,97	26713,97

Elaborado Por: Dennys Chávez

II. ESTADO DE FUENTES Y USOS

Tabla 37 Fuente Y Usos del Proyecto

FUENTE FINANCIAMIENTO				
Rubros	Usos	Propio	Externo	Proveedores
1. INVERSIONES FIJAS				
Maquinaria y equipo	3240,00		3240,00	
Muebles y enseres	2237,00		2237,00	
Vehículo	6000,00	6000,00		
Menaje y vajilla	1188,00		1188,00	
Equipo de computo	500,00	500,00		
Imprevistos (1 %)	66,65		66,65	
2. ACTIVOS DIFERIDOS				
Gastos de organización	134,33		134,33	
Gastos de promoción	170,00		170,00	
Gastos de arriendo	750,00		750,00	
Gastos de capacitación personal	450,00		450,00	
Gastos de experimentación	10,52		10,52	
Imprevisto (1 %)	15,15		15,15	
CAPITAL DE TRABAJO				
Materia prima	2213,97			2213,97
Suministros y materiales	545,10		545,10	
Mod	5969,28		5969,28	
Sueldo de ventas	911,60		911,60	
Sueldos administrativos	916,10		916,10	
Recargas de glp	210,00		210,00	
Servicios básicos	444,00		444,00	
Caja-bancos	623,94		623,94	
Contingencia (1%)	118,34		118,34	
TOTAL DE INVERSION	26713,97	6500,00	18000,00	2213,97

Elaborado Por: Dennys Chávez

CLASIFICACIÓN DE INVERSIONES

Tabla 38 *Inversión de Activos Fijos*

DETALLE	VALOR
INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	3240,00
Muebles y enseres	2237,00
Vehículo	6000,00
Menaje y vajilla	1188,00
Equipo de computo	500,00
Imprevistos (1 %)	66,65
TOTAL	13.231,65

Elaborado Por: Dennys Chávez

Tabla 39 *Inversión Activos Diferidos*

DETALLE	VALOR
2. ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de organización	134,33
Gastos de promoción	170,00
Gastos de arriendo	750,00
Gastos de capacitación personal	450,00
Gastos de experimentación	10,52
Imprevisto (1 %)	15,15
TOTAL	1.530,00

Elaborado Por: Dennys Chávez

Tabla 40 *Inversión Capital de Trabajo*

DETALLE	VALOR
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia prima	2213,97
Suministros y materiales	545,10
Mod	5969,28
Sueldo de ventas	911,60
Sueldos administrativos	916,10
Recargas de glp	210,00
Servicios básicos	444,00
Caja-bancos	492,54
Contingencia (1%)	117,03
Total	11.819,61

Elaborado Por: Dennys Chávez

Tabla 41 *Detalle de Inversión*

DETALLE	VALOR
Activos fijos	13.231,65
Activos diferidos	1.530,00
Capital de trabajo	11819,61
Total	26.581,26

Elaborado Por: Dennys Chávez

Tabla 42 *Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	
Préstamo	18.000,00
Propio	6500,00
Proveedores	2213,97
Total de financiamiento	26713,97

Elaborado Por: Dennys Chávez

III. TABLA DE AMORTIZACIONES

A. TABLA DE INTERÉS

Tabla 43 *Tabla de Amortización del Préstamo*

Año	Amortización	Amortización a.	Interés	Interés a.	Cuota	Saldo
Año 0						18.000,00
Año 1	5.183,59	5.183,59	2.700,00	2.700,00	7.883,59	12.816,42
Año 2	5.961,12	11.144,71	1.922,46	4.622,46	7.883,59	6.855,29
Año 3	6.855,29	18.000,00	1.028,29	5.650,76	7.883,59	0,00

Elaborado Por: Dennys Chávez

B. TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS

Tabla 44 *Amortización De Gastos Diferidos*

GASTOS DE AMORTIZACION						
Rubros activos diferidos	Proyección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de organización	134,33					
Gastos de promoción	170,00					
Gastos de capacitación personal	450,00					
Gastos de arriendo	750,00					
Gastos de experimentación	10,52					
Imprevisto (1 %)	15,15					
Total gasto diferido	1.530,00	306,00	306,00	306,00	306,00	306,00
Saldo diferido		1.224,00	918,00	612,00	306,00	-

Elaborado Por: Dennys Chávez

IV. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 45 *Costos de Producción*

Costos de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios básicos	1.109,40	1.154,99	1.202,46	1.251,88	1.303,34
Materia prima	56.318,35	58.633,03	61.042,85	63.551,71	66.163,68
Materiales y suministros	378,34	393,89	410,07	426,93	444,47
Mod	15.563,14	16.202,78	16.868,72	17.562,02	18.283,82
Gastos de experimentación	-	-	-	-	-
Recarga del gas	218,63	227,62	236,97	246,71	256,85
Depreciación de maquinaria y equipos	2698,07	2431,23	2164,39	1897,54	1630,70
Depreciaciones muebles y enseres	267,85	241,36	214,87	188,38	161,89
Depreciaciones equipos de computo	92,11	52,63	13,16	0,00	0,00
Depreciación del vehículo	3021,05	2357,89	1694,74	1031,58	368,42
Mantenimiento de maquinaria y equipo	3.480,00	3.623,03	3.771,93	3.926,96	4.088,36
Contingencia	69,39	72,24	75,21	78,30	81,52
TOTAL	82.106,92	84.235,70	86.492,90	88.910,13	91.479,72

ELABORADO POR: Dennys Chávez

V. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 46 *Gastos de Administración*

Gastos de administración	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos administrativos	5.221,95	5.436,57	5.660,01	5.892,64	6.134,82
Servicios básicos	277,35	288,75	300,62	312,97	325,83
Depreciación de muebles y enseres	267,85	241,36	214,87	188,38	161,89
Depreciación de equipos de computo	184,21	105,26	26,32	0,00	0,00
Depreciación de vehículo	1294,74	1010,53	726,32	442,11	157,89
Capacitaciones de personal	468,50	487,75	507,80	528,67	550,40
Gastos de arriendo	1.873,98	1.951,00	2.031,19	2.114,67	2.201,58
Imprevistos	15,77	16,42	17,09	17,80	18,53
TOTAL	2358,25	2455,17	2556,08	2661,13	2770,50

ELABORADO POR: Dennys Chávez

VI. PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA

Tabla 47 *Gastos de Ventas*

3.-Gastos De Venta					
Propaganda y publicidad	176,99	184,26	191,83	199,72	207,93
Depreciación de equipos de computo	269,81	243,12	216,44	-	-
Depreciación de muebles y enseres	1249,97	1126,35	1002,73	879,10	755,48
Amortización de promoción	-	-	-	-	-
Sueldo	5196,31	5409,87	5632,22	5863,70	6104,70
Imprevistos	123,20	128,27	133,54	139,03	144,74
TOTAL	7016,28	7091,87	7176,76	7081,55	7212,85

ELABORADO POR: Dennys Chávez

VII. ESTADO DE RESULTADO

Tabla 48 *Estado de Resultados*

ESTADO DE RESULTADOS					
Rubros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	102.859,20	107.086,71	111.487,98	116.070,13	120.840,62
(-)Costo de producción	82.106,92	84.235,70	86.492,90	88.910,13	91.479,72
(=) Utilidad bruta	20.752,28	22.851,02	24.995,07	27.160,00	29.360,90
(-)Gastos de administración	2.358,25	2.455,17	2.556,08	2.661,13	2.770,50
(-)Gastos de ventas	7016,28	7091,87	7176,76	7081,55	7212,85
(=)Utilidad operativa	11.377,76	13.303,97	15.262,24	17.417,32	19.377,54
(-)Costo financiero	1935	1935	1935	0	0
(=) Resultado de utilidad y/o pérdida	9.442,76	11.368,97	13.327,24	17.417,32	19.377,54

ELABORADO POR: Dennys Chávez

VIII. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 49 Estado de Situación Financiera

BALANCE GENERAL						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente (capital de trabajo)	11.952,32	19.158,48	16.913,08	19.266,93	49.131,11	197.547,23
Activo fijo	13.231,65	13.231,65	13.231,65	13.231,65	13.231,65	13.231,65
Depreciación acumulada		-1.522,39	-3.044,79	-9.134,37	36.537,47	182.687,37
Diferidos (valor amortización anual)	1.530,00	1.224,00	918,00	612,00	306,00	-
Total activos	26.713,97	32.091,73	28.017,94	23.976,21	26.131,29	28.091,51
Pasivos						
Pasivo corriente (interés bancario)		1.935,00	1.935,00	1.935,00		
Pasivo largo plazo (crédito bancario)	18.000,00	12.000,00	6.000,00	-		
Total pasivo	18.000,00	13.935,00	7.935,00	1.935,00	-	-
Patrimonio						
Capital	8.713,97	8.713,97	8.713,97	8.713,97	8.713,97	8.713,97
Resultado del ejercicio (utilidad neta)		9.442,76	11.368,97	13.327,24	17.417,32	19.377,54
Total patrimonio	8.713,97	18.156,73	20.082,94	22.041,21	26.131,29	28.091,51
Total pasivo + patrimonio	26.713,97	32.091,73	28.017,94	23.976,21	26.131,29	28.091,51

Elaborado Por: Dennys Chávez

IX. FLUJO DEL EFECTIVO

Tabla 50 *Flujo de Caja*

CALCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Rubros	AÑOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		102.859,20	107.086,71	111.487,98	116.070,13	120.840,62
Costos producción		82.106,92	84.235,70	86.492,90	88.910,13	91.479,72
Gastos administrativo		2.358,25	2.455,17	2.556,08	2.661,13	2.770,50
Gastos ventas		7.016,28	7.091,87	7.176,76	7.081,55	7.212,85
Gastos financieros		1.935	1.935			
Utilidad. Antes de rep.ut. E imp.		9.442,76	11.368,97	15.262,24	17.417,32	19.377,54
Utilidad neta		9.442,76	11.368,97	15.262,24	17.417,32	19.377,54
Depreciaciones		1522,39	1522,39	1522,39	1522,39	1522,39
Amort.act.nominal		306,00	306,00	306,00	306,00	306,00
Inversión maqui. Y equipo.	-3.240,00					
Inversión otros	-3925,00					
Inv. Act. Nominal	-1530,00					
Inv. Capital de trabajo	-11952,32					
Vehículo	-6000,00					
Imprevisto	-66,65					
Recup. Capital trabajo						11952,32
Préstamo						
Amort. Préstamo		-1.935,00	-1.935,00	-1.935,00		
FLUJO DE CAJA	-26.713,97	9.336,15	11.262,37	15.155,63	19.245,71	33.158,26

Elaborado Por: Dennys Chávez

CAPÍTULO VIII

ESTUDIO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA SOCIAL, Y AMBIENTAL.

I. EVALUACIÓN ECONÓMICA SOLVENCIA O ENDEUDAMIENTO

La evaluación se realiza con el proposito de conocer si existe viabilidad o no del proyecto aplicando los siguientes criterios.

Valor actual neto.

Tasa interna de retorno.

Costos promedio de capital.

Periodo real de recuperación de la inversión.

Relacion beneficio costo.

A. PRUEBA ACIDA

PRUEBA ÁCIDA	
ACTIVO CORRIENT	23.148,88
INVENTARIOS	13.813,70
PASIVO CORRIENT	1.920,73
A.C-INV/P.C	4,86

En la evaluación económica se realizó la aplicación de la fórmula para la prueba acida dando como resultado 4.86 constando en el margen de factibilidad.

B. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Tabla 51 *Valor Actual Neto*

Años.	F. EFEC.	CALCULO DEL VAN POSITIVO		
		Fc. Acuml.	Fctr. Actualz.	F. Efct. Act.
0	-26713,97	1	-24258,964	-24258,964
1	9336,15	1	8478,164	-15780,800
2	11262,37	0,825	9287,466	-6493,334
3	15155,63	0,749	11349,467	4856,133
4	19245,71	0,680	13087,876	17944,009
5	33158,26	0,618	20476,736	38.420,75

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS

El van es el resultado de la suma de los valores del flujo de caja del año 1 hasta el año 5 en el que se realizó la utilización de la fórmula de la cual se demuestra el factor acumulado obteniendo un resultado de 38.420,75.

C. TASA INTERNA DE RETORNO

DETERMINACIÓN DEL TIR	
Años.	F. EFEC.
0	-26713,97
1	9336,15
2	11262,37
3	15155,63
4	19245,71
5	33158,26
TIR	44%

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

El TIR es el 44% que corresponde a la tasa de interés generada por los capitales que pertenecen al proyecto, que se puede considerar un valor presente neto igual a cero.

D. TMAR

La tasa mínima de rendimiento se espera que sea igual al costo promedio ponderado de la institución del crédito, para la determinación se ha tomado los valores de la inversión de acuerdo al capital propio y el crédito.

Tabla 52 Costo Promedio Ponderado de Capital

AÑOS	FLUJO OPERACIONAL TMAR	VAN
		12%
Inv. Inicial	(26.713,97)	(26.713,97)
1	9.336,15	8.335,85
2	11.262,37	10.055,68
3	15.155,63	13.531,82
4	19.245,71	17.183,67
5	33.158,26	29.605,59
TOTAL	61.444,16	51.998,76

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS: Para la creación de la cafetería “DE U NA” la tasa mínima de rendimiento está definida por el 12% que corresponde a 51.998,76 es el promedio de la participación de la inversión.

E. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Tabla 53 *Periodo Real de la Recuperación de la Inversión*

F. EFEC.	Fctr. Actualz.	F. Efect. Act.
-26713,97	-24258,964	- 24258,964
9336,15	8478,164	- 15780,800
11262,37	9287,466	-6493,334
15155,63	11349,467	4856,133
19245,71	13087,876	17944,009
33158,26	20476,736	38.420,75

ELABORADO POR: Dennys Chávez

AÑOS	Fctr. Actualz.	F. Efect. Act.
0	- 26.713,97	- 24.258,96
1	9.336,15	- 15.780,80
2	11.262,37	- 6.493,33
3	15.155,63	4.856,13
4	19.245,71	17.944,01
5	33.158,26	38.420,75

3,5	AÑOS	3
1	MESES	1
18,2	DIAS	18

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

El periodo de recuperación de la inversión se calcula mediante la suma de los flujos hasta que el resultado sea positivo. El periodo de recuperación de la inversión se dará en 3 años, 1 mes con 18 días.

F. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Tabla 54 *Beneficio Costo*

BENEFICIO COSTO.	CALCULO.	Relac. B. C.	
		1,97	0,97

Realizado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

Aquí se involucra los ingresos y egresos de la empresa, los egresos incluyen la inversión inicial realizada, ya que se determinó que por cada \$1,97 habrá \$0.97 de ganancia.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 55 Punto de Equilibrio

DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	11.833,98
PRECIO	1,67
COSTO VARIABLE	0,53
PUNTO DE EQUILIBRIO	10344,39
UTILIDAD	-

Elaborado Por: Dennys Chávez

PUNTO DE EQUILIBRIO

Unidades	Ventas	Costos fijos	Costos variable	Costo total	Utilidades
5232	8.737,44	11.833,98	14.586,02	26.420,00	-5.848,58
10464	17.474,88	11.833,98	17.338,05	29.172,03	136,83
15696	26.212,32	11.833,98	20.090,08	31.924,06	6.122,24
20928	34.949,76	11.833,98	22.842,11	34.676,09	12.107,65
26160	43.687,20	11.833,98	25.594,14	37.428,13	18.093,06
31392	52.424,64	11.833,98	28.346,18	40.180,16	24.078,46
36624	61.162,08	11.833,98	31.098,21	42.932,19	30.063,87
41856	69.899,52	11.833,98	33.850,24	45.684,22	36.049,28
47088	78.636,96	11.833,98	36.602,27	48.436,25	42.034,69
52320	87.374,40	11.833,98	39.354,30	51.188,29	48.020,10
57552	96.111,84	11.833,98	42.106,34	53.940,32	54.005,50
62784	104.849,28	11.833,98	44.858,37	56.692,35	59.990,91
68016	113.586,72	11.833,98	47.610,40	59.444,38	65.976,32
73248	122.324,16	11.833,98	50.362,43	62.196,41	71.961,73
78480	131.061,60	11.833,98	53.114,46	64.948,45	77.947,14

Elaborado Por: Dennys Chávez

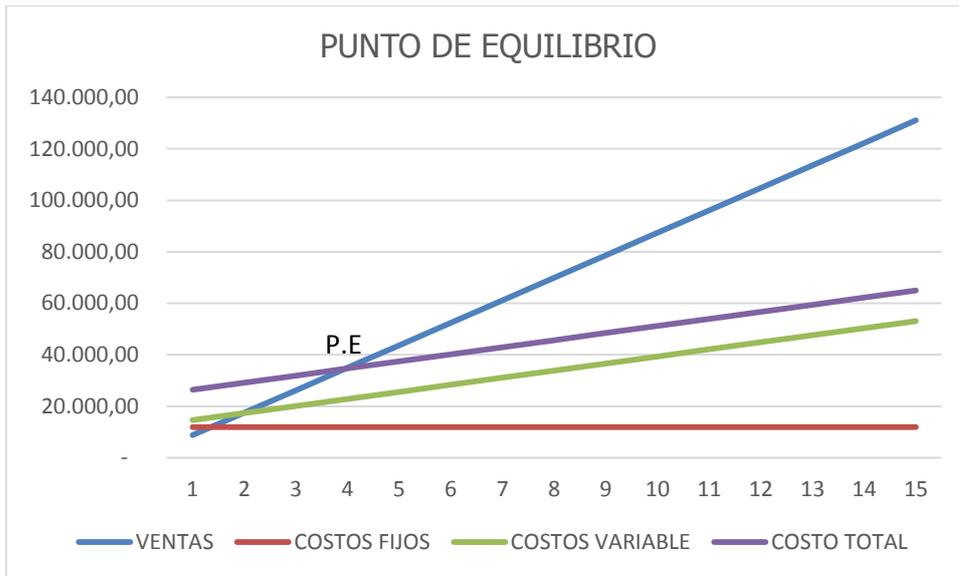


Grafico 26 Punto de Equilibrio

Elaborado Por: Dennys Chávez

ANÁLISIS:

Al momento de determinar el punto de equilibrio se observa que la cafetería al haber vendido 5232 unidades y 8.737,44 dólares se observa una utilidad de \$163,83.

C. EVALUACIÓN SOCIAL

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	4865	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	5	
APORTE		0,1028%

La evaluación social ayudara a determinar el nivel de disminución de desempleo en este caso en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, de esta manera de darán oportunidades de trabajo con un crecimiento económico social.

CONCLUSIONES

- Después de haber realizado el estudio de mercado, se concluye que existe demanda insatisfecha por lo cual el proyecto es VIABLE, así como también se identificó que existe el 100% de aceptación, por parte de los estudiantes de le “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” para la creación de una cafetería tradicional.
- Se realizó un manual de funciones que ayudará al personal de la cafetería a mantener el orden y garantizar la elaboración del producto que va dirigido a los consumidores.
- En el aspecto financiero se determinó la factibilidad de la creación de la cafetería tradicional en la ciudad de Riobamba contando con los siguientes resultados: Valor Actual Neto (VAN) positivo es igual a \$ 38.420,75; la Taza Interna de Retorno (TIR) es de 44%, la Relación Beneficio/Costo es de \$1.98 y el periodo de recuperación de la inversión será en 3 años 1 mes con 18 días.

RECOMENDACIONES

- Es importante conservar la creatividad en los productos que se ofrecerá dentro de la cafetería, para poder cubrir la demanda insatisfecha y así poder satisfacer las necesidades de los clientes.
- Ejecutar de una manera adecuada el manual de funciones para realizar correctamente las tareas establecidas y no tener errores.
- Es recomendable la implementación del estudio financiero y económico para el desarrollo del emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Alegsa.** (s.f.). *alegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Artesano, J. N.** (21 de 04 de 2014). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Breyner Martínez, E. P.** (2010). *ESTUDIO TECNICO*. BARRANQUILLA: ATLANTICO.
- CFN.** (s.f.). *ARTESANOS ECUADOR*. Obtenido de ARTESANOS ECUADOR: <http://www.artesanoscuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15>
- Chain, N. Y.** (2003). *PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO: MEGRAW HILL INTERAMERICANA.
- Chavez, r. l.** (2012). *guia para elaborar estudios de factibilidad*. guatemala: PROARCA.
- Chavez.** (2016).
- Gardey, J. P.** (2013). *DEFINICIÓN*. Obtenido de <http://definicion.de/emprendimiento/>
- Gardey, J. P.** (2013). *DEFINICIÓN*. Obtenido de <http://definicion.de/demanda/>
- Hamilton, M.** (2011). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Quebecor.
- Herrera, M.** (12 de junio de 2008). *estudios de impacto ambiental a empresas*. Obtenido de <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>
- Junta Nacional de Defensa del Artesano, (.** (21 de ABRIL de 2014). *JNDA*. Obtenido de JNDA: <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Merino, J. P.** (2012). *DEFINICION*. Obtenido de <http://definicion.de/cafe/>
- Merino, J. P.** (2012). *DEFINICIÓN*. Obtenido de <http://definicion.de/proyecto/>
- Merino, J. P.** (2016). <http://definicion.de/cafe/>. Obtenido de definicion de cafe: <http://definicion.de/cafe/>
- Miranda, J. J.** (2006). *ciclo del proyecto*. argentina: INPA.
- Morales, C. M.** (2010). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Copyright.
- Museudocafe.** (mayo de 2016). *museudocafe*. Obtenido de <http://www.museudocafe.org.br/es/cafeteria-es/la-historia-de-las-cafeterias/>
- Perez, M.** (2009). *Estudio organizacional de la adopción del teletrabajo: Análisis empírico de variables explicativas de su viabilidad y difusión*. Aragon: Nimpren.

Soto, W. R. (1993). Estudio de Factibilidad, Estudio de mercado, Tecnico y economico.
En W. R. Soto, *Proyecto de inversión para Pequeñas Empresas Ruales* (págs.
71, 72). San Jose Costa Rica: IICA.

Varela, R. (2010). *evaluacin economica de proyectos de inversion*. iberoamerca.

ANEXOS

Anexo I Carta



HORARIOS DE ATENCIÓN
LUNES A VIERNES : 8:00 A 22:00
SÁBADOS Y DOMINGOS: 14:00 A 22:00
DIRECCION:
PANAMERICANA SUR KILÓMETRO 1 ½.

La cafetería tradicional que brinda un buen servicio con un buen ambiente agradable para las personas de la ciudad de Riobamba presentando una gran variedad de productos de comida y bebida en el más amplio sentido de la palabra, con un estilo único y original de esta manera poder brindar un servicio de calidad y una decoración única donde las personas puedan sentirse a gusto.





*... Un Sorbo, nos conocerás,
Dos, Jamás nos olvidarás...*

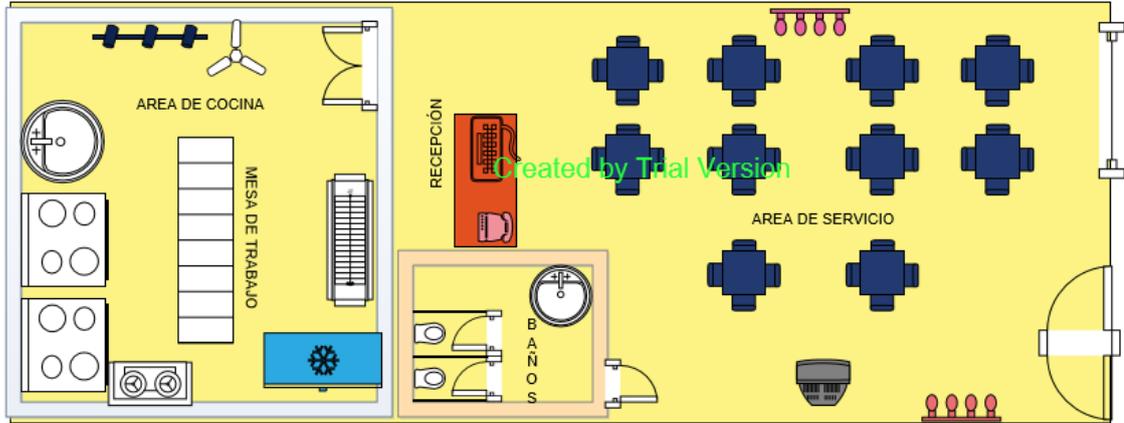
MENÚ

098 702 9184
moneto_18@hotmail.com

ENTRADAS			
BOLOMES DE VERDE RELLENO DE CHICHARRON Y QUESO	1.70		
EMPANADAS DE VERDE RELLENAS DE VEGETALES Y CARNE	2.20		
MUCHINI DE YUCA RELLENAS DE QUESO Y HUEVO	1.50		
SANDUCHE AL PASO MAYONESA DE CASA, JAMON, MORTADELA, PICKLES, TOMATE, LECHUGA, QUESO CHEDAR	2.50		
EMPANADA RELLENA DE CARNE O POLLO Y VEGETALES	1.40		
BEBIDAS CALIENTES			
CHOCOLATE CALIENTE	1.45		
CAFÉ AMERICANO TRADICIONAL LOJAWO	1.50		
CAPUCHINO AROMATIZADO CON ESSENCIA DE VAINILLA	1.30		
MOCACHINO	1.50		
AGUA AROMATICA HIERBAS NATURALES	0.90		
		BEBIDAS FRÍAS	
		BATIDOS MORA, FRUTILLA, NARANJILLA GUANABANA	1.50
		JUGOS (MORA, FRUTILLA, TAMARINDO, NARANJILLA GUANABANA)	1.25
		LIMONADA AGUACERO TROPICAL LIMONADA DE CASA CON SABOR A FRUTILLA	0.65
		FRAPUCHINO CAFÉ FRÍO GRAHIZADO CON HELADO Y ESSENCIA DE ALMENDRAS	1.50
		MILSHAKE HELADO DEL SABOR A SU ELECCION (MORA, CHOCOLATE VAINILLA, FRUTILLA)	2.50
		POSTRES	
		TORTA DE TRES LECHE	1.50
		BRAZO GITANO	2.30
		MOUSE DE LIMÓN	2.00
		TORTA MOJADA DE CHOCOLATE	1.20
		TORTA DE DURAZNO	2.60

Anexos 2 Plano

PLANO



Anexos 3 Tríptico

<p><i>La cafetería tradicional que brinda un buen servicio con un buen ambiente agradable para las personas de la ciudad de Riobamba presentando una gran variedad de productos de comida y bebida en el más amplio sentido de la palabra, con un estilo único y original de esta manera poder brindar un servicio de calidad y una una decoración única donde las personas puedan sentirse a gusto.</i></p>	 <p>CAFETERIA DE "U" NA</p> <p>Panamericana sur kilometro 1 1/2 Teléfono: 0987029184 Correo electrónico: moneto_18@hotmail.com</p>	<p>CAFETERIA DE "U" NA</p> <hr/> <p>Un sorbo, nos conocerás, Dos, Jamás nos olvidaras..</p> <p>Tel.: (555) 555 55 55</p>
<p>CAFETERÍA DE "U" NA</p> <p><u>MISIÓN</u></p> <p>CAFETERÍA "DE U NA" ofrece una diversidad de productos novedosos y artesanales, mediante la utilización de materia prima con la más alta calidad, con profesionales capacitados. Cumpliendo buenas prácticas de manufactura, para que nuestros consumidores disfruten de la variedad de productos que degustaran en nuestro local.</p> <p><u>VISIÓN</u></p> <p>La cafetería "DE U NA" busca ser líderes en el mercado local, reconocidos como la mejor cafetería de la ciudad de Riobamba, por la elaboración de alimentos saludables, a través de la utilización de productos de calidad, brindando desarrollo a</p>	<p><u>OBJETIVO</u></p> <p>El principal objetivo de esta Cafetería es satisfacer los gustos y preferencias de los clientes, utilizando productos de alta calidad a un precio justo y accesible en donde el cliente es nuestra principal preocupación.</p> <p><u>POLÍTICAS</u></p> <p>Los trabajadores tienen que cumplir normas como:</p> <p>Brindar un producto / servicio eficiente y de calidad.</p> <p>Todos los trabajadores deben tener un comportamiento ético y moral en el área de trabajo.</p> <p>Todo el personal deberá utilizar el uniforme de la empresa.</p> <p>El personal nuevo tendrá una semana de capacitación en el área que se le designe.</p>	 <p>DE "U" NA CAFETERIA</p> <p>Panamericana sur kilometro 1 1/2</p> <p>Teléfono: 0987029184 Correo electrónico: moneto_18@hotmail.com</p>

ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALU PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMIA



ENCUESTA PARA LA ELABORACION DELE STUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CAFETERIA TRADICIONAL, CON TECNICAS ARTESANALES, EN EL CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2016”

OBJETIVO:

Determinar la aceptabilidad de los clientes con la relación a la creación de una cafetería en la ciudad de Riobamba sector ESPOCH.

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la respuesta que usted considere correcta

CUESTIONARIO

1.- ¿Piensa usted que sea factible la implementación de una cafetería en la ciudad de Riobamba?.

SI NO

2.- ¿De los siguientes logos cual sería recomendable para la cafetería?

LOGO 1

LOGO 2

LOGO 3



3.- ¿Usted estaría dispuesto acudir a una cafetería tradicional ubicada en la ciudad de Riobamba en el sector de la ESPOCH?

SI NO

4.- ¿Con que frecuencia usted acudiría a la cafetería?

1 una vez a la semana Todos los días
3 veces por semana 1 vez al mes

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar semanalmente en una cafetería?

\$5 \$10 \$15 \$20

7.- ¿Qué es lo más importante para usted cuando llega a una cafetería?

Precios cómodos Buen trato Atención rápida

8.- ¿Por qué medio de publicidad le gustaría recibir la publicidad de la Cafetería?

Facebook Periódico Televisión Plantes

9. ¿Seleccione usted de estos productos cual es de su preferencia?

Bolones Empanadas de verde Chines de yuca Sandwiches
Wuaffles Humitas

10.- ¿Con que tipo de bebida le gustaría acompañar los productos mencionados anteriormente?

Café expreso Café tradicional Cappuccino Cachino
Agua aromática Jugos naturales

11.- ¿Usted ha consumido en otras cafeterías en el sector de la ESPOCH?

SI NO

12.- ¿Usted se encuentra satisfecho de los productos y servicios recibidos por parte de las cafeterías mencionadas en la pregunta anterior?

SI NO

Anexos 5 Empandas De Verde

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA:	EMPANADAS DE VERDE			GRUPO: ENTREMESSES			
				TIEMPO: 30 MIN	NÚMERO DE PAX	1	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		UNIDAD	COSTO TOTAL
CARNE MOLIDA	600	60	Gr	1,5	1,65	c/lb	0,22
VERDE	750	75	Gr	1,5		c/lb	0,25
MANTEQUILLA	8	0,8	Gr	1,75		c/lb	0,00
HUEVO	1	0,1	U	0,2		c/U	0,02
ZANAHORIA	200	20	Gr	1		c/lb	0,04
ARVEJA	150	15	Gr	1		c/lb	0,03
CEBOLLA	80	8	Gr	1,5		c/lb	0,03
PIMIENTA	20	2	Gr	1,5		c/lb	0,01
SAL	80	8	Gr	0,6		c/lb	0,01
PEREJIL	20	2	Gr	7		c/lb	0,03
ACEITE	200	20	cm3	3		c/lt	0,06
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE	0,70
C.I.F 30% (PV)	0,67		CR=FC*CK	5%		% VARIOS	0,04
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,40		FC=1+D			TOTAL	0,74
U1=PV-∑CP	0,82		D=10%			C. PAX	0,74
U2=P.V.S-PV	0,02		CR=FC*CK	33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,85		1,65			P.V	2,23
						P.V.S	2,25

Anexos 6 Muchines De Yuca

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MUCHINES DE YUCA			GR ENTREMESES		
				TIE MP O:	25 MIN	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
YUCA	800	800	gr	1	c/lb	1,76
HUEVO	2	2	u	0,15	c/lb	0,30
HUEVO COCINADO	2	2	u	0,15	c/lb	0,30
CEBOLLA PAITEÑA	90	90	gr	0,75	c/lb	0,15
PEREJIL	15	15	gr	0,5	c/lb	0,02
CULANTRO	15	15	gr	0,5	c/lb	0,02
ACEITE	200	200	cm3	2,5	c/lt	0,20
COMINO	10	10	gr	1,5	c/lb	0,03
SAL	80	80	gr	0,55	c/lb	0,10
QUESO	300	300	gr	1,6	c/lb	1,06
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	3,93
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=F C*CK	5%	% VARIOS	0,20
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,79		FC=1+ D		TOTAL	4,13
U1=PV-∑CP	0,46		D=10 %		C. PAX	0,41
U2=P.V.S-PV	0,25		CR=F C*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,71		0		P.V	1,25
					P.V.S	1,50

Anexos 7 Sanduche

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	SANDUCHE			GRUPO SANDUCHE		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
PAN BAGUET	1000	1000	gr	0,7	c/lb	1,54
LECHUGA	25	25	gr	0,75	c/lb	0,04
TOMATE	140	140	gr	0,5	c/lb	0,15
PICKLES	50	50	gr	2	c/lb	0,22
JAMON	160	160	gr	2	c/lb	0,70
QUESO CHEDAR	350	350	gr	3,5	c/lb	2,70
MAYONESA	150	150	gr	2	c/lb	0,33
MORTADELA	160	160	gr	2	c/lb	0,70
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	6,40
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,32
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,28		FC=1+D		TOTAL	6,72
U1=PV-∑CP	0,75		D=10%		C. PAX	0,67
U2=P.V.S-PV	0,47		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,22		0		P.V	2,04
					P.V.S	2,50

Anexos 8 Empanada De Carne

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	EMPANADA DE CARNE			GRU ENTREMESES		
				TIE MPO : 20 MI N	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO TOTAL
CARNE MOLIDA	500	500	Gr	1,5	1,65	c/lb 1,82
ZANAHORIA	180	180	Gr	1		c/lb 0,40
ARVEJA	180	180	Gr	1		c/lb 0,40
CEBOLLA	50	50	Gr	1,5		c/lb 0,17
PIMIENTA	15	15	Gr	1,5		c/lb 0,05
SAL	60	60	Gr	0,6		c/lb 0,08
ACEITE	200	200	Gr	3		c/lb 1,32
DISCOS DE EMPANAD	80	80	Gr	1,5		c/lb 0,26
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIAB LE 4,49
C.I.F 30% (PV)	0,43		CR=FC*CK	5%		% VARIOS 0,22
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,90		FC=1+D			TOTAL 4,71
U1=PV-∑CP	0,53		D=10%			C. PAX 0,47
U2=P.V.S-PV	0,07		CR=FC*CK	33%		C.M.P O VENTA 0,33
U neta= U1+U2	0,60		1,65			P.V 1,43
						P.V.S 1,50

Anexos 9 Chocolate Caliente

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA:	CHOCOLATE CALIENTE			GRUPO: BEBIDAS CALIENTES			
				TIE MPO : 15 MI N	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
LECHE	2000	2000	cm3	0,8	c/lt	1,60	
CHOCOLATE AMARGO	60	60	Gr	3	c/lb	0,40	
AZUCAR	180	180	Gr	0,6	c/lb	0,24	
MAICENA	42	42	Gr	1,5	c/lb	0,14	
CASCARA DE NARANJA	2	2	Gr	1,5	c/lb	0,01	
CANELA	5	5	Gr	1,8	c/lb	0,02	
ESCENCIA DE VAINILLA	2	2	Gr	3	c/lb	0,01	
CREMA DE LECHE	245	245	Gr	2,5	c/lb	1,35	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE		
C.I.F 30% (PV)	0,36		CR=FC*CK	5%	% VARIOS		
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,75		FC=1+D		TOTAL		
U1=PV-∑CP	0,44		D=10%		C. PAX		
U2=P.V.S-PV	0,20		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA		
U neta= U1+U2	0,65		0		P.V		
					P.V.S		

Anexos 10 Café Americano

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	CAFÉ AMERICANO			GRUPO: BEBIDA CALIENTE		
				TIE MPO : 15 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
AGUA	2000	2000	cm3	1	c/lt	2,00
GRANO DE CAFÉ	300	300	Gr	2,5	c/lb	1,65
AZUCAR	225	225	Gr	0,6	c/lb	0,30
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	3,95
C.I.F 30% (PV)	0,36			CR=FC*CK	5%	% VARIOS 0,20
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	0,77			FC=1+D		TOTAL 4,15
U1=PV- \sum CP	0,41			D=10%		C. PAX 0,41
U2=P.V.S-PV	0,01			CR=FC*CK	35%	C.M.P O VENTA 0,35
U neta= U1+U2	0,43			0		P.V 1,18
						P.V.S 1,20

Anexos 11 Cappuccino

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	CAPPUCCINO			GRU BEBIDA CALIENTE		
				PO:	TIE MPO : 20 MI N	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	2000	2000	cm3	0,75	c/lt	1,50
CHOCOLATE RALLADO	50	50	Gr	3	c/lb	0,33
AZUCAR	150	150	Gr	0,6	c/lb	0,20
CAFÉ	200	200	Gr	3	c/lb	1,32
NATA	100	100	Gr	2	c/lb	0,44
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	3,79
C.I.F 30% (PV)	0,36		$CR=FC*CK$	5%	% VARIOS	0,19
$\sum. C.P= CxP + C.I.F$	0,76		$FC=1+D$		TOTAL	3,98
$U1=PV-\sum CP$	0,45		$D=10\%$		C. PAX	0,40
$U2=P.V.S-PV$	0,24		$CR=FC*CK$	33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U neta= U1+U2$	0,69		0		P.V	1,21
					P.V.S	1,45

Anexos 12 Mocachino

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MOCACHINO			GRU BEBIDA CALIENTE		
				TIEM PO:	20 MI N	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	2000	2000	gr	0,75	c/lb	1,50
CAFÉ	250	250	gr	2,5	c/lb	1,38
CHOCOLATE EN POLVO	140	140	gr	1,5	c/lb	0,46
AZUCAR	145	145	gr	0,5	c/lb	0,16
COCOA EN POLVO	95	95	gr	2	c/lb	0,42
CANELA	15	15	gr	1	c/lb	0,03
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	3,95
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,20
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,79		FC=1+D		TOTAL	4,15
U1=PV-∑CP	0,47		D=10%		C. PAX	0,41
U2=P.V.S-PV	0,24		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,70		0		P.V	1,26
					P.V.S	1,50

Anexos 13 Agua Aromática

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	AGUA AROMÁTICA			GRUPO: BEBIDAS CALIENTES		
				TIE MPO : 10 MI N	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
AGUA	2000	2000	cm ³	1	c/lt	2,00
CEDRON	100	100	gr	0,75	c/lb	0,17
AZUCAR	145	145	gr	0,5	c/lb	0,16
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	2,32
C.I.F 30% (PV)	0,22		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,12
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,47		FC=1+D		TOTAL	2,44
U1=PV-∑CP	0,27		D=10%		C. PAX	0,24
U2=P.V.S-PV	0,26		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,53		0		P.V	0,74
					P.V.S	1,00

Anexos 14 Batido De Mora

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	BATIDO DE MORA			GRUPO: BEBIDAS FRIAS		
				TIEMPO: 10 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
MORA	800	800	gr	1,5	c/lb	2,64
LECHE	1200	1200	cm3	0,75	c/lt	0,90
AZÚCAR	350	350	gr	0,5	c/lb	0,39
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,93
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,20
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	0,79		FC=1+D		TOTAL	4,13
$U1 = PV - \sum CP$	0,46		D=10%		C. PAX	0,41
$U2 = P.V.S - PV$	0,25		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,71		0		P.V	1,25
					P.V.S	1,50

Anexos 15 Jugos Naturales

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	JUGOS NATURALES			GRUPO: BEBIDAS FRIAS		
				TIE MPO : 10 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
NARANJA	30	30	U	0,1	c/lt	3,00
CÁLCULOS	35		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,00
C.I.F 30% (PV)	0,29		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,15
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,60		FC=1+D		TOTAL	3,15
U1=PV-∑CP	0,35		D=10%		C. PAX	0,32
U2=P.V.S-PV	0,54		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,90		0		P.V	0,95
					P.V.S	1,50

Anexos 16 Limonada

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA:	LIMONADA			GRUPO: BEBIDAS FRIAS			
				TIE MPO:	5 MI N	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
LIMON	250	250	gr	2	c/lb	1,10	
FRUTILLA	150	150	gr	1,5	c/lb	0,50	
AZUCAR	90	90	gr	0,6	c/lb	0,12	
AGUA	2000	2000	cm3	1	c/lt	2,00	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE		
C.I.F 30% (PV)	0,34		CR=FC*CK	8%	% VARIOS	3,72	0,30
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,75		FC=1+D		TOTAL		4,01
U1=PV-∑CP	0,40		D=10%		C. PAX		0,40
U2=P.V.S-PV	0,06		CR=FC*CK	35%	C.M.P O VENTA		0,35
U neta= U1+U2	0,46		0		P.V		1,15
					P.V.S		1,20

Anexos 17 Frapuchino

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	FRAPUCHINO			GRUPO: BEBIDAS FRIAS		
				TIE MPO:	10 MI N	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
CAFÉ	180	180	gr	3	c/lb	1,19
AZÚCAR	80	80	gr	0,6	c/lb	0,11
LECHE EN POLVO	100	100	gr	5	c/lb	1,10
HELADO DE VAINILLA	95	95	gr	6	c/lb	1,26
ESCENCIA DE ALMENDRAS	2	2	gr	3	c/lb	0,01
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,67
C.I.F 30% (PV)	0,34		CR=FC*CK	8%	% VARIOS	0,29
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,74		FC=1+D		TOTAL	3,96
U1=PV-∑CP	0,40		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,27		CR=FC*CK	35%	C.M.P O VENTA	0,35
U neta= U1+U2	0,67		0		P.V	1,13
					P.V.S	1,40

Anexos 18 Milshake

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MILSHAKE			GRUPO: BEBIDAS RIAS		
				TIE MPO : 5 MI N	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE	1000	1000	cm3	0,75	c/lb	0,75
HELADO DE VAINILLA	800	800	gr	3	c/lb	5,29
		0	gr		c/lb	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	6,04
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,42
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,25		FC=1+D		TOTAL	6,46
U1=PV-∑CP	0,77		D=10%		C. PAX	0,65
U2=P.V.S-PV	0,48		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,25		0		P.V	2,02
					P.V.S	2,50

Anexos 19 Torta Tres Leches

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	TORTA TRES LECHESES			GRUPO: POSTRE		
				TIE MPO : 30 MI N	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
HUEVOS	8	8	u	0,15	c/lb	1,20
AZÚCAR	300	300	gr	0,5	c/lb	0,33
HARINA	300	300	gr	0,55	c/lb	0,36
ESCENCIA DE VAINILLA	10	10	gr	3	c/lb	0,07
PRE MEZCLA 3 LECHESES	500	500	lt	3,5	c/lt	1,75
ROYAL	8	8	gr	3,8	c/lb	0,07
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,78
C.I.F 30% (PV)	0,36		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,19
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,76		FC=1+D		TOTAL	3,97
U1=PV-∑CP	0,44		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,30		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,75		0		P.V	1,20
					P.V.S	1,50

Anexos 20 Brazo Gitano

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	BRAZO GITANO			GRUPO: POSTRE		
				TIE MPO MIN:	25	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
HUEVOS	8	8	u	0,2	c/u	1,60
AZÚCAR	240	240	gr	0,6	c/lb	0,32
HARINA	250	250	gr	0,55	c/lb	0,30
ESCENCIA DE VAINILLA	10	10	gr	3	c/lb	0,07
ROYAL	10	10	gr	3,8	c/lb	0,08
AZUCAR IMPALPABLE	200	200	gr	3	c/lb	1,32
CREMA DE LECHE	600	600	gr	2,5	c/lb	3,30
COCOA	155	155	gr	3	c/lb	1,02
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	8,02
C.I.F 30% (PV)	0,74		CR=FC*CK	8%	% VARIOS	0,64
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,61		FC=1+D		TOTAL	8,66
U1=PV-∑CP	0,87		D=10%		C. PAX	0,87
U2=P.V.S-PV	0,02		CR=FC*CK	35%	C.M.P O VENTA	0,35
U neta= U1+U2	0,89		0		P.V	2,47
					P.V.S	2,50

Anexos 21 Mouse De Limón

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MOUSE DE LIMÓN			GRUPO: POSTRE		
				TIE MPO : 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
CREMA DE LECHE	600	600	gr	2,5	c/lb	3,30
AZÚCAR	300	300	gr	0,6	c/lb	0,40
RALLADURA DE LIMON	25	25	gr	2,5	c/lb	0,14
JUGO DE LIMON	150	150	gr	2,5	c/lb	0,83
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	4,66
C.I.F 30% (PV)	0,43		$CR=FC*CK$	8%	% VARIOS	0,37
$\sum. C.P= CxP + C.I.F$	0,94		$FC=1+D$		TOTAL	5,04
$U1=PV-\sum CP$	0,50		$D=10\%$		C. PAX	0,50
$U2=P.V.S-PV$	0,16		$CR=FC*CK$	35%	C.M.P O VENTA	0,35
$U neta= U1+U2$	0,66		0		P.V	1,44
					P.V.S	1,60

Anexos 22 Torta Mojada De Chocolate

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	TORTA MOJADA DE CHOCOLATE			GRUPO: POSTRE		
				TIE MPO MIN:	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
MANTEQUILLA DE VACA	280	280	gr	2,5	c/lb	1,54
AZÚCAR	160	160	gr	0,6	c/lb	0,21
ESCENCIA DE VAINILLA	10	10	gr	2	c/lb	0,04
CACAO AMARGO	70	70	gr	3	c/lb	0,46
HARINA	300	300	gr	0,5	c/lb	0,33
HUEVOS	6	6	u	0,2	c/lb	1,20
ROYAL	8	8	gr	3,5	c/lb	0,06
BICARBONATO	8	8	gr	3	c/lt	0,02
SAL	7	7	gr	0,6	c/lt	0,01
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	3,89
C.I.F 30% (PV)	0,36		CR=FC*CK	8%	% VARIOS	0,31
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,78		FC=1+D		TOTAL	4,20
U1=PV-∑CP	0,42		D=10%		C. PAX	0,42
U2=P.V.S-PV	0,30		CR=FC*CK	35%	C.M.P O VENTA	0,35
U neta= U1+U2	0,72		0		P.V	1,20
					P.V.S	1,50

Anexos 23 Torta De Durazno

RECETA ESTÁNDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	TORTA DE DURAZNO			GRU PLATO PRINCIPAL		
				PO:	TIE MPO : 25 MI N	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
HUEVO	3	3	u	0,2	c/lb	0,60
DURAZNO	350	350	gr	2,5	c/lb	1,93
ALMIBAR	900	900	ml	0,8	c/lb	0,72
LECHE	480	480	gr	0,6	c/lb	0,63
AZUCAR	480	480	gr	0,55	c/lb	0,58
HARINA	250	250	gr	5,5	c/lb	3,03
MARGARINA BONELLA						
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIAB LE	7,49
C.I.F 30% (PV)	0,69		CR=FC*CK	8%	% VARIOS	0,60
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,50		FC=1+D		TOTAL	8,09
U1=PV-∑CP	0,81		D=10%		C. PAX	0,81
U2=P.V.S-PV	0,18		CR=FC*CK	35%	C.M.P O VENTA	0,35
U neta= U1+U2	0,99		0		P.V	2,31
					P.V.S	2,50

Anexos 24 Manual

MANUAL

CAFETERIA DE"U"NA



**UN SORBO NOS CONOCERÁS, DOS, JAMÁS NOS
OLVIDARÁS.**

MANUAL

ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- Bienvenida.
- Introducción
- Historia de la empresa.
- Misión
- Visión
- Valores de la cafetería
- .

2. ORGANIGRAMA

3. FUNCIONES

4. DERECHOS Y OBLIGACIONES

A. DERECHOS

B. OBLIGACIONES

C. RECOMENDACIONES GENERALES

D. TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES DE TRABAJO

BIENVENIDA

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

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

Asimismo deseamos que la *CAFETERÍA DE "U"NA* sea un importante medio que te permita la superación mediante la interacción con personas con un alto sentido del compromiso dispuestos a la mejora continua.

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

En este manual encontraras una breve semblanza de los que es la *CAFETERÍA DE "U"NA* y sus inicios, nuestra Misión, Visión y Valores, además de información que te resultará de gran utilidad para tu trabajo.

Bienvenido a lo que es ahora tu equipo de trabajo... *LA CAFETERÍA DE "U"NA*.

Atentamente

“La administración”

INTRODUCCIÓN

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

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

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

HISTORIA DE LA EMPRESA

CAFETERÍA DE “U”NA

La idea de la cafetería snace para atender las necesidades de las personas y crear satisfactores ofreciendo productos de calidad y con una buena presentación ya que nuestros productos van hacer la presentación de nuestro local.

La cafetería nace para atender las necesidades de los estudiantes y crea satisfactores a cabio de una retribución.

Vivir de preparar café es un modelo de emprendimiento casi artístico: no sólo se trata de saber operar cafeteras, el secreto de las marcas consolidadas como Starbucks, la presentación, la variedad en el menú y la capacidad de ofrecer no una taza de café, sino todo un concepto.

Vamos a tener una gran variedad de bebidas frías y calientes y de todo precio también vamos a poder encontrar lo que es una gran variedad de comida de todo

el Ecuador ya que la cafetería va a prestar servicios alimentarios de una amplia gama de productos nacionales como bolones de verde, empanadas de verde, empanadas de harina de trigo y maíz, Muchines de yuca, en lo que es el área de bebidas tendremos lo que es un café ecuatoriano lojano que se lo considera uno de los mejores sabores en el Ecuador en las bebidas frías una variedad de jugos refrescantes para el consumidor.

La cafetería tradicional que brinde un buen servicio con un buen ambiente agradable para las personas de la ciudad de Riobamba presentando una gran variedad de productos de comida y bebida en el más amplio sentido de la palabra, con un estilo único y original tomando en cuenta la posibilidad económica de los comensales para de esta manera poder brindar un servicio de calidad y una decoración única donde las personas puedan sentirse a gusto.

La cafetería tendrá un servicio personalizado ya que los clientes encontrarán una experiencia de compra y al hacer el servicio personalizado, tener una persona amable y muy eficiente para que el consumidor pueda sentirse a gusto con el servicio que le están ofreciendo, se van a tener estrategias de venta para conservar a los clientes y atraer otros más, hoy en día las redes sociales son una herramienta excelente para conseguirlo.

Misión

Creación de productos novedosos y artesanales, mediante la utilización de alimentos con la más alta calidad para que nuestros consumidores disfruten de la variedad de productos que degustaran en nuestro local.

Visión

Ser una cafetería líder y ser reconocidos por nuestros clientes como un establecimiento en esta ciudad, por la elaboración de productos consumibles, brindando desarrollo a nuestra sociedad y cultura con la responsabilidad que requiere nuestro trabajo para los consumidores.

NUESTROS VALORES

Responsabilidad

Respetamos y cumplimos los convenios pactados con nuestros clientes.

Compromiso

Estamos comprometidos a brindarles el mejor servicio a nuestros clientes.

Trabajo en equipo

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

Puntualidad

Esencial para cumplir con las obligaciones dadas

Respeto

Hacia los clientes y con las personas que va a trabajar

Honestidad

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

Lealtad

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

Creatividad

Generar nuevas ideas originales con beneficio hacia la empresa.

Nuestra filosofía fundamental es la CALIDAD EN EL SERVICIO.

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

Políticas

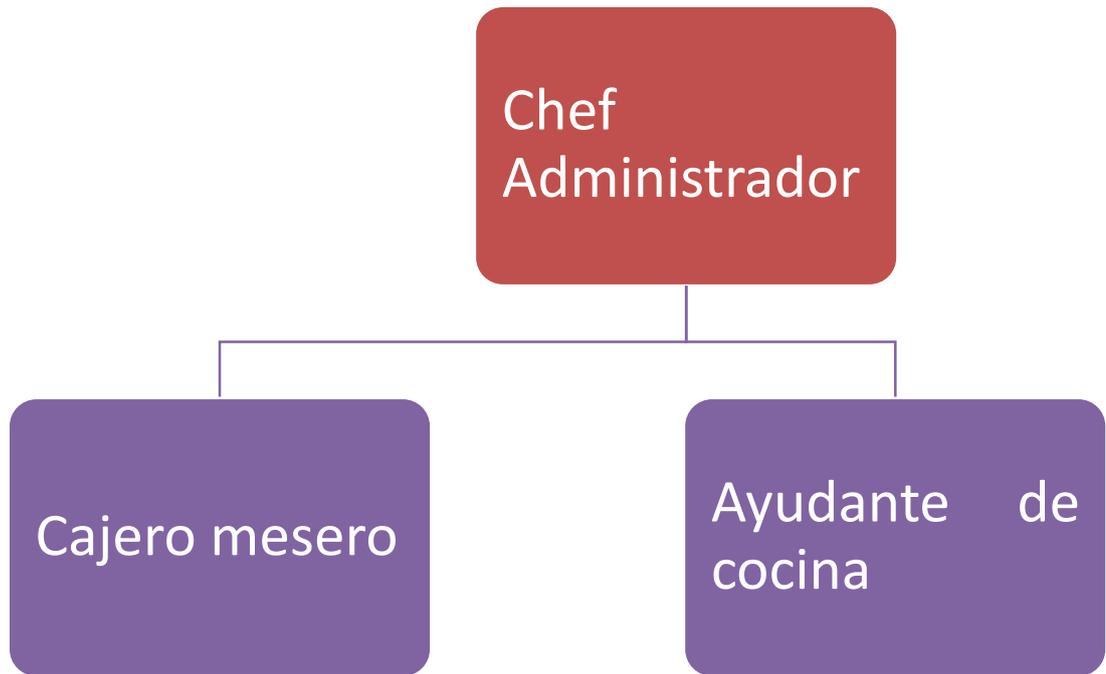
- Elaboración del producto que se va a servir al consumidor.
- Todos los trabajadores deben tener un comportamiento ético y moral en el área de trabajo.
- Todo el personal de la empresa debe tener puntualidad y obtener un mejoramiento continuo en la responsabilidad.

Estrategias

- Adquirir varios proveedores con los que se trabajara con el fin de dar suministros, insumos y productos de buena calidad.
- Obtener una buena imagen con los clientes satisfechos por los productos que consumen.
- Usar nuevas técnicas de motivación para aumentar el ánimo y desempeño de trabajo en el personal de nuestra empresa.

- Formar equipos de trabajo para que el personal realice sus actividades en forma grupal.
- Tener un horario de trabajo tanto como entrada y salida para así no tener atrasos y saber respetarlo.
- Dejar muy en claro los rangos que se manejarán dentro del personal de la cafetería.

ORGANIGRAMA



FUNCIONES

CHEF ADMINISTRADOR

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

FUNCIONES

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

RESPONSABILIDADES

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

CAJERO/MESERO

Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos de la empresa entregando balances y arqueo de caja diario. Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de las cuentas y disposiciones financieras que sean delegadas, donde la información sea fidedigna para la toma de decisiones de las empresas a su cargo.

FUNCIONES

- Llevar el control diario contable
- Recepción de eventos si los hubiere
- Informe de quejas
- Dar la bienvenida al cliente

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

RESPONSABILIDADES

- Realizar el balance diario de la cafetería
- Informe de productos faltantes y caducados de la barra
- Responder a inquietudes del cliente sobre la carta y otros
- Servir al cliente
- Limpieza en las mesas comedor y barra

AYUDANTE DE COCINA

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

FUNCIONES

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

RESPONSABILIDADES

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

DERECHOS GENERALES

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

OBLIGACIONES

Tus obligaciones como trabajador serán:

1. Jornada de trabajo.

Los horarios de trabajo para La Cafetería DE “U”NA serán de:

Lunes a sábado: 14:00 a 22:00horas

De lunes a sábado con un día de descanso en la semana; se contará con una tolerancia de 15 minutos y a su vez contarán con 30 minutos para consumir sus alimentos en la hora de la merienda.

2. Retrasos, Ausencias y Permisos.

Retrasos

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

¿Qué debe hacer el empleado si llega tarde?

- Si llega después de la hora de tolerancia es decir de 14:16 según sea el caso, deberá reportarse con su jefe inmediato.
- Si decide retirarse, el empleado deberá presentarse al día siguiente en su horario habitual de trabajo.

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

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

Ausencias

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

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

¿Cómo afectará la ausencia en las percepciones del empleado?

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

Permisos

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

¿Qué debe hacer el empleado?

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

¿Cómo afectará los permisos en las percepciones del empleado?

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

RECOMENDACIONES GENERALES

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

Pantalón a su elección.
Camisa blanca.
Zapatos negros.

- b. Portar las herramientas de trabajo proporcionado por la empresa:
 - Delantal.
 - Trapo para limpiar mesas.
 - Malla para el cabello

GENERALIDADES

- LIMPIEZA

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

- BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS

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

TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES

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