



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CAFETERÍA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTORA: ANA MERCEDES SILVA VITERI

TUTORA: ING. SILVIA GABRIELA TAPIA SEGURA

Riobamba- Ecuador

2018

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

El tribunal del trabajo de titulación Certifica El trabajo de investigación: tipo Emprendimiento
TÍTULO "Propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería Artesanal"
Responsabilidad de la Señorita Ana Mercedes Silva Viteri Ha sido minuciosamente revisado
por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación

FIRMA

FECHA

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Lcdo. Efraín Rodrigo Romero Machado

MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

DOCUMENTALISTA

-

CERTIFICACIÓN

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

Ing.: Silvia Gabriela Tapia Segura
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Lic.: Efraín Rodrigo Romero Machado
MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Ana Mercedes Silva Viteri en calidad de estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Facultad Salud Pública Escuela de Gastronomía, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión Gastronómica, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ana Mercedes Silva Viteri

060408139-8

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente Proyecto de Emprendimiento a Dios a mis Padres a mis Hermanos, que son un referente para mí vida. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo a Mis Profesores, compartiendo sus más caras experiencias a lo largo de estos años.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a mis Padres, a mis Hermanos, con su ejemplo han sido un gran referente en mi vida.
A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron en el desarrollo de este PROYECTO.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	XIV
SUMMARY	XV
CAPÍTULO I.....	1
1ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Introducción.....	1
1.2. Objetivos.....	2
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	2
1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	2
CAPÍTULO II.....	3
2MARCO TEÓRICO	3
2.1Cafetería	3
2.1.1 . <i>Historia de la cafetería</i>	3
2.2Tipos de cafetería.....	4
2.2.1 <i>Cafeterías de categoría especial</i>	4
2.2.2. <i>Cafeterías de primera categoría</i>	4
2.2.3 <i>Cafeterías de segunda categoría</i>	5
2.3Clasificación de las cafeterías	5
2.3.1 <i>Cafetería artesanal</i>	6
2.4.El café	6
2.4.1. <i>Origen del café</i>	6
2.4.2. <i>Tipos de café</i>	7
2.4.3. <i>Características café robusto y arábica</i>	8
2.4.4. <i>El café en el Ecuador</i>	10
2.4.5. <i>Cultivo y Producción</i>	10
2.4.6. <i>Métodos de separación</i>	11
2.4.7. <i>Proceso de Obtención del café hasta su elaboración</i>	13
2.4.8. <i>Tipos de tueste de café características y color</i>	15
2.4.8. <i>Preparación de la bebida de café</i>	16
2.4.9. <i>El café en dos, variantes recientes del café filtro y el expreso.</i>	18
2.4.10. <i>Propiedades Gustativas</i>	19
2.4.11. <i>Importancia del café en el Ecuador</i>	19
2.4.12. <i>Consumo del café en el Ecuador</i>	20
2.5. El maíz	20
2.5.1. <i>Origen del maíz</i>	20

2.5.2 Tipos de maíz.....	21
2.5.3. Productos a base de maíz.....	21
2.6. Estudio de factibilidad de un proyecto.....	23
2.6.1. Objetivos de un estudio de factibilidad.....	23
2.6.2. Componentes del estudio de factibilidad.....	24
2.7. Marco conceptual.....	26
CAPÍTULO III.....	27
3METODOLOGÍA.....	27
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.2.Técnicas de recolección de datos.....	27
3.3. Fuentes de investigación.....	27
3.4.Segmento de mercado.....	28
3.5 Universo.....	29
3.6 Muestra.....	29
3.7. Fórmula para la estratificación.....	30
3.8. Tabulación y análisis de resultados.....	31
CAPÍTULO IV.....	41
4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	41
4.1 Introducción.....	41
4.2Identificación de la Idea.....	42
4.2.1 Lluvia de ideas.....	42
4.2.2. Selección inicial de la idea.....	43
4.2.3. Descripción de la idea seleccionada.....	44
4.3. Justificación.....	44
4.4. Nombre del emprendimiento.....	44
4.5 Motivación para el nombre.....	45
4.6 Descripción del emprendimiento.....	45
4.7 Misión.....	45
4.8 Visión.....	46
4.9 Políticas y Estrategias.....	46
4.10Valores y principios.....	46
4.11Distingos y ventajas competitivas.....	47
4.12 Aplicación del FODA.....	47
4.13 Estudio de Mercado.....	48
4.13.5. Proyección de la Oferta.....	51
4.13.6. Demanda insatisfecha.....	51
4.14. Mix de mercado.....	52

4.14.1. <i>Producto o servicio</i>	52
4.14.2. <i>Logotipo</i>	52
4.14.3. <i>Slogan</i>	53
4.14.4. <i>Precio</i>	53
4.14.5. <i>Distribución</i>	53
4.14.6. <i>Comunicación</i>	53
4.14.7. <i>Análisis del sector</i>	54
4.15. Cargos y funciones del área comercial	55
4.15.1. <i>Determinación de inversiones y gastos del área comercial</i>	55
4.16. Estudio Técnico	56
4.16.1. <i>Determinación del tamaño</i>	56
4.16.2. <i>Capacidad del emprendimiento</i>	56
4.16.3. <i>Localización</i>	57
4.16.4. <i>Simbología para el Diagrama de flujo</i>	58
4.17. Recetas estándar	63
4.18. Requerimiento de Talento Humano	64
4.19. Diseño de la planta	67
4.20. Estructura de costos de producción	68
4.20.1 <i>Materia prima</i>	68
4.20.2 <i>Mano de obra directa</i>	69
4.20.3. <i>Costos Indirectos de fabricación</i>	70
4.20.4. <i>Determinación de activos fijos para producción</i>	72
4.21. Estudio Administrativo, Legal y Ambiental	73
4.21.1. <i>Organización</i>	73
4.21.2. <i>Organigrama Estructural</i>	73
4.21.3. <i>Organigrama Funcional</i>	74
4.22. Proceso de Selección y contratación del talento humano	75
4.22.1. <i>Reclutamiento</i>	75
4.22.2. <i>Selección</i>	75
4.22.3. <i>Contratación</i>	75
4.22.4. <i>Inducción</i>	75
4.23. Fichas profesiograficas	76
4.24. Manual de funciones	79
4.25. Marco Legal	79
4.26. Permisos requeridos para su funcionamiento	79
4.27. Mitigar el impacto ambiental	80
4.28. Estudio Financiero	81

4.28.1. <i>Análisis de la inversión</i>	81
4.28.2. <i>Fuentes y usos</i>	82
4.28.3. <i>Presupuesto</i>	83
4.28.4. <i>Presupuesto de gastos de administración</i>	84
4.28.5. <i>Presupuesto de gastos de ventas</i>	84
4.28.6. <i>Presupuesto de gastos financieros</i>	85
4.28.7. <i>Estructura de costos y gastos</i>	85
4.28.8. <i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i>	86
4.28.9. <i>Estado de Situación Financiera</i>	87
4.28.10. <i>Estado de Flujo del Efectivo</i>	87
4.28.11. <i>Evaluación Económica</i>	88
4.29. Evaluación Financiera	89
4.29.1. <i>Flujo Neto del efectivo</i>	89
4.29.2. <i>Periodo de recuperación de la Inversión.</i>	89
4.29.3. <i>Relación beneficio costo</i>	90
4.29.4. <i>Punto de equilibrio</i>	91
4.29.5. <i>Evaluación Social</i>	92
4.29.6. <i>Evaluación Ambiental</i>	93
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Segmento del mercado	40
Tabla 2-3 Estratificación	30
Tabla 3-3 Aceptabilidad de cafeterías en la ciudad de riobamba.....	31
Tabla 4-3 Productos de preferencia de 138 encuestas por cada oferta	32
Tabla 5-3 Promedio de consumo que realizan en una cafetería	33
Tabla 6-3 Consumo en dólares que se realiza en una cafetería	34
Tabla 7-3 Consumo en la cafetería de recetas tradicionales	35
Tabla 8-3 Horario de atención de la cafetería	35
Tabla 9-3: Servicio a domicilio en la cafetería	36
Tabla 10-3 Publicidad	37
Tabla 11-3 Publicidad a su domicilio	38
Tabla 12-3 Promoción.....	39
Tabla 13-3 Consumo en cafeterías de la ciudad de riobamba.....	40
Tabla 1-4: Lluvia de ideas	42
Tabla 2-4: Selección de la idea inicial	43
Tabla 3-4: Evaluación final de las ideas	43
Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento.....	44
Tabla 5-4: Políticas y estrategias.....	46
Tabla 6-4: Valores y principios	46
Tabla 7-4: Foda	47
Tabla 8-4: Crecimiento poblacional	48
Tabla 9-4: Demanda proyectada.....	49
Tabla 10-4: Proyección de la oferta.....	51
Tabla 11-4: Demanda insatisfecha	51
Tabla 12-4: Cargos y funciones del área comercial.....	55
Tabla 13-4: Inversiones del área comercial	55
Tabla 14-4: Gastos del área comercial.....	56
Tabla 15-4: Capacidad del emprendimiento	57
Tabla 16-4: Receta estándar	63
Tabla 17-4: Ficha profesiografica del chef administrador	64
Tabla 18-4: Ficha profesiografica del ayudante de cocina.....	65
Tabla 19-4: Ficha profesiografica del mesero	66
Tabla 20-4: Materia prima	68
Tabla 21-4: Mano de obra directa	69

Tabla 22-4: Costos indirectos de fabricación	70
Tabla 23-4: Suministros y materiales	70
Tabla 24-4: Servicios básicos	71
Tabla 25-4: Mantenimiento	71
Tabla 26-4: Depreciación de activos fijos	71
Tabla 27-4: Determinación de activos fijos	72
Tabla 28-4: Maquinaria y equipos	72
Tabla 29-4: Gastos para contratación de talento humano	75
Tabla 30-4: Ficha profesiografica del chef administrador	76
Tabla 31-4: Ficha profesiografica ayudante de cocina	76
Tabla 32-4: Ficha profesiografica del mesero	77
Tabla 33-4: Ficha profesiografica del cajero	78
Tabla 34-4: Permisos de funcionamiento	79
Tabla 35-4: Mitigar impacto ambiental	80
Tabla 36-4: Acciones remediales	81
Tabla 37-4: Análisis de la inversión	81
Tabla 38-4: Fuentes y usos	82
Tabla 39-4: Presupuesto de producción	83
Tabla 40-4: Presupuesto de administración	84
Tabla 41-4: Presupuesto de ventas	84
Tabla 42-4: Presupuesto de gastos financieros	85
Tabla 43-4: Estructura de costos y gastos	85
Tabla 44-4: Estado de ganancias y pérdidas	86
Tabla 45-4: Estado de situación financiera	87
Tabla 46-4: Estado de flujo de efectivo	87
Tabla 47-4: Tir y van	88
Tabla 48-4: Flujo neto del efectivo	89
Tabla 49-4: Periodo de recuperación de la inversión	89
Tabla 50-4: Relación beneficio costo	90
Tabla 51-4: Punto de equilibrio	91
Tabla 52-4: Evaluación social	92
Tabla 53-4: Evaluación ambiental	93
Tabla 54-4: Acciones remediales	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1-3 Aceptabilidad de cafeterías en la ciudad de riobamba.....	48
Grafico 2-3: Productos de preferencia de 138 encuestas por cada oferta	49
Grafico 3-3: Promedio de consumo que realizan en una cafetería.....	50
Grafico 4-3 Consumo en dólares que se realiza en una cafetería.....	51
Grafico 5-3: Consumo en la cafetería de recetas tradicionales	52
Grafico 6-3: Horario de atención en la cafetería.....	53
Gráfico 7-3 Servicio a domicilio en la cafetería.....	53
Grafico 8-3: Publicidad.....	54
Grafico 9-3: Publicidad a su domicilio.....	55
Grafico 10-3: Promoción.....	56
Grafico 11-3: Consumo en cafeterías de la ciudad de riobamba	57
Grafico 12-4: Crecimiento poblacional.....	66
Gráfico 13-4 Proyección de la oferta	67
Gráfico 14-4 Demanda insatisfecha	68
Grafico 15-4 Diseño de la plata.....	85
Grafico 16-4 Organigrama estructural	92
Grafico 17-4 Organigrama funcional	93

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos A: Carta de menú

Anexo B: Encuesta

Anexos C: Recetario

Anexos D: Manual de funciones

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad tuvo como finalidad la creación de una cafetería artesanal en el cantón de Riobamba, en esta investigación se utilizó una metodología de tipo descriptiva, cualitativa, bibliográfica y de campo. Este emprendimiento permitió cumplir con los objetivos trazados donde se plasmó diferentes estudios: el Estudio de Mercado, donde se determinó una demanda insatisfecha del 91% , el Estudio técnico determino el tamaño y la localización del proyecto, así como la capacidad de producción, el estudio ambiental se trató las medidas de mitigación señalando que no causara danos ambientales, en el estudio administrativo se analizó la investigación de la ley del artesano; 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 de 15.169,86 el cual se utilizara para poder ejecutar la idea del negocio. Al aplicar los índices económicos financieros, se concluye que este proyecto de emprendimiento es rentable para su desarrollo, ya que el VAN es de 12567,18. El TIR es de un 35% y la relación beneficio costo es de \$1,86, se recomienda que el personal del área administrativa y del área de producción brinden un buen servicio a los clientes para poder obtener la factibilidad dentro del establecimiento.

PALABRAS CLAVE: <TECNOLOGIA Y CIENCIAS MEDICAS>, <GASTRONOMIA >, <EMPRENDIMIENTO > <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD >, <CAFETERIA ARTESANAL >, <GASTRONOMIA ARTESANAL >, <ENTREMESES >.

SUMMARY

The present study of feasibility had as aim to create a craft coffee shop in Riobamba town, in this investigation, the descriptive, qualitative and bibliography methods used. This entrepreneurship allows achieving the objectives outlined where reflects different studies as Market Research it determined a 91% of unsatisfied demand. The Technical Study identified the volume and location of the project as well as the production capacity; the environmental study involved the mitigation actions showing there is no ecological damage. The administrative survey the employees' profiles were analyzed and the induction process to the company; in the legal study an investigation of artisan law was developed; in the financial research includes all the budgets and the needs to apply the project which details the whole investment of \$15.169,86 this will be used to execute the project idea. To implement the economic and financial indicators, it concludes that the entrepreneurship project is profitable to its development NPV is 12.567,18. The IRR is 35%, and the relation cost/benefit is \$ 1,86 it recommended that the administrative staff and production area served a quality service to obtain the feasibility inside the establishment.

KEY WORDS: <MEDICAL TECHNOLOGIES AND SCIENCES>, <GASTRONOMY>, <ENTREPRENEURSHIP> <STUDY OF FEASIBILITY>, <CRAFT COFFEE SHOP>, <TRADITIONAL GASTRONOMY>, <APPETIZERS>.

CAPÍTULO I

1 ASPECTOS GENERALES

1.1 Introducción

Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería artesanal en la ciudad de Riobamba, consiste en preparar varias recetas utilizando productos de nuestra región. Su proceso es netamente artesanal es decir, cuidando las costumbres y tradiciones de nuestros mayores; Procurando rescatar desde la familia hacia la sociedad experiencias propias que poco a poco están desapareciendo en nuestros hogares. El objeto de la cafetería tradicional es cultivar y mantener nuestra identidad como tal. .y parar las tendencias extranjeras valorando lo que es nuestro, centramos más en recetas tradicionales que han ido trascendiendo de generación en generación.

Otro factor muy importante es organizarnos en familias, intercambiando recetas para interactuar con los más pequeños, así preservamos lo nuestro, incentivando en las familias el ejercicio de trascender en el tiempo, con insumos propios, sabrosos y frescos. En una cafetería tradicional. Llevando de la mano la calidad del producto que vamos a ofrecer al cliente en un ambiente de armonía y cordialidad. Ofreciéndoles a los asistentes productos rico y saludable.

En la presente investigación se desarrolló los objetivos tanto generales como específicos, el marco teórico y conceptual; la metodología utilizada fue descriptiva, cualitativa, bibliográfica y de campo donde aplicaremos la población y muestra.

También se dio a conocer los resultados obtenidos después de aplicar las encuestas que fueron instrumentos para levantar información lo cual se realizó mediante gráficos lo que permitió determinar gustos y preferencias de las personas y a si ver el nivel de aceptabilidad que tendrá el proyecto.

A su vez también dentro del proyecto podemos encontrar los siguientes estudios como son:

Técnico, Legal, Administrativo, Ambiental y Financiero los cuales fueron desarrollados para la propuesta de la creación de una cafetería y la viabilidad económica que tiene.

Posteriormente también tenemos las conclusiones y Recomendaciones obtenidas una vez finalizada la investigación

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Diseñar el estudio de factibilidad para la creación de una cafetería artesanal en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar mediante el estudio de mercado la demanda insatisfecha de gustos y preferencias de los consumidores en relación a las cafeterías de la ciudad de Riobamba.
- Establecer el estudio técnico considerando la carta de menús basándose en recetas tradicionales elaboradas artesanalmente.
- Desarrollar el estudio administrativo, Legal Ambiental y Financiero para la determinación de la factibilidad económica, financiera y social y ambiental del emprendimiento

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Cafetería

“Una cafetería es un establecimiento donde se sirve café, alimentos rápidos de preparar. Por lo general estos espacios también ofrecen infusiones y bebidas calientes y frías, e incluso ciertos tipos de comida”. (Melvin Alvarado, 2007, pág. 5)

2.1.1 . *Historia de la cafetería*

“Las primeras cafeterías iniciaron en Estambul en el año 1550, desde ahí su número se incrementó. Los turcos, se reunían a discutir temas de hombres los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, lo cual no les resuelto, ya que se hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano”. (Ortiz & Garcia, 2010, pág. 6)

Una de las primeras cafeterías europeas establecidas sobre la base de las turcas fue La Bottega del Café, en 1624 en Venecia. También podemos decir que el café llegó a Francia a través del Puerto de Marsella. En 1660 comerciantes de ese puerto sabían del café, y los beneficios que traía decidieron llevar unos sacos desde Egipto y por 1661 la primera tienda de café fue abierta en Marsella. (Ortiz & Garcia, 2010, pág. 6)

2.2 Tipos de cafetería

2.2.1 Cafeterías de categoría especial

En este punto se detallara las condiciones más importantes que debe tener una cafetería de categoría especial variara según la categoría del establecimiento.

Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio

Deberá constar un Guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración adecuada

Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos.

Decoración y mobiliario de acuerdo al ambiente con el rango del establecimiento.

Cubertería, vajilla y cristalería de gran calidad, menaje de primera calidad, fuente de sopa cafetera exprés y plancha

Cámara frigorífica de gran calidad, office con fregaderos y local para almacén.

Barra o mostrador, adecuados tanto a la categoría como a la capacidad del establecimiento.

Vestuarios y aseos amplios e independientes para el personal masculino y femenino.

El personal, tendrá que estar bien uniformado de acuerdo con el rango del establecimiento, con el fin de garantizar un servicio rápido y eficiente. (Garcia Ortiz, 2011; , pág. 5)

2.2.2. Cafeterías de primera categoría

Este tipo de cafetería deberá reunir, como mínimo, las siguientes condiciones:

Entrada para los clientes independiente de la del personal. Durante las horas de atención del establecimiento.

Teléfono y calefacción

Servicios sanitarios, independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos,

Cubertería, vajilla y cristalería de calidad, cafetera exprés, fuente de sopa, planchas y cámara frigorífica,

Fregaderos y local para almacén y menaje de buena calidad,

Barra o mostrador, adecuados tanto a la categoría como a la capacidad del establecimiento,

Vestuarios y servicios sanitarios independientes para el personal masculino y femenino, El personal, deberá estar correctamente uniformado con todas las indicaciones destinadas y variara según el rango del establecimiento, para garantizar un servicio rápido y eficiente. (Garcia Ortiz, 2011; , pág. 5)

2.2.3 Cafeterías de segunda categoría

Teléfono, Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros,

Cubertería inoxidable, vajilla y cristalería en buen estado de conservación, cafetera exprés y plancha,

Cámara frigorífica, fregaderos y menaje de calidad,

Barra y mostrador, adecuados a la capacidad del establecimiento,

El personal, uniformado, será el adecuado para un servicio rápido y eficiente.

(Garcia Ortiz, 2011; , pág. 5)

2.3 Clasificación de las cafeterías

Atendiendo a las categorías las cafeterías se dividen en:

Especial distintivo (3 tazas)

Primera distintivo (2 tazas)

Segunda distintivo (1 taza)

El distintivo de cada categoría debe exhibirse en el exterior de cada establecimiento a su vez en los documentos impresos (cartas facturas) (Garcia Ortiz, 2011; , pág. 7)

2.3.1 Cafetería artesanal

Una cafetería artesanal tiene su sello y su propia identidad donde se fusiona el trabajo del productor obteniendo sus productos desde su producción hasta su elaboración, donde el propósito de un artesano es realizar sus propios productos con pasión, dedicación y perseverancia en cada proceso de la producción; a diferencia de una cafetería industrial que se elabora las preparaciones solo con maquinaria y no se usa el ingenio personal del artesano.

2.4.El café

El café se cultiva en Latinoamérica, en África Central y Oriental y la India. Produce variedades tan conocidas como Moka, Bourbon o Brasilia. Los países productores se encuentran en América del Sur y Central, África y Asia. Brasil es el principal exportador del mundo, produciendo Robusta y Arábica; Le sigue Colombia, donde se cultiva un café suave con mucho cuerpo; Costa Rica, con un café muy aromático, Puerto Rico cuyo café es de intenso sabor. Otras zonas donde se cultiva café son México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Venezuela, Bolivia, o Perú. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, pág. 4)

2.4.1. Origen del café

No se puede obtener una información que demuestre la verdadera procedencia del café, pero por sus narraciones que cuentan esta la del pastor kaldi de Abisinia, hoy actualmente conocida como Etiopía, este pastor vio que sus cabras estaban inquietas y llenas de energía cuando las llevaba a alimentarse a una zona de las montañas, luego de verificar porque se ponían así sus cabras, se dio cuenta de que las cabras comían unos pequeños frutos rojos parecidos a las cerezas, estos provenían de un arbusto que crecía abundantemente en la zona. (Gallego, 2003, pág. 6)

Kaldi decide recolectar unos granos y llevársela a los monjes capuchinos donde el Abad las cocino y al probar la bebida degusto un desagradable sabor, la amargura fue tal que decidió arrojarlas al fuego, las bayas comenzaron a emanar un agradable e intenso aroma, por lo que

decidieron sacarlas de las llamas y prepararon una bebida, con ello lograron constatar que la bebida los mantenía despiertos incluso en las largas vigilias de oración. Con el tiempo lograron utilizar los frutos del arbusto hasta lograr preparar la bebida que hoy conocemos como café... (Gallego, 2003, pág. 6)

En nuestro país se empieza el cultivo de café a partir del año 1860 en grandes extensiones sobre todo en la parte de Manabí y no fue hasta el año de 1880 cuando se comenzó con las primeras cosechas también coincidió con la apertura de Ecuador al mercado mundial llegando a convertirse en uno de los principales exportadores de café y cacao.

El café esa bebida estimulante y encuentra su origen en las tierras de Abisinia (actual Etiopia). Fruto de un arbusto llamado cafeto su nombre procede de la ciudad etíope de Caffa . (Gallego, 2003, pág. 6)

2.4.2. Tipos de café

Existen varios tipos de café pero se ha tomado en cuenta los más importantes donde detallaremos sus características organolépticas y algunos puntos claves de su proceso.

Café tostado natural: el que se obtiene de los granos de café por el sistema de tueste de forma directa, sin ningún tipo de aditivo. Sometiendo los granos a una temperatura sobre los 200° C. En este proceso, el grano pierde su humedad residual (Cortijo, el mundo del cafe, 2002, págs. 8-9)

Café tostado torrefacto: se trata de un café que durante el proceso de tueste, se le añade azúcar (un máximo del 15%) en el proceso del tueste. Según la temperatura de tueste, el azúcar se carameliza y forma una película quemada exclusivo de España y Portugal. . (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, págs. 8-9)

Café descafeinado: se denomina café verde ya que se ha eliminado la mayor parte de un alcaloide, llamado cafeína, el componente activo del café. El descafeinado se realiza mediante un procedimiento industrial de extracción. Incluyendo agentes descafeinantes como el agua, disolventes orgánicos y clorados, estos intervienen en el proceso. La primera fase se da un pretratamiento de vapor de agua hasta conseguir una humedad del 40%; después se procede a extraer la cafeína con los agentes descafeinantes; para eliminar los restos de estos agentes se

vuelve a realizar una nueva vaporización, después de esto, los granos se secan para comenzar el tostado... (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, págs. 8-9)

Café soluble: se obtiene por extracción industrial del café tostado y molido mediante deshidratación o secado del café. Este café, se prepara, en cafeteras de acero cerradas herméticamente para conservar los aromas. Tras esto, se filtra y se elimina el agua mediante aire caliente. Cuando el agua se haya evaporado, el polvo que resulta es el café soluble el cual pasa a envasarse al vacío rápidamente para que se conserven todas sus propiedades. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, págs. 8-9)

Café soluble liofilizado: se trata de otro método de extracción del café para conseguir su solubilidad. En este caso se alcanza mediante la congelación a -40°C y a baja presión atmosférica. Después, se procede a un fuerte cambio en la temperatura y en la presión, elevándola bruscamente para conseguir que el hielo se transforme en vapor de agua y deshidratar así las partículas de café. Este método permite conservar, hasta el momento de su consumo, el aroma propio de los granos de café. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, págs. 8-9)

2.4.3. Características café robusto y arábica

En este punto detallaremos sus características organolépticas, procesos, procedencia.

2.4.3.1 Café Robusta

El café robusto es una planta multicaule que puede alcanzar los 8 a 12 metros de altura, sus ramas son largas con hojas grandes de 20 a 35 cm de largo y de 8 a 15cm de largo oblongas acuminadas con relieve abarquillado, por lo general estas plantas están formadas de uno a tres ventrilos constituido cada uno de 15 a 30 flores blancas cuya corola posee de 5 a 7 pétalos. (Jativa Reyes, Julio 1994, pág. 10)

Son cafés con un mayor contenido de cafeína, del 2 al 4%. Presenta un grano amarillento y con olor a paja seca. El tueste es normal y da lugar a un café fuerte, de gran cuerpo, de color oscuro y de fuerte sabor con un punto amargo que se pega al paladar. Es muy usado en café

instantáneo, y en mezclas para expreso porque promueve la formación de "crema". La robusta tiene hasta el doble de cafeína en comparación con arábica. Aproximadamente un tercio del café del mundo es de robusta. (Jativa Reyes, Julio 1994, pág. 10)

2.4.3.2. Clima y suelo para el café robusta

Es originario de regiones ecuatoriales bajas, calientes y húmedas del Congo (África) está adaptado a condiciones de temperaturas más elevadas al contrario del café arábigo.

El robusta exige temperaturas medias anuales de 22 a 26 °C para producir satisfactoriamente, respecto al suelo la robusta no parece tener exigencias definidas en cuanto a la naturaleza, esta crece en los suelos rojos como los de origen volcánico.

Los factores del suelo para que se produzca un buen robusto son: volumen del suelo, suelos mal drenados, la facultad de almacenar agua y retener nutrientes en estado disponible. (Reyes, 1994, pág. 9)

2.4.3.3. Café arábica

Arbusto de café, si se deja crecer libremente, puede llegar a los 20 metros de altura y vivir 200 años aproximadamente, sus hojas tienen forma oval de aproximadamente 15cm de largo con un tono verde más oscuro en una de las caras de cada hoja, sus flores son conocidas como flores de azahar estas flores forman el café llamado cereza, contiene en su interior dos semillas o granos de café. Una de sus características que se destaca es que son muy perfumados, dulces, ligeramente ácidos y con grandes matices de sabor, con una crema color avellana claro que tiende al rojizo y un agradable toque amargo. El café del arábica está considerado de mayor calidad que el de robusta. El café Arábica crea una bebida más aromática y suave al paladar, y también es más digestivas (Ghislaine , 1963, pág. 9)

2.4.3.4. Cultivo

Los árboles de arábica son considerados más delicados que otras especies de café como el robusta. Los árboles arábicos crecen mejor entre los 1200y 2000 metros sobre el nivel del mar a pesar de que en algunas regiones se cultiva a 800 metros y en otras por encima de los 2000. (Ghislaine , 1963a: p. 20)

La temperatura adecuada para los árboles arábicos está entre los 15 a 24 °C, por encima de este rango los árboles no tendrían un buen crecimiento, el clima donde se los cultiva debería estar 1200 y 2500 milímetros por año y el suelo debe ser ligeramente ácido con un pH no superior a 7 ya que esta planta es más susceptible a enfermedades tales como roya y broca (Ghislaine , 1963b:p. 20)

2.4.4. El café en el Ecuador

El Ecuador es uno de los mejores productores de café, y es uno de los pocos países que exportan todas las variedades de café: Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta. Gracias a su ubicación geográfica, Ecuador produce uno de los mejores cafés de América del Sur y de los más demandados en Europa. La riqueza de café se debe a los diferentes ecosistemas que posee el Ecuador, permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos. (Cortijo, el mundo del café, 2002, pág. 9)

2.4.5. Cultivo y Producción

2.4.5.1. Plantaciones de café

La planta del café requiere para su cultivo condiciones específicas: calor y lluvia. Estas condiciones se dan en zonas situadas entre el Trópico de Cáncer y el Trópico de Capricornio. La climatología y la fertilidad de la tierra influyen en la planta. Para la variedad arábica, la temperatura adecuada es de 15-24 grados centígrados mientras que para la robusta, es un poco superior, es de 24-29 grados. Los suelos más fértiles son húmedos, permeables y ricos en nutrientes. El grado de maduración de los frutos depende de la lluvia; también es posible encontrar, al mismo tiempo, flores y frutos con diferentes grados de maduración. Para que la flor del Coffea Arábica se convierta en fruto maduro, se requiere de 6 a 8 meses; la Robusta, por su parte, necesita de 9 a 11 meses. Desde la plantación, pasarán entre 2 y 4 años para que el café produzca su primera cosecha. A partir de aquí, durante 20 o 30 años, la planta, cuidada correctamente, podrá producir café de alta calidad. (Delgado & Larco, Junio 2002)

2.4.5.2. Recolección del café

El momento de la recolección se le conoce como el color de las cerezas o drupas, que son las que contienen los granos de café. La maduración se alcanza cuando han adquirido un color rojizo. Es importante verificar la elección del fruto, antes de recolectarlo, pues un grano verde o poco maduro, potencia el sabor amargo mientras que uno demasiado maduro, da un sabor fuerte. Los recolectores van de planta en planta, con algunas Semanas de intervalo. Hay dos métodos de recolección: (Delgado & Larco, Junio 2002, pág. 9)

Grano a grano o “picking”: los recolectores van cogiendo una a una las cerezas o drupas, seleccionando sólo aquellos granos que estén realmente maduros y sanos. Este sistema, es más costoso y lento pero asegura un grano de calidad y por lo tanto es más cotizado. “

Stripping”: este modo consiste en desgranar las ramas desde el interior hacia el exterior y se puede hacer manualmente o con maquinaria. Este método supone que se recojan tanto los frutos rojos como los verdes. (Delgado & Larco, Junio 2002, pág. 9)

2.4.5.3. Separación de los granos de café

Una vez cosechados los frutos, también llamados «café cereza», deben procesarse para retirar la piel y de la pulpa de la fruta, liberando el grano de café. Los granos de café recién cogidos se procesan, ya sea mediante el método seco, o el húmedo y semihúmedo se deben tratar el mismo día de su cosecha a riesgo de que comience la fermentación y los granos se manchen. (Bermeo, 2012, pág. 10)

2.4.6. Métodos de separación

2.4.6.1 Método seco

En este caso, las frutas maduras se dejan secar al sol durante dos o tres semanas. Esto hace que la humedad de las cerezas se reduzca ampliamente, consiguiendo que la cáscara sea más quebradiza. Después de algunos días, se pueden oír rodar los granos dentro de las cerezas. A

partir de aquí, los granos de café verde se obtienen con gran facilidad simplemente con trillar o golpear los frutos. El resultado de este sistema es un café con sabor más “duro”, que se emplea para los dos tipos de café. (Ghislaine , 1963, pág. 4)

2.4.6.2. Método húmedo

El proceso húmedo se utiliza en Colombia, Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Kenia, los granos maduros se sumergen en agua para eliminar los más livianos y la basura. Las frutas maduras pasan por los procesos de pelado, fermentación, lavado y secado y molienda, los granos pasan por una despulpadora para eliminar la cáscara roja externa; la fermentación consiste en colocar los granos en cubas para que los azúcares de los restos de pulpa actúen sobre el grano y permitan un mejor lavado. El lavado elimina el resto de pulpa con abundante agua en circulación (aproximadamente 100 litros de agua por cada 10 kilos de café (Ghislaine , 1963, pág. 4).

El momento de secado supone exponer los granos al sol durante unas 30 horas y, tras esto, los granos se pasan por unas máquinas descascarilladoras para obtener el café verde. Una vez acabado este proceso, estos granos verdes se seleccionan en función del tamaño y la densidad. Son metidos en sacos y está listo para los países compradores. (Ghislaine , 1963, pág. 4)

2.4.6.3. Método Semihúmedo

El método semi-húmedo es un proceso híbrido con un uso muy limitado en África, Brasil, Costa Rica y Sumatra/Célebes. Consiste en que las cerezas cosechadas selectivamente y después boyadas se despulpan y se secan con todo el mucílago adherido al pergamino, hasta que el grano llegue a una humedad del 10 al 13 por ciento. Posteriormente se escurre parte del mucílago y después se coloca en el tendal o en la marquesina, quedando la masa del café con un espesor de 3 a 5 centímetros, que debe removerse de 5 a 7 veces al día. Si en las primeras horas de secado no se remueve lo suficiente, los granos cubiertos con el mucílago se compactan y se forman grumos que fácilmente pueden ser colonizados por hongos. El café resultante se conoce como «café con miel» y para secarlo son necesarias entre 40 y 50 horas de sol. (Instituto Hondureño del Cafe, 2000).

2.4.7. Proceso de Obtención del café hasta su elaboración

El café se clasifica con el fin de eliminar cualquier grano descompuesto, descolorado o dañado. La selección puede mecanizarse, en las instalaciones industriales, con ayuda de cámaras pero esta operación se hace a menudo manualmente, en los países en desarrollo. Además, se clasifican los granos por tamaño. (Rosenblatt, 2013)

2.4.7.1. Pulido

En algunos casos los granos de café se pulen para quitar la piel de plata. Esto se hace para mejorar el aspecto de los granos (Rosenblatt, 2013)

2.4.7.2. Almacenamiento

El café verde es bastante estable si se almacena de forma correcta. Los granos deben tener una humedad de alrededor de 12 % al momento de ser ensacados, porque de otra forma surgen hongos y mal olor; el saco debe ser fibra tal como yute o fique para permitir la ventilación de su contenido; el saco estándar para comercio internacional es de 70 kg. La bodega debe ser fresca, limpia y ventilada (Rosenblatt, 2013)

2.4.7.3. Envejecimiento

Todo el café, cuando fue introducido en Europa, venía del puerto de Moca, en lo que se conoce actualmente como Yemen. Para importar los granos a Europa, el café iba en barcos en un trayecto muy largo rodeando el continente africano. Estos largos viajes y la exposición al aire del mar cambiaban el sabor del café. Una vez que el Canal de Suez fue abierto, el tiempo del trayecto hacia Europa se redujo enormemente y comenzó a llegar café cuyo sabor no había sido alterado. En cierta medida, este café más fresco fue rechazado porque los europeos se habían acostumbrado al sabor anterior. (Rosenblatt, 2013, pág. 20)

Para intentar lograr un sabor parecido al anterior, parte del café se envejecía en grandes almacenes al aire libre en los puertos durante seis o más meses en un intento de simular los efectos de los largos viajes en mar.

Aunque todavía se debate ampliamente, se cree que ciertos tipos de café verde mejoran con los años; especialmente aquellos valorados por su baja acidez, como los cafés de Indonesia o India. Varios de los productores de estos cafés venden granos de café que han sido envejecidos unos 3 años, y algunos llegan incluso a 8 años. Sin embargo, la mayor parte de los expertos en café están de acuerdo en que el punto más alto de sabor y frescura del café se logra un año después de la cosecha, ya que los granos de café envejecidos en exceso pierden gran parte de su contenido en aceites esenciales. (Rosenblatt, 2013, pág. 20)

2.4.7.4. *Tueste y torrefacción*

Llegados a su destino, los granos son tostados, lo que desarrolla su aroma y les da su color oscuro. En algunos países, el tueste se hace añadiendo hasta un 15 % de azúcar a los granos de café, en cuyo caso el proceso se denomina torrefacción y el café resultante, con un sabor algo más vigoroso y granos de brillo aceitoso a consecuencia del caramelo depositado, café torrefacto. En la torrefacción hay quienes utilizan café de peor calidad y otros que no⁶³

Con el tueste, los granos aumentan su tamaño. Al principio de la aplicación del calor, el color de los granos verdes pasa a amarillo, luego a marrón canela. Es en ese momento cuando el grano pierde su humedad. Cuando la temperatura en el interior alcanza alrededor de 200 °C, salen los aceites de los granos. En general, cuanto más aceite hay, más sabor tiene el café.

Durante el tueste, los granos se agrietan de una forma similar a la de las palomitas de maíz que explotan bajo calor. Hay dos momentos de «explosión» que se utilizan como indicadores del nivel de tueste alcanzado. (Rosenblatt, 2013, pág. 20)

Niveles de tueste: rubio, canela, medio, ropa de monje, marrón, marrón oscuro, francés (o seminegro), italiano (negro).

Los granos se vuelven más oscuros y liberan aún más aceite hasta que finaliza el tueste, y son retirados de la fuente de calor.

Hasta el siglo XIX se compraban los granos verdes y su tostado se hacía con estufa. En 1900 la empresa Hill Brothers inventa el envasado en vacío de café tostado, que conservaba el sabor y

aroma por más tiempo. Esto cambiaría la forma de consumir café y sentenció la vida de las tostadoras locales. (Rosenblatt, 2013, pág. 20)

2.4.8. Tipos de tueste de café características y color

Cada café tiene su tueste ideal y cada método de preparación necesitará de un tueste diferente:

2.4.8.1. Tueste ligero (o canela)

El tueste ligero tiene un color canela. Es el que mejor conserva los sabores del origen por lo que se suele utilizar para los cafés de origen o gourmets. Son cafés con matices herbales y frutales. El famoso café Blue Mountain se tuesta normalmente siguiendo este método. Es el tueste ideal para las cafeteras de filtro (V60, aeropress) (Carvajal, 2001, pág. 25)

2.4.8.2. Tueste medio

El siguiente nivel sería el tueste medio. Se trata de un tueste que sigue manteniendo un nivel considerable de cafeína pero mayor dulzor. Con la mayor exposición al calor, los azúcares del café comienzan a caramelizarse con lo que se consiguen matices de frutos secos, caramelo e incluso chocolate. Este tipo de tueste va bien tanto para expresos como para cafés de filtro. (Carvajal, 2001, pág. 25)

2.4.8.3. Tueste Oscuro

Por último tenemos el tueste oscuro. El café se seca mucho más (destilación seca) y se extraen todos sus aceites esenciales. Es un café con un contenido de cafeína muy bajo que se utiliza normalmente para cafetera expreso. En este tipo de tostado conseguimos sabores especiados e incluso ahumados. (Carvajal, 2001, pág. 25)

2.4.8.4. Torrefacto

El torrefacto no es un nivel de tostado, es el resultado de añadir azúcar en el proceso de tostado. Una práctica común en países como España, Portugal, Francia o Argentina. El aspecto de los granos es mucho más brillante y el sabor más fuerte. (Carvajal, 2001, pág. 25)

2.4.8. Preparación de la bebida de café

2.4.8.1. Molienda

El grado de espesor de la molienda tiene un impacto importante en el proceso de elaboración de la bebida, y es crítico saber combinar la consistencia del grado de fineza del café con el método de elaboración para poder extraer un sabor óptimo de los granos tostados. Los métodos de la elaboración del café que exponen la molienda de café a agua calentada durante mucho tiempo necesitan que las partículas tengan un mayor grosor que si, en cambio, se utilizan métodos más rápidos. Los granos que se muelen demasiado para un determinado método de elaboración expondrán demasiada área superficial al agua caliente y producirán un gusto amargo y áspero. En el otro extremo, si se muele poco y se dejan partículas excesivamente gruesas, se producirá un café débil, acuoso y falta de sabor. (Cortijo, el mundo del cafe, 2002, pág. 30)

Hay varios métodos para producir la molienda de café para elaborar la bebida: Molienda: basada en dos elementos giratorios que machacan o que «rasgan» el grano con menos riesgo de quemarse. Las cuchillas pueden tener la forma redonda los últimos son más silenciosos y se atascan menos. Las cuchillas «muelen» el café a un tamaño razonablemente constante, lo que produce una extracción más uniforme cuando

se elabora la bebida. Los expertos en café consideran que el molinillo es el único método aceptable de moler el café.

Los molinillos con cuchillas cónicas preservan la mayor parte del aroma y produce una molienda con partículas muy finas y constantes. El diseño intrincado de las cuchillas de acero permite una alta reducción del engranaje para reducir la velocidad de molienda. Cuanto más lenta es la velocidad, menos calor se transmite al café molido, preservando así la máxima cantidad de aroma.

Clase de aparatos de café: expreso, goteo, percoladores, prensa francesa. Los mejores molinillos cónicos pueden moler extraordinariamente bien el café para la preparación del café turco. La velocidad a la que muele se sitúa generalmente por debajo de las 500 rpm. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, pág. 30)

Los molinillos con cuchillas en forma de disco giran a una velocidad normalmente mayor que la de las cónicas y como resultado tienden a transferir algo más de calor al café.

Picado: La mayoría de molinillos modernos realmente pican el grano en pedazos (y algunos bebedores de café utilizan simplemente una licuadora casera para realizar el proceso). Aunque gozan de una vida mucho más larga antes de que se desgasten las cuchillas, los resultados son peores, produciendo una molienda poco homogénea y, en consecuencia, darán lugar a una extracción inconsistente y a un producto degradado en la taza. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, pág. 30)

Las picadoras de cuchilla hacen los granos pedazos con una cuchilla girando a muy alta velocidad (de 20.000 a 30.000 rpm). Este café molido tiene partículas grandes y pequeñas y está más caliente que el café molido en molinillos. Las picadoras de cuchilla crean «polvo de café» que puede estorbar encima de los tamices de las máquinas de expreso y en las prensas francesas. Este tipo de picadoras son adecuadas solamente (en teoría) para máquinas de café por goteo, aunque incluso aquí el producto es inferior. También pueden hacer un gran trabajo moliendo especias y hierbas. No se recomiendan para el uso con máquinas de expreso con bomba.

Machacado: El café turco es producido por infusión con una molienda de una fineza casi impalpable. En ausencia de un molinillo con una calidad suficiente, la única forma fiable de alcanzarlo es golpear los granos en un mortero (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, pág. 30)

2.4.8.2. *La infusión*

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 (del italiano *expreso*), preparado haciendo pasar rápidamente agua caliente bajo presión a través del café molido.

El *distrito* (en español significa *restringido*), todavía más corto que el café expreso. La variación de esta bebida consiste en poner más café en el porta-filtros o maneral, dejándolo el mismo tiempo de extracción, el resultado una bebida concentrada y con tonos de crema oscura y con abundantes sabores amargos (No siempre) (Alvarado , Melvin, 2007, pág. 10)

2.4.9. *El café en dos, variantes recientes del café filtro y el expreso.*

Aero-presos. Método artesanal, que básicamente utiliza el mismo mecanismo que una máquina de expreso, solamente que manual. El instrumento es de plástico y es muy parecido a una jeringa, pero grande en la punta se le pone un filtro de papel. Combina ambos métodos mencionados anteriormente, dando como resultados sabores concentrados y frutales.

Idealmente, para conservar su sabor y frescura, el café debe molerse justo antes de la infusión. Por deseo práctico, frecuentemente se comercializa ya molido y al vacío.

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, cardamomo 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. (Instituto Hondureño del Cafe, 2000, pág. 15)

2.4.10. Propiedades Gustativas

Como en otros productos como el vino, el aroma desempeña un papel preponderante en el placer que da beber una taza de café. Este aroma es percibido por la mucosa nasal directamente, por la nariz o retro nasalmente por la faringe cuando los compuestos volátiles remontan hacia la mucosa olfativa.

Se cuentan al menos 800 compuestos químicos en el café. Su proporción y su naturaleza determinan la especificidad del café en cuestión. Como ejemplo, y para citar algunos compuestos mayoritarios, se encuentra la vainillina, el guayacol y el 4-Ethylguaiacol (fenólicos y especias), el 2,3-butadion (aroma de mantequilla), el 2-Methoxy-3-isobutylpyrazine (terroso), el matinal (patata y azúcar) y finalmente el 2-Furfurylthiol (aroma, simplemente, de café). Otros compuestos proporcionan sensaciones de avellana, nuez, caramelo y, de manera más sorprendente, de seta, carne, etc. (Cortijo, el mundo del cafe, 2002, pág. 8)

También una taza de café proporciona alrededor del 20 por ciento de la cantidad diaria recomendada de niacina (Vit B3) y dos tazas de café cubren el diez por ciento de las necesidades de potasio.

La mayoría de estos compuestos se deterioran con el aire y la luz, lo que explica el consejo habitual de conservar el café molido en un recipiente hermético al vacío, al resguardo del calor y la luz. Conservar el café en forma de granos y molerlo en el último momento minimiza la superficie de contacto con el aire, y en consecuencia la probabilidad de degradación de los aromas. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, pág. 8)

2.4.11. Importancia del café en el Ecuador

A mediados del siglo XVIII el café fue el primer producto de exportación del Ecuador, para hacer frente a la competencia del mercado, en los últimos años algunos caficultores del país han empezado a especializarse en la producción y comercialización de cafés, con atributos de valor: Cafés orgánicos, especiales, de comercio justo (Gusqui & Bastidas, 2015, pág. 40)

2.4.12. Consumo del café en el Ecuador

“Pese ser un país productor, y contar con un café muy apetecido en el extranjero las personas consumen 400gr de café al año lo que está muy por debajo del promedio per cápita como Perú y Colombia, que es 1500g r” (Gusqui & Bastidas, 2015, pág. 40)

2.5. El maíz

El maíz es popular en el mundo, y de los más consumidos. De color amarillo también rojos, marrones y naranjas, el maíz es actualmente la base de muchas gastronomías, especialmente las de América Latina de donde la planta es originaria, también se la cultiva en Europa “ (Delgado & Larco, Junio 2002, pág. 20)

2.5.1. Origen del maíz

Hubo una sequía tan grande que los ríos se secaron, murieron los peces y las aves por la sed; y llegó el hambre. Los indios rogaban a Tupa que trajera la lluvia, pero el sol seguía ardiendo la tierra. Dos guerreros, Avatí y Ne, conmovidos por el llanto de los niños entraron en acción. Un mago les aconsejó que no se olvidasen de que la intervención de Tupa era imprescindible y que él estaba en la tierra buscando a un hombre que quisiera dar su vida por los demás, para que de su cuerpo crezca la planta que les diera de comer a todos, incluso en tiempo de sequía. (Granados, 2001, pág. 5)

Los dos guerreros acordaron que uno de ellos debía de quedar vivo para buscar un sitio donde enterrar a su amigo, para que de su cuerpo creciera la planta y así obtener la vida eterna por su sacrificio. Los dos amigos indagaron y encontraron el lugar y el elegido para el sacrificio, fue Avatí. Así, Ne cavó la tierra y llorando lo enterró. Las palabras de Tupa se cumplieron. De la tierra nació una planta desconocida que creció, floreció y dio sus primeros frutos (Granados, 2001, pág. 5)

2.5.2 Tipos de maíz

El maíz es un cereal, conocido como elote o choclo, este cereal se caracteriza por contar con hojas gruesas y alargadas y su tallo es cilíndrico. los tipos de maíces más consumidos en el Ecuador son: Maíz baby este es colocado en conserva y consumido de inmediato y el maíz dulce es más conocido como choclo este se lo realiza asado o hervido, pero el más representativo para la cafetería Casa María Luisa es el maíz duro este maíz le utilizamos principalmente el blanco para elaborar la harina la cual es usada para la elaboración de Tamales, Quimbolitos, chigüiles, humitas etc. (Echeverría & Muñoz, 2013, pág. 20)

Maiz duro

Sus granos son suaves, redondos. No se afecta por insectos o moho tiene buena germinación, se desarrolla en climas fríos y húmedos. El maíz duro se utiliza para la producción de fécula de maíz y es destinado casi totalmente para el consumo humano Los granos de este maíz se presentan en diversos colores, como blanco, negro, amarillo, rojo, azul, verde o púrpura.

2.5.3. Productos a base de maíz

2.5.3.1. Tamales

Un tamal es una preparación de masa de harina de maíz rellena con vegetales y diversas carnes, que para su cocción se envuelve en hojas, bien sea de maíz, de bijao, de Plátano o incluso de papel aluminio y que con este u otros nombres se conoce a lo largo y ancho de América Latina. (Granados, 2001, pág. 5)

2.5.3.2. *Quimbolitos*

Son pasteles, propios del Ecuador y del sur de Colombia, especialmente en San Juan de Pasto, elaborados con harina de maíz, mantequilla, huevo, queso, uvas pasas, en ciertos casos llevan pedazos de chocolate, cocidos al vapor envueltos en hojas de achira (Granados, 2001, pág. 5)

2.5.3.3. *Buñuelos*

Es una masa de harina que se fríe. La masa puede mezclarse con agua, leche, huevo o levadura. Pueden llevar un relleno que puede ser dulce o salado es una preparación muy antigua. (Granados, 2001, pág. 5)

2.5.3.4. *Tortillas de maíz en tiesto*

Las tortillas de tiesto es un plato tradicional de las comunidades indígenas que básicamente consta de harina de maíz sal, azúcar, huevos, mantequilla, manteca de cerdo, levadura (Granados, 2001, pág. 5)

2.5.3.5. *Chigiüiles*

Masa que se elabora con harina de maíz, manteca, queso y huevo y, envuelta en hojas de maíz, se cocina al vapor es un producto ecuatoriano el tradicional chigiül es uno de los platos típicos en varios cantones de la provincia de Bolívar. La mayoría de los antiguos cocineros señala a la ciudad de Guaranda como la cuna de esta delicia, preparada con harina de maíz y queso (Granados, 2001, pág. 5)

2.6. Estudio de factibilidad de un proyecto

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone es rentable o no, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Recopila información y datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto también orienta la toma de decisiones. Para ver si procede el desarrollo y estudio del proyecto. (Miranda, 2005, pág. 4)

2.6.1. Objetivos de un estudio de factibilidad

El estudio de mercado de un proyecto persigue los siguientes objetivos:

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en este mercado el producto objeto de estudio.
- Demostrar que tecnológicamente se puede producir una vez que se revisó y que no exista impedimento alguno en el abastecimiento de los insumos necesarios para la producción.
- Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización. (Córdoba Padilla, 2011)

2.6.2. Componentes del estudio de factibilidad

2.6.2.1. Estudio de mercado

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, cantidad, precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad. (Córdoba Padilla, 2011)

2.6.2.2. Estudio técnico

El estudio técnico responde a los interrogantes básicos ¿Cuánto, Donde Como y con que producirá mi empresa? Diseña la función de producción óptima que se utilice para obtener el producto o servicio deseado, sea un bien o servicio. El estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para el proyecto. (Córdoba Padilla, 2011)

2.6.2.3. Estudio Administrativo

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. (Chiavenato, 2002)

2.6.2.4. Estudio Ambiental

Se llama Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) al procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, evaluar y describir los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo. (Chiavenato, 2002, pág. 6)

2.6.2.5. Estudio legal

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la ley. La estructura legal abarca fundamentalmente los siguientes aspectos de la organización. (Córdoba Padilla, 2011)

2.6.2.6. Estudio financiero

Tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos de la vida útil. (Córdoba Padilla, 2011)

2.7. Marco conceptual

Artesanal. Objeto que está hecho a mano con técnicas tradicionales (Diccionario de la Lengua española, 2016)

Cafetería. Una cafetería es un establecimiento donde se sirve café. Por lo general estos recintos también ofrecen otras infusiones y bebidas, e incluso ciertos tipos de comida. (Pérez, 2016)

Costumbres. Una costumbre es un modo habitual de obrar que se establece por la repetición de los mismos actos o por tradición. Se trata, por lo tanto, de un hábito. (Julián Pérez Porto, 2014)

Cafeto: es un arbusto perteneciente a la familia de las rubiáceas, del género Coffea. Son arbustos que pueden alcanzar entre los 10-12 metros de altura pero que para facilitar el mantenimiento y la recolección se podan entre los 2 y 4 metros. (Cortijo, El mundo del cafe, 2002, pág. 4)

Café es la bebida que se obtiene a partir de los granos tostados y molidos de los frutos de la planta del café (cafeto). Es una bebida altamente estimulante por su contenido de cafeína. (Alvarado , 2007)

Emprender Acometer comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro (diccionario y términos económicos, 2013)

Entremés. Cualquiera de los platos ligeros que se ponen en la mesa para picar antes de servir la comida (Diccionario de la lengua española, 2005)

Maíz es uno de los cereales más abundantes y populares en el mundo, y asimismo de los más consumidos. De color amarillo pero también disponible en diferentes tonos de rojos, marrones y naranjas, el maíz es actualmente la base de muchas gastronomías, especialmente las de América Latina (Cecilia Bembibre., 2010)

Proyecto Plan y disposición detallados que se forman para la ejecución de una cosa (Diccionario de la lengua española, 2015)

Tradición culinaria. Métodos o técnicas para preparar o cocinar alimentos ligados a un lugar concreto y a hábitos alimentarios tradicionales (Glosario de Agricultura Orgánica de la FAO, 2009)

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, cualitativa, bibliográfica y de campo

Es descriptiva porque refiere los hechos que se muestran en el proyecto a desarrollar.

Cualitativa porque hace referencias interpretativas de las actividades a realizar. Referencias bibliográficas que sustentan el marco teórico del emprendimiento.

De campo porque se utilizó como herramienta de recolección de datos para la factibilidad del proyecto una encuesta con 11 preguntas para conocer los gustos y preferencias del cliente.

3.2. Técnicas de recolección de datos

En el presente proyecto se utilizó como instrumento la encuesta. Fuente necesaria para conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes; para aplicar en la cafetería y facilitar el desarrollo del presente emprendimiento y facilitar su factibilidad

3.3. Fuentes de investigación

Como fuente primaria se tomó información real obtenida de las encuestas donde se realizó un cuestionario de 20 preguntas como prueba piloto a los habitantes del Cantón Riobamba de la zona urbana de las cuales se tomaron 11 preguntas esenciales donde se formuló puntos explícitos acerca de la cafetería; los cuales permitió obtener la mayor cantidad de información para el desarrollo del proyecto.

Como fuente secundaria se utilizó libros, folletos que permitió obtener información concreta para facilitar el proceso del proyecto.

También se obtuvo datos del Instituto nacional de estadísticas y censos del 2010 del cantón Riobamba.

3.4. Segmento de mercado

La segmentación del mercado es Geográfica y demográfica donde se presentó en grupos especificando todas las características y necesidades de la cafetería.

Tabla 1-3 Segmento del mercado

GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Zona	Urbana
Tipo de clima	Frio
Número de habitantes	146.324
DEMOGRÁFICA	
Género	Femenino y masculino
Ocupación	Turistas Estudiantes Universitarios Secundarios Niños/as
Educación	Superior
Religión	Todas
Raza	Todas
Clase social	Media- Alta
Cultura	Todas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Anita Silva

3.5 Universo

El universo de estudio se conformó por 146.324 habitantes de la zona urbana del cantón Riobamba según datos obtenidos del último censo de población y vivienda INEC 2010.

3.6 Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula probabilística finita simple, por cuanto se conoce el universo de estudio, que es de 146.324 que corresponde a la zona urbana del Cantón Riobamba.

Calculo de la muestra

n= tamaño de la muestra

N = total de la población 146.324

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

P= probabilidad de éxito 0,9

Q= probabilidad de fracaso 0,1

E= error dispuesto a cometer 5% 0,05

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,9)(0,1)(146324)}{(146324)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,9)(0,1)}$$

$$n = \frac{50591}{366,16}$$

$$n = 138$$

después de desarrollar la fórmula de la muestra a la zona urbana de la ciudad de Riobamba se conoce que se debe realizar 138 encuestas las cuales se estratifican en el siguiente cuadro

3.7. Fórmula para la estratificación

DE ENCUESTAS = #población por parroquia * total # de encuestas/ total # de población zona urbana

$$23119 * 138 / 146324 = 21,8$$

Tabla 2-3 Estratificación

PARROQUIA URBANA	POBLACIÓN	%	ENCUESTA
PARROQUIA VELOZ	23119	16%	22
PARROQUIA LIZARZABURU	50171	34%	47
PARROQUIA VELAZCO	38592	26%	36
PARROQUIA MALDONADO	31324	21%	29
PARROQUIA YARUQUIES	3118	3%	4
TOTAL	146324	100%	138

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Anita Silva

Se estratificó de acuerdo a las 5 parroquias urbanas de la ciudad de Riobamba anterior mente especificadas.

3.8. Tabulación y análisis de resultados

1.- ¿Usted visita cafeterías en la ciudad de Riobamba?

Tabla 3-3 Aceptabilidad de cafeterías en la ciudad de Riobamba

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	138	100%
NO	0	0%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

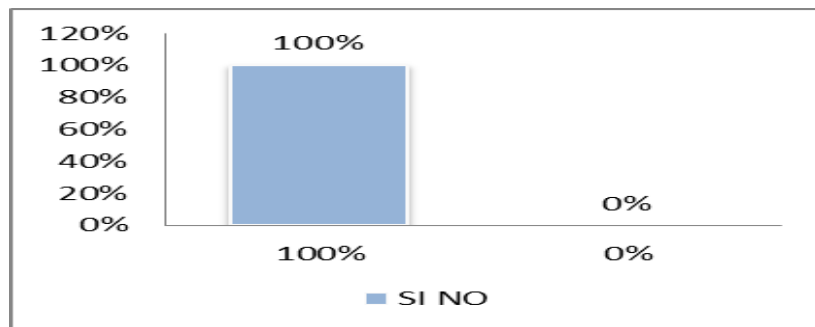


Gráfico 1-3 Aceptabilidad de cafeterías en la ciudad de Riobamba

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 100% de los encuestados supieron manifestar que han visitado cafeterías, en la ciudad de Riobamba; factor importante para proyectar una cafetería que cumpla con las necesidades de la ciudadanía.

2. ¿Escoja el producto que sea de su preferencia?

Tabla 4-3 Productos de preferencia de 138 encuestas por cada oferta

NÚM.	PRODUCTO	N DE ENCUESTAS	FR ENCUESTA	FA %
1	TAMALES	138	109	79%
2	QUIMBOLITOS	138	78	57%
3	HUMITAS	138	33	24%
4	BUÑUELOS	138	54	39%
5	TORTILLA DE MAÍZ	138	70	51%
9	CHOCOLATE	138	114	83%
11	BATIDOS DE FRUTAS	138	84	61%
12	SANDUCHE DE PERNIL	138	115	83%
13	SANDUCHE DE POLLO	138	114	83%
16	SANDUCHE DE PAVO	138	110	80%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

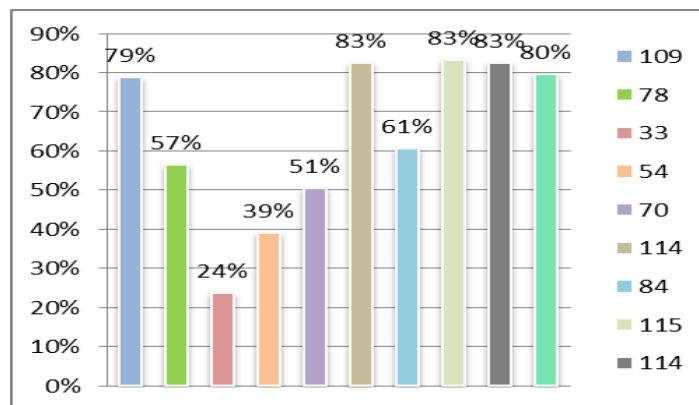


Gráfico 2-3 Productos de preferencia de 138 encuestas por cada oferta

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Del índice de aceptabilidad de los productos tabulados da como conclusión la muestra de 138 encuestas dando el siguiente resultado: el sandwich de perrito y pollo con un porcentaje del 83% nos mostró que son los productos de mayor aceptabilidad dentro de la cafetería, esto depende de la calidad de materia prima y la preparación.

3.- ¿En promedio cual es el valor de consumo que usted realiza en una cafetería?

Tabla 5-3 Promedio de consumo que realizan en una cafetería

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
5.00	24	17%
10.00	5	4%
15.00	13	9%
20.00	40	29%
30.00	56	41%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

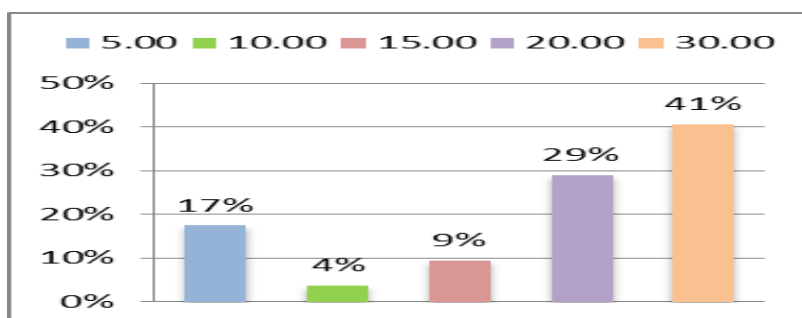


Gráfico 3-3 Promedio de consumo que realizan en una cafetería

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Según el porcentaje de las personas encuestadas se obtuvo que el 41% de las personas indica que el promedio de consumo en la cafetería es de 30 dólares esto quiere decir que las personas pueden consumir de una manera accesible y económica en la cafetería.

4.- ¿Cuál es la frecuencia de consumo que usted realiza en una cafetería?

Tabla 6-3 Consumo en dólares que se realiza en una cafetería

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
DIARIO	11	8%
SEMANA	62	45%
MENSUAL	65	47%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

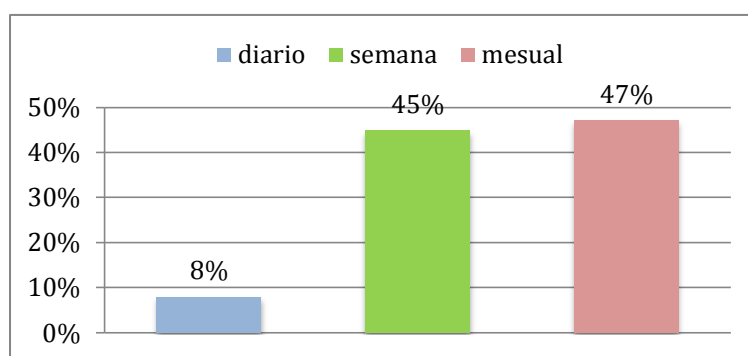


Gráfico 4-3 Consumo en dólares que se realiza en una cafetería

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO:

El 47% de las personas encuestadas nos manifiestan que su consumo en dólares lo realizarían mensualmente, mientras que el 45% de las personas realizarían su consumo en dólares semanalmente así también el 8% indica que el consumo en dólares lo realizarían diariamente en la cafetería.

5.- ¿Estaría dispuesto a consumir preparaciones elaboradas artesanalmente en una cafetería?

Tabla 7-3 Consumo en la cafetería de recetas tradicionales

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	134	97%
NO	4	3%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

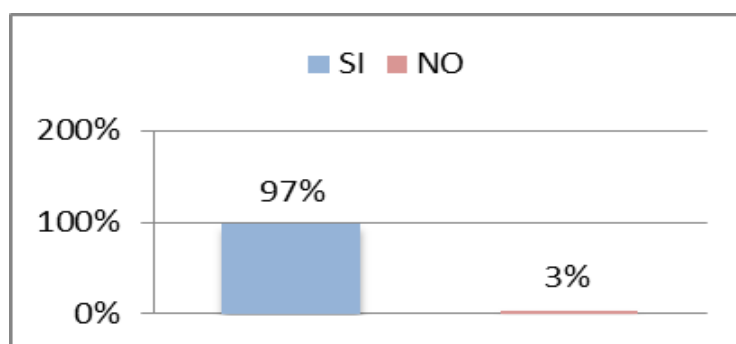


Gráfico 5-3 Consumo en la cafetería de recetas tradicionales

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En esta pregunta se pudo observar que el 97% de las personas estarían dispuestas a consumir en una cafetería de recetas tradicionales elaboradas artesanalmente, indica que las personas están dispuestas a darse una oportunidad de conocer una nueva idea de cafetería. Mientras que un 3% de las personas no consumirían en una cafetería con estas características.

6.- ¿Qué horario le gustaría que se atienda en la cafetería?

Tabla 8-3 Horario de atención de la cafetería

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
LUNES A VIERNES (7:00AM A 11:00AM) (4:00 PM A 8:00PM)	39	28%
LUNES A VIERNES (8:00AM A 12:00AM) (5:00 PM A 9:00PM)	99	72%
	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

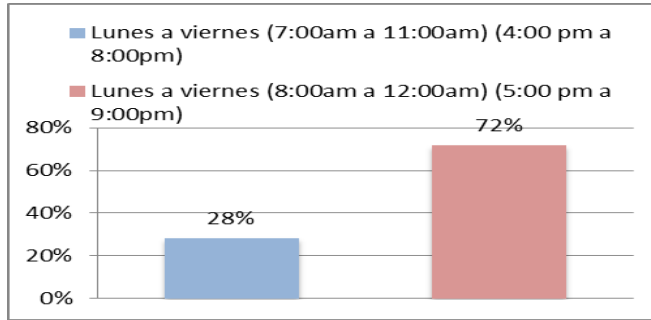


Gráfico 6-3 Horario de atención de la cafetería

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

EL 72% de las personas escogieron el horario de 8:00 a 12:00am y 5:00 a 9:00 pm debido a que es un horario accesible para cualquier persona que cumpla cualquier función a diferencia del 28% de las personas optaron por la opción de 7:00 a 11:00am y 4:00 a 8:00 pm.

7.- ¿Le gustaría que se implemente el servicio en la cafetería?

Tabla 9-3: Servicio a domicilio en la cafetería

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	125	91%
NO	13	9%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Anita Silva

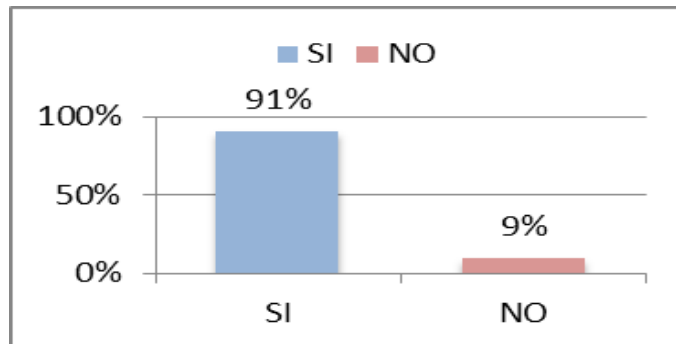


Gráfico 7-3 Servicio a domicilio en la cafetería

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En el resultado obtenido se pudo observar que 91% de las personas están dispuestas a que se implemente un servicio a domicilio en la cafetería. Debido que es una opción más económica y cómoda, a diferencia del 9% que no está de acuerdo que se implemente el servicio a domicilio en la cafetería

8.- ¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia que usted conoce para informarse de productos, servicios y establecimientos de alimentos?

Tabla 10-3 Publicidad

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
PERIÓDICO	6	4%
AFICHES	22	16%
RADIO	22	16%
REDES SOCIALES	88	64%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

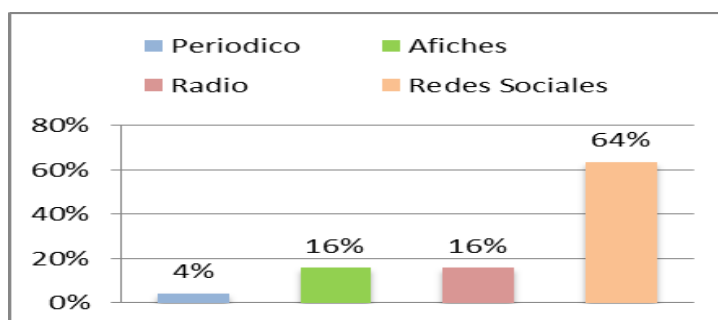


Gráfico 8-3 Publicidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Después de realizar las encuestas a las personas de la zona urbana de la ciudad de Riobamba se pudo obtener los siguientes resultados; 64% de las personas optaron por las redes sociales debido a que es un sitio donde se pasa la mayoría del tiempo y les permite tener fácil acceso a los productos y servicios de la cafetería.

9.- ¿Cómo le gustaría que llegue la publicidad a su domicilio?

Tabla 11-3 Publicidad a su domicilio

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
TRÍPTICOS	17	12%
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	57	41%
VOLANTES	64	46%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

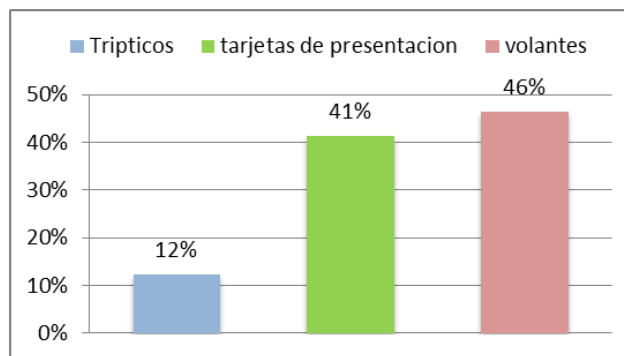


Gráfico 9-3 Publicidad a su domicilio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Luego de aplicar las encuestas a las 138 personas de la zona urbana de la ciudad de Riobamba se pudo obtener que el 47% de las personas escogieron los trípticos los cuales es un medio de publicidad accesible para dar a conocer los servicios de la cafetería a las personas de la Ciudad de Riobamba. Por otro lado el 41% escogió tarjetas de presentación, y el 12% optó por la opción de volantes.

10.- ¿Qué tipo de promociones le gustaría que se oferte en la cafetería?

Tabla 12-3 Promoción

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
OFERTAS DE 2X1	69	50%
PREMIO POR CUMPLEAÑOS	22	16%
OFERTAS AL CLIENTE QUE SEA CONSTANTE	47	34%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

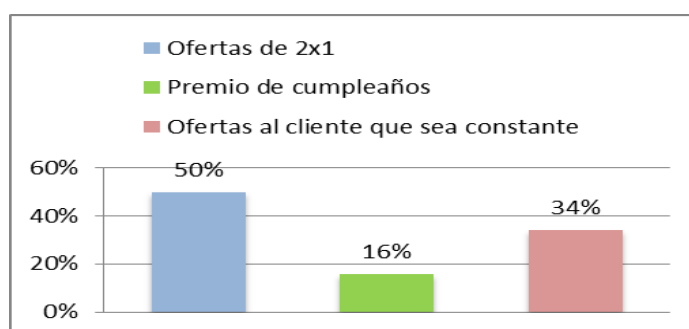


Gráfico 10-3 Promoción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANALIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Al obtener el resultado de esta pregunta se pudo observar que 50% de las personas escogieron la opción de dos por uno ya que han visto la opción más conveniente y accesible mientras que el 34% de las personas escogieron ofertas al cliente que sea constante y el 16% nos indica que prefieren premios por cumpleaños.

11.- ¿Ha consumido en cafeterías de la ciudad de Riobamba?

Tabla 13-3 Consumo en cafeterías de la ciudad de Riobamba

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	126	91%
NO	12	9%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

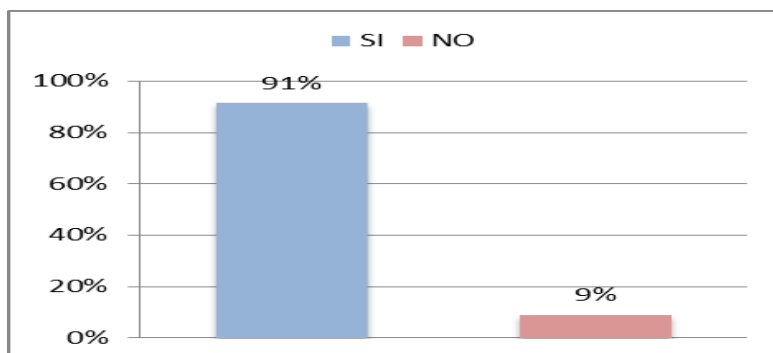


Gráfico 11-3 Consumo en cafeterías de la ciudad de Riobamba

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Al aplicar las encuestas a las 138 personas de la zona urbana de la ciudad de Riobamba se pudo observar que el 91% de las personas han consumido en cafeterías de la Ciudad de Riobamba y el 9% nos muestra que no han consumido en cafeterías. Y la cafetería más frecuentada en la ciudad de Riobamba es el Café Paris.

CAPÍTULO IV

4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1 Introducción

El emprendedor es un creador, alguien con iniciativa para hacer las cosas, es una persona optimista, visionaria, diligente; Capaz de revelar oportunidades. Es un poseedor de las habilidades necesarias para poder elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio.

“El hecho de tomar una idea e ingeniar una organización para desarrollar dicha idea se llama espíritu del emprendedor. El emprendedor, se considera un cambio en el ambiente ofrece oportunidades, usa los factores de la producción para producir bienes y servicios nuevos. El espíritu emprendedor aplaza de la administración porque se concentra en iniciar cambios también puede dar cuando una persona o grupo de personas inician un negocio nuevo.

La importancia de contar con un Espíritu Emprendedor reside fundamentalmente en el interés de salir adelante, tener éxito y un constante crecimiento, que se refleja en las Ganancias o Ingresos, también en los campos o mercados de la compañía, realizando un estudio de mercado y sobre todo el uso de los conocimientos y la formación profesional.

Lo importante de un Espíritu Emprendedor: Es no rendirse, seguir intentando y tener la creatividad para generar ideas nuevas que incrementen los ingresos. Los emprendedores tienen actitudes diferentes hacia las personas que les rodean.

Son personas que no dejan en sueños, sino que actúan y dejan que sucedan las cosas, tienen pasión, confianza de sí mismos les permite alcanzar sus metas, objetivos. Hacen todo lo posible por alcanzar sus metas. Hay personas tienen ideas visionarias no dependen de nadie sienten la necesidad de tener más ingresos y escogen la idea de hacer algo por su cuenta.

También existen personas con posibilidades y trabajan por el bien común de la sociedad se financian mediante donaciones de empresas físicas e instituciones y organizaciones de todo tipo satisfaciendo a otras personas.

Un proyecto exige importantes habilidades de la gente como resolución de problemas, enfrentar situaciones inesperadas y tener trato con los demás como el espíritu del emprendedor.

4.2 Identificación de la Idea

4.2.1 Lluvia de ideas

Tabla 14: Lluvia de ideas

IDEAS	CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO	INCONVENIENTE QUE RESUELVE
a) proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería Artesanal en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, 2017.	Este tipo de cafetería el objetivo es crear una cafetería que brinde productos de recetas tradicionales elaboradas artesanalmente desde la extracción del producto hasta su previa elaboración y que permita atraer a posibles clientes tanto nacionales como extranjeros que consuman el producto netamente tradicional, ecuatoriano con lo mejor en calidad y precio.	Esta cafetería satisface las necesidades de no solo alimentarse con preparaciones netamente artesanales donde se puede apreciar el producto de una manera más sana libre de químicos donde le permite aprovechar el producto netamente ecuatoriano elaboradas con las medidas de higiene garantizándole un producto inocuo y de alta calidad.
b) proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería restaurante típico	Esta cafetería ofrece platos típicos con productos netamente propios del medio utilizando técnicas culinarias bajo las normas de higiene brindando un producto apto para el cliente	Preparaciones típicas elaboradas con productos ecuatorianos altamente nutritivos

c) proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería temática tipo disco	Se destaca por dar un ambiente con música disco con su decoración y comida de esa época donde las personas podrán apreciar de los productos y a su vez disfrutar de la música y baile mientras consumen las preparaciones.	Ofrecer platillos aptos para el ambiente fusionando la calidad marcando la diferencia con productos totalmente naturales y balanceados. A su vez le permite apreciar un Lugar con gran atractivo y diferente. Generar fuentes de trabajo.
---	--	---

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Anita Silva

4.2.2. Selección inicial de la idea

Tabla 15: Selección de la idea inicial

CRITERIO DE IDEA	NIVEL DE INNOVACIÓN	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO TÉCNICO	REQUERIMIENTO DEL CAPITAL	TENDENCIA NACIONAL	TOTAL
A	5	4	4	4	4	21
B	4	3	4	4	3	18
C	4	3	3	4	4	18

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Anita Silva

Se evaluó de 1 a 5, donde 1 es el mínimo y 5 el máximo.

Tabla 16: Evaluación final de las ideas

CRITERIO DE IDEA	BARRERA DE ENTRADA	DISPOSICIÓN DE COMPRA	COSTO DEL PRODUCTO	TOTAL
Cafetería tradicional artesanal	1	4	5	10
Café restaurante típico	1	3	2	6
Cafetería tipo disco	1	3	4	8

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Anita Silva

Se evaluó de 1 a 5, donde 1 es el mínimo y 5 el máximo

4.2.3. Descripción de la idea seleccionada

Una cafetería artesanal se enfoca en la elaboración de platos netamente artesanales libre de químicos elaborados manualmente sin utilizar la tecnología aplicando las respectivas técnicas culinarias utilizando productos ecuatorianos y de calidad teniendo como puntos principal; apreciar lo nuestro ya que muchas veces las personas prefieren consumir un producto propio de nuestro país elaborado artesanalmente dejando atrás las tendencias extranjeras que nos hace perder nuestra identidad por eso se vio optimo diseñar una cafetería que cumpla con todas estas expectativas permitiéndole al cliente vivir una experiencia tradicional con el fin de hacerle sentir en su propia casa.

4.3. Justificación

Riobamba es una ciudad muy rica en historia, cultura y artes por ende permite explotar la diversidad de riqueza gastronómica que hay en nuestro país. Por lo tanto, el objetivo es crear una cafetería que brinde productos tradicionales elaborados de una manera artesanal libre de químicos que permitirá atraer a posibles clientes tanto nacionales como extranjeros, para que consuman el producto netamente tradicional y ecuatoriano con lo mejor en calidad y precio. Dada la necesidad se ha visto la factibilidad de crear Casa María Luisa donde se rescató las recetas tradicionales elaboradas con productos naturales, sanos propios del Ecuador.

4.4. Nombre del emprendimiento

Tabla 17:Nombre del emprendimiento

Casa María Luisa	5	5	5	5	5	5	30
Choco Cofre aroma	4	5	4	5	5	4	27
El aroma ecuatoriano	4	4	4	4	5	4	25
Los sabores ecuatorianos	3	4	4	4	4	3	22
Café y chocolate para tu alma	3	4	3	4	4	3	21

Fuente: investigación propia

Realizado por: Anita Silva, 2017

Evalúe de 1 a 5, donde 1 es el menor y 5 el mayor.

4.5 Motivación para el nombre

El nombre para la cafetería surge con la intención de resaltar; las recetas tradicionales de las abuelas. El sentido de pertenecía es conservar las costumbres culinarias que elaboraban nuestras familias. Casa María Luisa nace por un sueño; que fue idealizado por mucho tiempo en las reuniones familiares mientras se preparaban exquisitas recetas. Dada la necesidad se vio optimo cumplir ese sueño poniendo en pie un proyecto donde se pudo plasmar los conocimientos y trayectorias de las recetas, tal es el caso que en nuestra familia se quiso difundir estas preparaciones, es por eso que surge el nombre Casa María Luisa, con el objeto de mantener las costumbres y tradiciones de la familia.

4.6 Descripción del emprendimiento

Casa María Luisa es artesanal porque transforma la materia prima en diversos platillos; su proceso de producción es netamente artesanal; porque no necesita la utilización de maquinaria, siempre y cuando cumpla con todas las normas de buenas prácticas de manufactura garantizando un producto inocuo para el cliente brindándole un ambiente apto para su bienestar. Casa María Luisa es comercial; se encarga de vender el producto terminado en un plato totalmente realizado manualmente con un beneficio económico. La Cafetería ofrece una variedad de productos con precios accesibles para cada persona.

Casa María Luisa proporciona productos propios de nuestro país con el fin de conservar nuestra cultura y raíces ecuatorianas como: tamales de pollo, humitas, quimbolitos, buñuelos; productos que se destacan por su ingrediente principal que es el maíz.

4.7 Misión

Casa María Luisa logra dar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del cliente brindándole un producto netamente ecuatoriano con técnicas artesanales llevando de la mano las tradiciones y costumbres de nuestro país. Con el fin de lograr que el cliente disfrute de un buen café y un producto garantizado.

4.8 Visión

Ser una de las cafeterías más importantes del país donde la reconozcan por la calidad de sus productos y el mejor trato a los clientes logrando posicionarse como uno de los mejores extendiéndonos a nivel internacional.

4.9 Políticas y Estrategias

Tabla 18: Políticas y Estrategias

POLÍTICAS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">SERVICIO AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none">Meseros capacitadosEmpatía y buena disposición con el clienteRapidez en la atención
<ul style="list-style-type: none">AMBIENTE ADECUADO	<ul style="list-style-type: none">Normas de higiene y seguridadBuen trato a las personas que laboran en el establecimientoUna buena comunicación entre el cliente y el mesero
<ul style="list-style-type: none">PERSONAL CALIFICADO	<ul style="list-style-type: none">Recepción de empleados con experiencia en el ámbito gastronómicoCapacitaciones mensuales al personalProporcionarles herramientas que le ayuden a mejorar su trabajo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Anita Silva

4.10 Valores y principios

Tabla 19: Valores y Principios

AXIOLÓGICOS	TRABAJO
Honestidad	Integridad
Pasión	Respeto
Compromiso	Fidelidad
Identidad	Trabajo en equipo
Respeto	Puntualidad
Paciencia	Responsabilidad

Fuente: Investigation Propia

Elaborado por: Anita Silva

4.11 Distingos y ventajas competitivas

Distingos competitivos

- La empresa se distingue porque su producción es netamente artesanal manteniendo un proceso inocuo; desde que se escoge la materia prima hasta su previa realización.
- El servicio en la cafetería se destaca porque sus preparaciones son con productos garantizados los cuales son elaborados artesanalmente con el fin de darle al cliente un producto natural y libre de químicos teniendo el consentimiento que el cliente obtendrá un producto seguro y de calidad.
- La empresa también se distingue porque los productos que se ofrecen son de calidad donde utilizaremos productos de nuestro País con el fin de mantener nuestras tradiciones y costumbres, factor importante porque nos permite conservar nuestra identidad.

Ventajas competitivas

- Se contará con un sistema informático que permita tomar y procesar rápidamente los pedidos al cliente y brindar una rápida atención
- Ofrecer asesoramiento adecuado al cliente según su requerimiento
- Excelente ubicación
- Personal adecuado y con experiencia
- Ambiente adecuado para los clientes sea tanto en productos como en servicio

4.12 Aplicación del FODA

Tabla 20:Foda

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Precios competitivos• Infraestructura de buena calidad y acorde con el ambiente• Calidad en el servicio y ambiente adecuado	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de atraer a personas que buscan un ambiente sano• Incremento en la visita de turistas extranjeros• Convenio con instituciones
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Poco presupuesto• Falta de publicidad• Poco personal para el establecimiento	<ul style="list-style-type: none">• Competencia laboral cerca de nuestro establecimiento.• Precios bajos de otros establecimientos• Promociones y publicaciones de la competencia

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Anita Silva

4.13 Estudio de Mercado

El estudio de mercado se realizó mediante los resultados de las encuestas donde se conoció las necesidades y preferencias de los clientes y a su vez la posible competencia.

4.13.1 Demanda

Para la determinación de la demanda se realizó mediante un instrumento que es la encuesta fuente importante para conocer más sobre el mercado y las necesidades de los clientes; sabiendo que es una empresa nueva, y no se cuenta con datos históricos donde se pueda conocer las necesidades, gustos y preferencias de los posibles clientes

De acuerdo a la muestra obtenida; mediante la encuesta se aplicó a 138 personas del Cantó Riobamba, divididas en parroquias urbanas con una población de 146.324 personas que habitan en el sector urbano de la ciudad de Riobamba.

4.13.2 Oferta

La oferta se obtuvo con los resultados de la encuesta realizada a 138 personas del cantón Riobamba zona Urbana con relación a otros establecimientos.

4.13.3 Tabla del crecimiento poblacional

Tabla 21: Crecimiento poblacional

CRECIMIENTO POBLACIONAL		
AÑOS	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2010	146324	146324
2011	146324	158206
2012	146324	171052
2013	146324	184941
2014	146324	199958
2015	146324	216195
2016	146324	233750
2017	146324	252731
2018	146324	273252
2019	146324	295440
2020	146324	319430
2021	146324	345368

Fuente: financiero

Elaborado por: Anita Silva

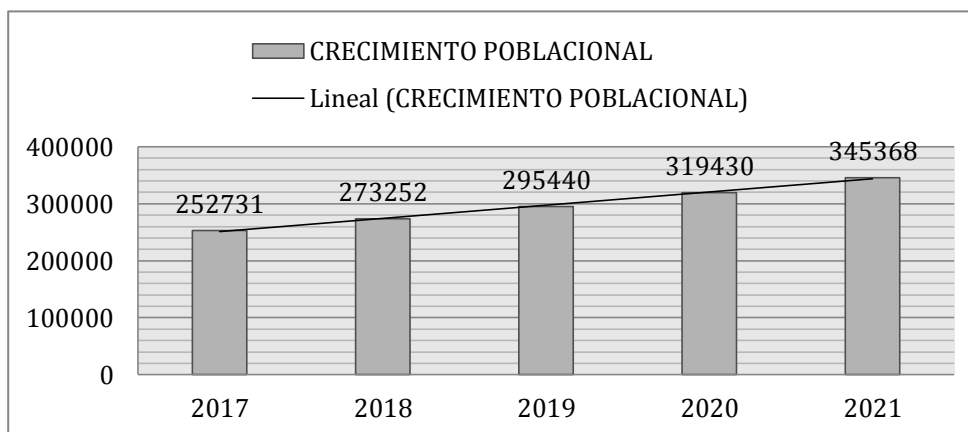


Gráfico 1-4: Crecimiento poblacional

Fuente: financiero
Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS

Al realizar la proyección utilizando el método de línea recta, la cual mide el índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Riobamba, la misma que corresponde a un número de habitantes de 146.324 siendo la tasa de crecimiento del 1.63% se ha determinado e interpretado que en cinco años el incremento poblacional de la ciudad de Riobamba será 177.656 habitantes.

4.13.4. Demanda proyectada

Tabla 22: Demanda proyectada

AÑOS	POBLACIÓN	CONSUMO	POBLACIÓN OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL \$	DEMANDA PROYECTADA \$
2017	252731	100%	252730,5974	23,00	69753644,88
2018	273252	100%	273252,3219	23,00	75417640,85
2019	295440	100%	295440,4105	23,00	81541553,28
2020	319430	100%	319430,1718	23,00	88162727,41
2021	345368	100%	345367,9017	23,00	95321540,88

Fuente: Financiero
Elaborado por: Anita Silva

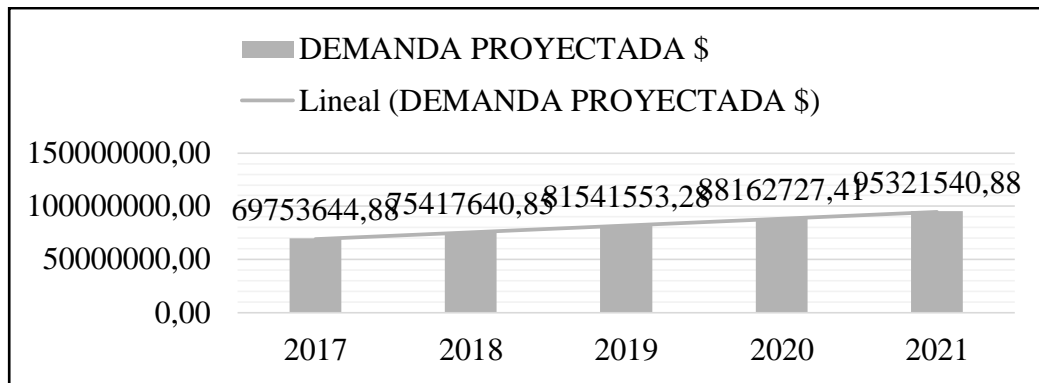


Gráfico 2-4 Proyección de la oferta

Fuente: financiero

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS

Para la proyección de la demanda se ha tomado como muestra la población de la zona urbana de la ciudad de Riobamba donde podemos observar el consumo mensual es de 23\$ valor base para el cálculo de la demanda.

4.13.5. Proyección de la Oferta

Tabla 23: Proyección de la oferta

AÑOS	POBLACIÓN OBJETIVA	CONSUMO	OFERTA LOCAL (%)	OFERTA PROYECTADA
2017	252731	69753644,88	91%	63688110,55
2018	273252	75417640,85	91%	68859585,12
2019	295440	81541553,28	91%	74450983,43
2020	319430	88162727,41	91%	80496403,29
2021	345368	95321540,88	91%	87032711,24

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS

En la proyección de la oferta podemos ver que el 91% de las personas están satisfechas del consumo en la cafetería de la ciudad de Riobamba lo que implica que es necesario implementar una cafetería que cumpla con todos los estándares y satisfaga las necesidades de los clientes

4.13.6. Demanda insatisfecha

Tabla 24: Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	69753644,88	63688110,55	6065534,34
2018	75417640,85	68859585,12	6558055,73
2019	81541553,28	74450983,43	7090569,85
2020	88162727,41	80496403,29	7666324,12
2021	95321540,88	87032711,24	8288829,64

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anita Silva

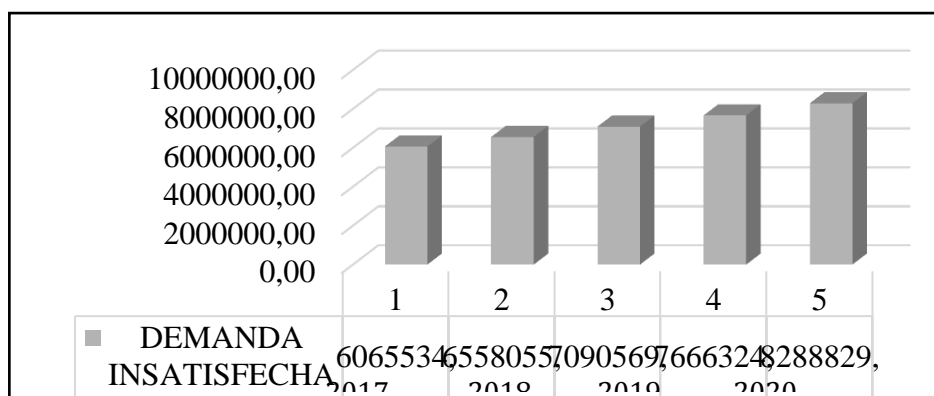


Gráfico 3-4 Demanda insatisfecha

Fuente: financiero

Elaborado por: Anita Silva

ANÁLISIS

En el gráfico se pudo observar que la oferta es mayor a la demanda insatisfecha eso indica que la implementación de la cafetería tradicional artesanal sea factible para el sector.

4.14. Mix de mercado

Dentro del mix del mercado se realizó cuatro elementos que son las cuatro P (Producto, Precio, Plaza, Promoción)

4.14.1. *Producto o servicio*

Casa María Luisa es una cafetería tradicional con técnicas artesanales, donde ofrece productos garantizados manteniendo un estándar de calidad para los clientes; ya que nuestro propósito es ofrecer al cliente un producto real donde se sienta confiado de lo que se le oferta.

La cafetería María Luisa se destaca de otras; porque el propósito de esta es realizar su propia materia prima desde la obtención del producto hasta su elaboración ya que la característica principal de esta cafetería es realizar las preparaciones netamente artesanales como lo realizaban nuestros ancestros, garantizándole al cliente un producto que cumpla las normas de buenas prácticas de manufactura.

También casa María Luisa se destaca porque utiliza productos naturales, sanos propios de nuestra región con el fin de mantener nuestra identidad; porque hoy en la actualidad las personas buscan productos tradicionales y propias de nuestro medio; tal es el caso que se vio óptimo incluir en la cafetería recetas que han sido adquiridas de nuestros ancestros y que han ido trascendiendo de generación en generación

4.14.2. *Logotipo*



Casa Maria Luisa como su nombre lo indica plasma la tradición con productos elaborados artesanalmente los colores escogidos son:

Amarillo: se ha escogido este color para resaltar la creatividad, felicidad, promesa de un futuro donde nos permite proyectarnos a metas.

. Marron: este color indica seguridad constancia fiabilidad y reflexion nos aporta sensacion de solides en lo material.



4.14.3. Slogan

COMIENZA EL DÍA CON UN BUEN CAFÉ

SI ES ARTESANAL MEJOR.

4.14.4. Precio

El precio de los productos en la cafetería se determinó en la etapa económica financiera según el costo de la producción se tomó como referencia los precios según la competencia.

4.14.5. Distribución

El canal de distribución que se va utilizar para la cafetería es el canal directo ya que al tratarse de productos de consumo inmediato no participan intermediarios por consiguiente los productos son entregados inmediatamente por el mesero al cliente

4.14.6. Comunicación

Los medios de comunicación son muy importantes ya que nos permite hacer llegar nuestra publicad mediante tarjetas de presentación trípticos redes sociales, páginas web,

televisión, radio fuentes que nos permitirá promocionar nuestro producto y poder llegar a los posibles clientes.



4.14.7. Análisis del sector

La cafetería está ubicada en la zona urbana de la ciudad de Riobamba

Tipo de cliente

Café María Luisa está diseñada para todo tipo de clientes ya que los productos que se ofrecen en este establecimiento son variados con alimentos frescos y naturales.

Proveedores

Los proveedores que debe tener la cafetería Casa María Luisa tienen que ser confiables, comunicativos; los productos que va ofrecer deben ser de fácil acceso y variados, debe tener promociones y descuentos especiales, deberá existir puntualidad en distribuciones y entregas, calidad y garantías, tecnología, y respeto a las demás competencias.

Lista de proveedores: de la Cafetería Casa María Luisa

Proveedor	Producto
Frigorífico San pedro	Carnes
Súper Mercado AKI	Víveres
Mercado San Alfonso	Verduras, vegetales y frutas
Plantación de la Señora Marta Colcha	Maíz
Café Centinela Manabí	Café en grano

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Anita Silva

Competidores

Existen dos cafeterías que podrían ser las posibles competencias, pero cabe recalcar que todos los establecimientos que expenden servicio de alimentación pasan a ser competencia, pero no

directa lo importante es marcar la diferencia, satisfaciendo los gustos y preferencias de los clientes.

Tipo de producto

Café María Luisa es una cafetería tipo tradicional artesanal; donde se destaca por su producto principal que es el café artesanal; también ofrece otras variedades de productos que son preparados a base de harina de maíz.

4.15. Cargos y funciones del área comercial

Tabla 25: Cargos y funciones del área comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Mesero
DEPENDENCIA	Departamento de servicio
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Capitán de meseros
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Estudios superiores, conocimiento en restauración y Bar
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	6 meses en área de restaurante y bar
SALARIO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	
Conocer la carta, colocación de mantelería, recoger cristalería, lámparas ceniceros, acomodar sillas, recoger basura, colaboración con el aseo	

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.15.1. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Tabla 26: Inversiones del área comercial

GASTOS ÁREA COMERCIAL			
RUBRO	CANTIDAD	\$ COSTO UNITARIO	\$ TOTAL
PLASMA DE 42 PULGADAS	1	180,00	180,00
CAJA REGISTRADORA CASIO PCR S 700	1	148,00	148,00
PARLANTES ACTIVA+ PASIVA AX GRATIS PEDESTAL	1	289,00	289,00
MESAS	5	48,00	240,00

SILLAS GIRATORIAS	3	49,00	147,00
SILLAS	20	16,90	338,00
BARRA DE MADERA MOVIL	1	780,00	780,00
ESTANTERÍA METÁLICA 4 SEPARADORES	1	45,00	45,00
TOTAL	33	\$1.555,90	\$2.167,00

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 27:Gastos del área comercial

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	\$ COSTO ANUAL
DISEÑO DIGITAL DE CARTA	1	80,00
MENÚ	2	45,00
TRÍPTICOS	1000	240,00
TARJETA DE PRESENTACIÓN	1	35,00
PUBLICIDAD POR INTERNET		
TOTAL		\$400,00

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.16. Estudio Técnico

4.16.1. Determinación del tamaño

<p>CI=CAPACIDAD POR PAX CR= CAPACIDAD REAL CO=CAPACIDAD OCIOSA FORMULA CR+CO=CI 60+40=100</p>

Fuente: financiero

Elaborado por: Anita Silva

Análisis: la capacidad real del establecimiento es de 60% personas el cual está disponible en el momento; que se encuentre lleno el establecimiento, y una capacidad ociosa de 40% personas durante el día, dando un resultado del 100%

4.16.2. Capacidad del emprendimiento

Tabla 28: Capacidad del Emprendimiento

NOMBRE DE LA RECETA	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
QUIMBOLITO	7	140	1680
TAMAL DE POLLO	7	140	1680
HUMITA	6	120	1440
CHIGÜILES	6	120	1440
BUÑUELOS	6	120	1440
TORTILLAS DE MAÍZ	6	120	1440
TE	5	100	1200
INFUSIÓN DE CANELA	5	100	1200
CHOCOLATE	5	100	1200
INFUSIÓN DE CAFÉ	6	120	1440
BATIDO DE MORA	4	80	960
BATIDO DE GUINEO	3	60	720
BATIDO DE FRESA	4	80	960
BATIDO DE TOMATE	2	40	480
JUGO DE MORA	4	80	960
JUGO DE GUAYABA	3	60	720
LIMONADA	4	80	960
NARANJADA	4	80	960
JUGO DE NARANJILLA	4	80	960
JUGO DE MARACUYÁ	4	80	960
SANDUCHE DE PERNIL	5	100	1200
SANDUCHE DE POLLO	5	100	1200
TOSTADA DE JAMON Y QUESO	6	120	1440
TOSTADA DE QUESO	5	100	1200
SANDUCHE DE PAVO	6	120	1440

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.16.3. Localización

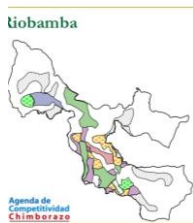
Macro localización

País Ecuador, Provincia Chimborazo, Riobamba

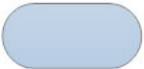






Micro localización

Cantón Riobamba, Barrio San Francisco, Primera Constituyente y Velasco

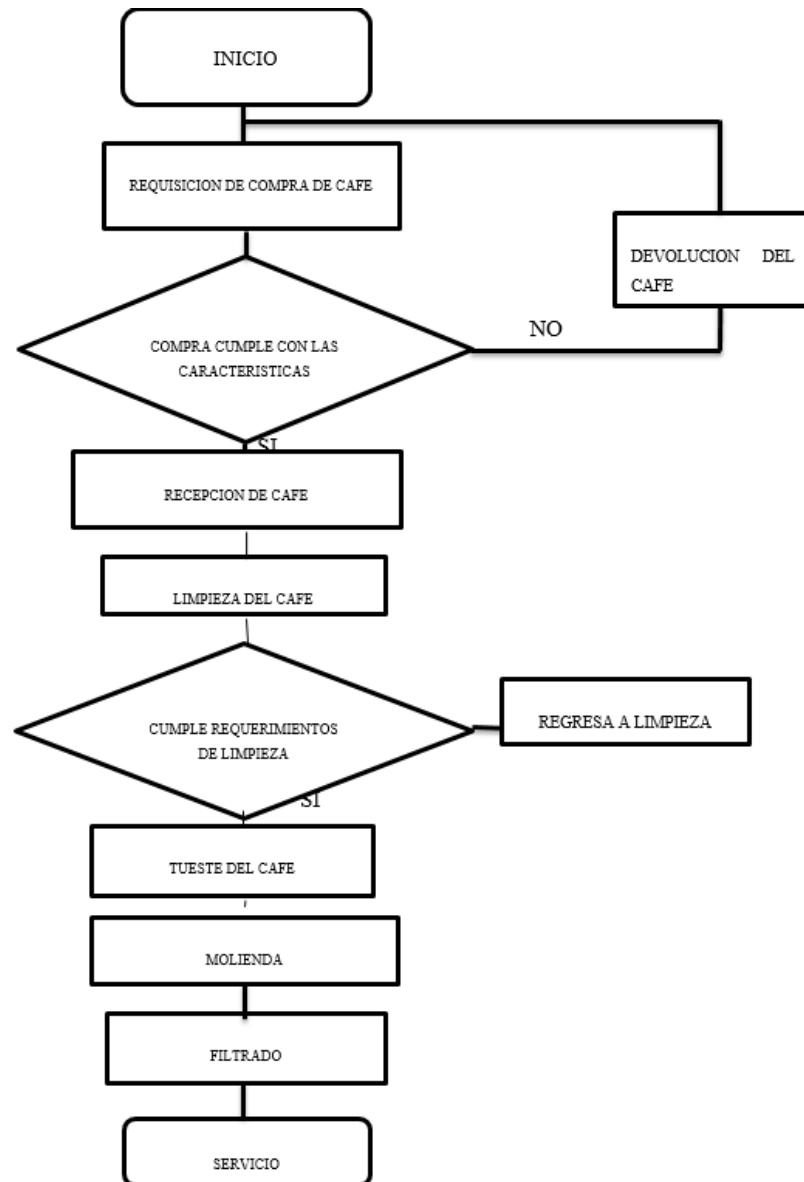


4.16.4. Simbología para el Diagrama de flujo

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio / Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

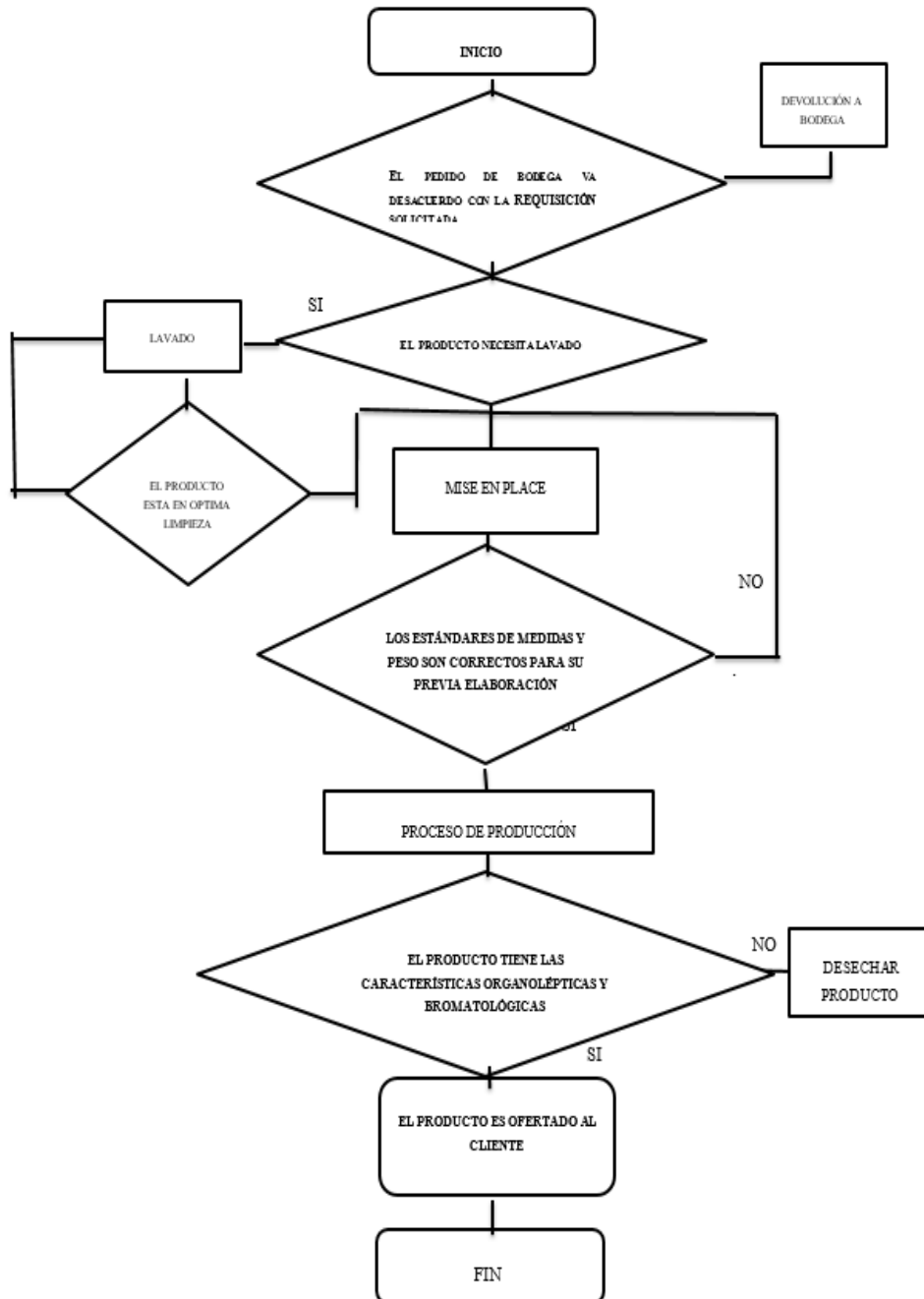
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Anita Silva

Diagrama de flujo del café



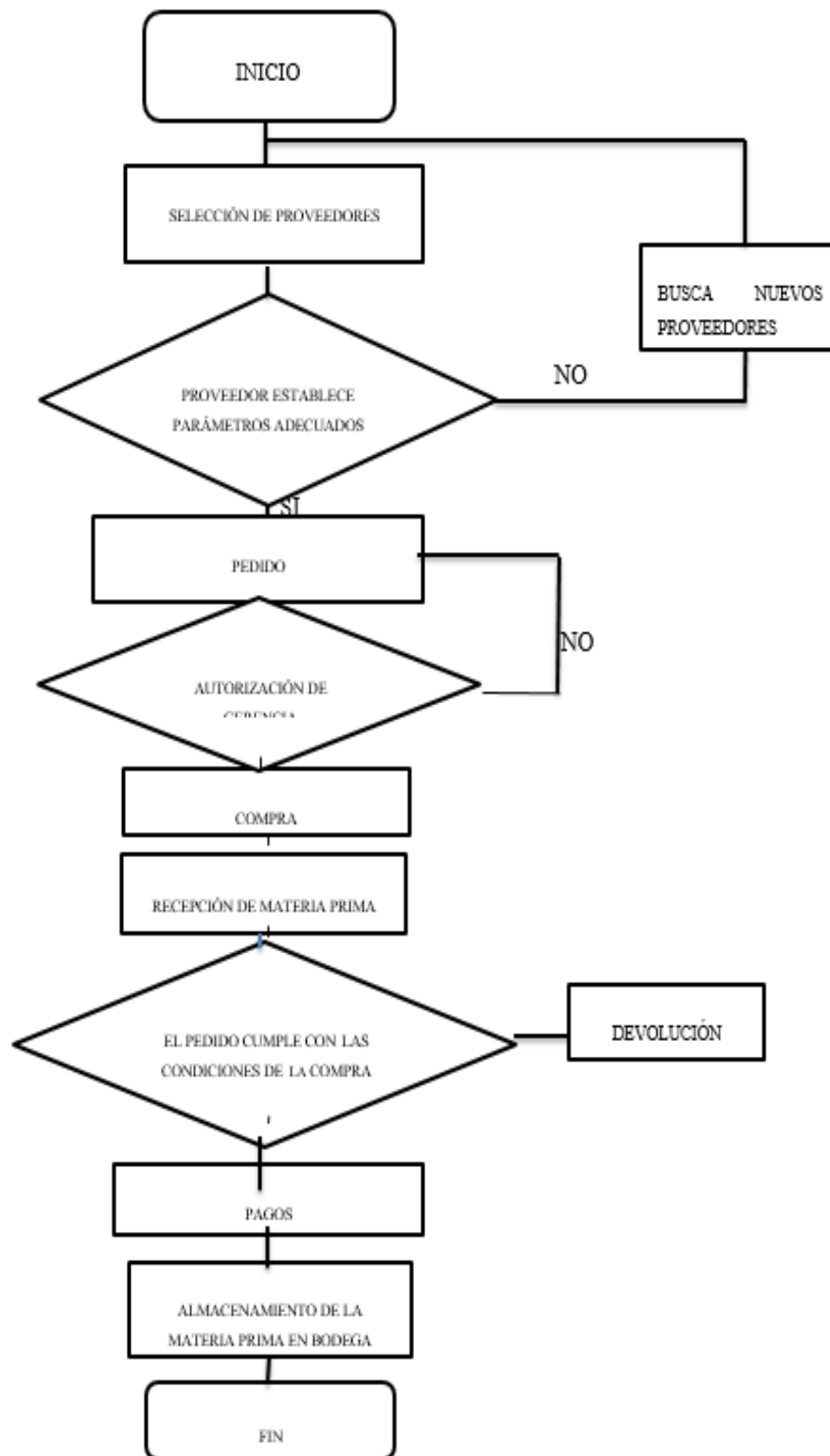
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Anita Silva

Diagrama de flujo de producción



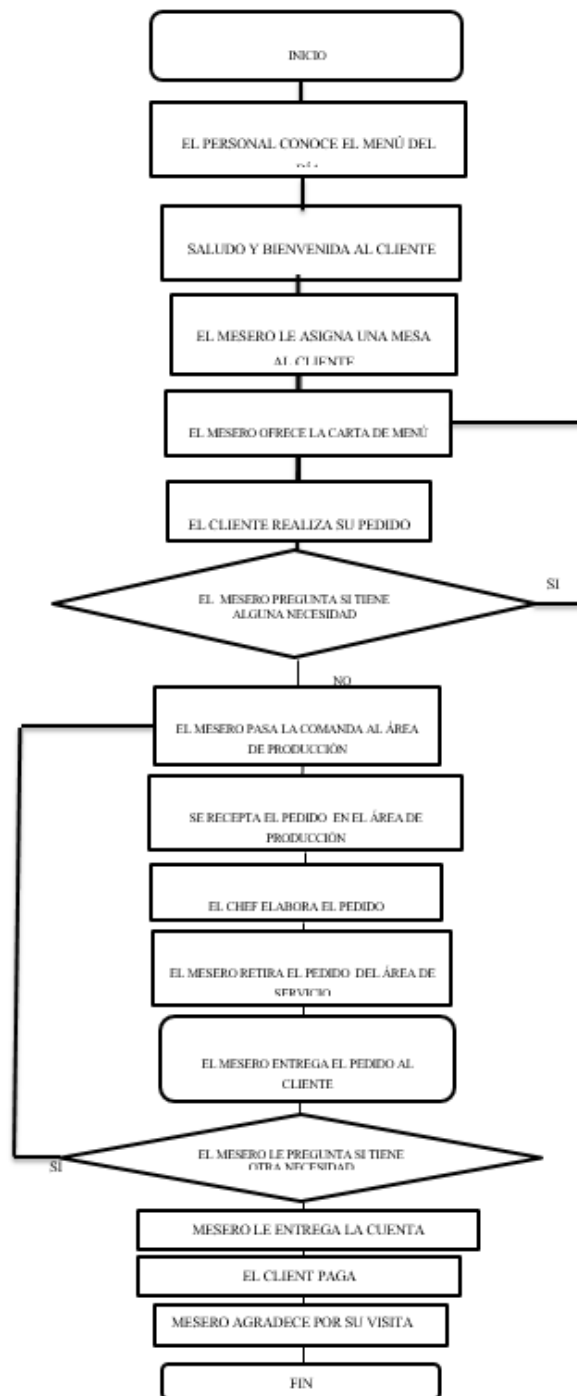
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Anita Silva

Diagrama de flujo del proceso de compra



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Anita Silva

Diagrama de flujo del proceso de ventas



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Anita Silva

4.17. Recetas estándar

Los datos tomados en la siguiente receta estándar hacen referencia al producto estrella de la cafetería "TAMAL DE POLLO"; las cantidades de materia prima y costos utilizados son para un total de 20 personas, el formato que se utilizó para estandarizar el cálculo fue tomado del texto básico de Gerencia de alimentos y bebidas elaborado por Master Luis Carrión. La presente receta fue escogida porque nos permite tener en conocimiento las especificaciones esenciales de los productos como son nombre de la preparación, número de pax, tipo de platillo y modo de conservación. Las demás recetas están en el (Anexo4)

Tabla 29: Receta Estándar

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TAMAL DE POLLO							# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
A001	HARINA DE MAÍZ	454	G	1000	G	\$ 2,00	\$ 0,91	
A002	MANTECA	226	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,23	
A003	CALDO DE POLLO	250	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,25	
A004	ACHIOTE	200	ML	1000	G	\$ 0,60	\$ 0,12	
A005	PECHUGA	907	G	1000	G	\$ 3,10	\$ 2,81	
A006	ARVEJA	100	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,05	
A007	ZANAHORIA	100	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,05	
A008	PASAS	142	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,14	
A009	PIMIENTO	226	ML	1000	ML	\$ 0,50	\$ 0,11	
A010	MANÍ	226	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,23	
A011	HUEVOS	250	G	1000	G	\$ 0,60	\$ 0,15	
A012	AJO	20	G	1000	G	\$ 0,15	\$ 0,00	
A013	COMINO	20	G	1000	G	\$ 0,15	\$ 0,00	
A014	CEBOLLA	454	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,23	
A00	HOJAS DE ACHIRA	20	U	20	U	\$ 1,00	\$ 1,00	
A016	SAL	15	G	1000	G	\$ 0,20	\$ 0,00	
							C. VARIABLE	\$ 6,28

	VARIOS 8%	\$ 0,50
	C. TOTAL	\$ 6,79
	C. POR PAX	\$ 0,34
	COSTO UNITARIO	\$ 0,61
	P. VENTA	\$ 0,76
	P.V. S	\$ 0,80

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.18. Requerimiento de Talento Humano

Tabla 30: Ficha Profesiografica del Chef Administrador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Chef Administrador
DEPENDENCIA	Departamento de producción
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Gerente propietario
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Licenciado en Gestión Gastronómica o similar. Estudios superiores
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Dos años de experiencia
SALARIO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	
Administrar, supervisar, programar, organizar, integrar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la preparación, presentación y costo de los alimentos del departamento de cocina, así como del equipo humano y de operación, de acuerdo con las políticas, procedimientos, estándares y criterios de calidad e higiene y seguridad establecidos en los sistemas de gestión de la organización.	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 31:Ficha Profesiografica del Ayudante de cocina

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Ayudante de cocina
DEPENDENCIA	Departamento de producción
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Chef ejecutivo
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Capacitación en el manejo de alimentos, técnicas y métodos culinarios. Estudios superiores
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	1 año de experiencia
SUELDO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	
elaboran con el chef o cocineros en la preparación de los alimentos	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Anita Silva

Tabla 32:Ficha Profesiografica del Mesero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Mesero
DEPENDENCIA	Departamento de servicio
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Capitán de meseros
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Estudios superiores, conocimiento en restauración y Bar
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	6 meses en área de restaurante y bar
SALARIO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	
Conocer la carta, colocación de mantelería, recoger cristalería, lámparas ceniceros, acomodar sillas, recoger basura, colaboración con el aseo	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Anita Silva

4.19. Diseño de la planta

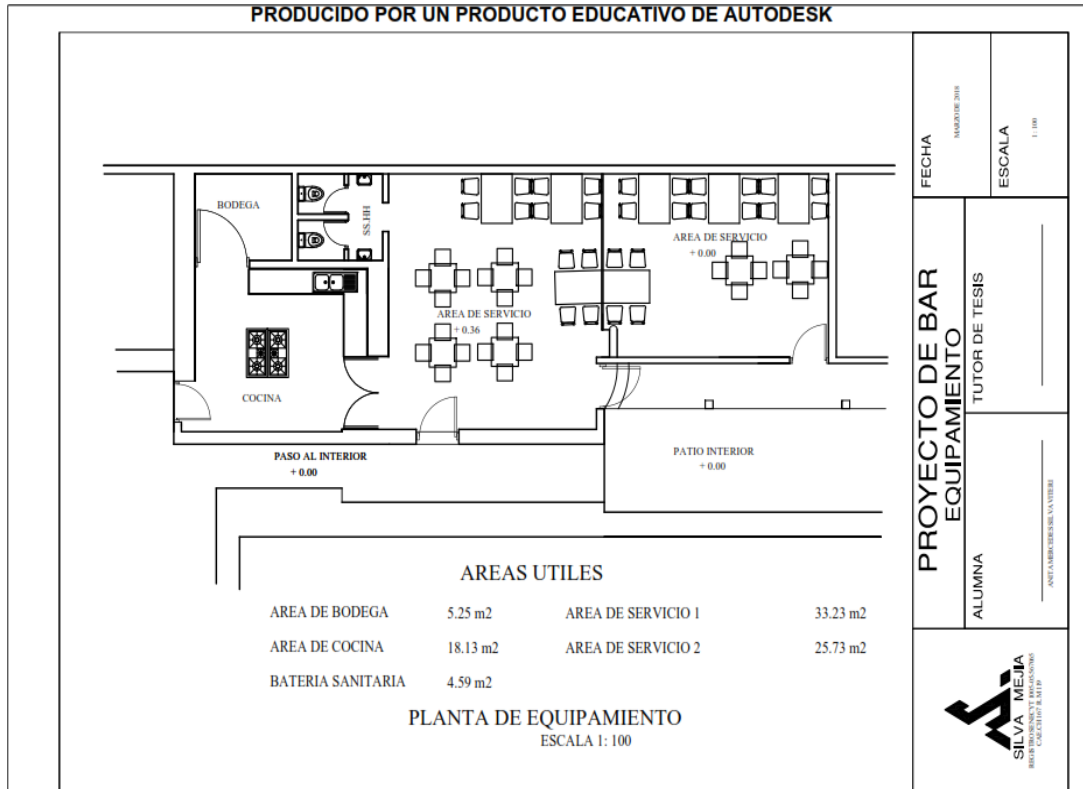


Grafico 4-4 Diseño de la plata

Fuente: Investigación Propia Elaborado por: Anita Silva

Análisis

La cafetería está distribuida por tres áreas: La primera área es la de producción, donde se elaborará todas las preparaciones y mise en place también podemos encontrar un área de cocina fría donde se realizará exclusivamente preparaciones de sandwiches. Mesones de trabajo, lavavajillas y espacios amplios para que el personal se pueda mover con facilidad para la producción de los alimentos, encontramos basureros para realizar su respectiva clasificación. La segunda área es la de bodega donde se receptorá la materia prima para su previa utilización el cual se realizará el método FIFO (Primeras en entrar primeras en salir) como tercera área encontramos la de servicio aquí encontraran sillas, mesas y espacios amplios para que las personas puedan movilizarse cómodamente.

4.20. Estructura de costos de producción

4.20.1 Materia prima

Tabla 33:Materia Prima

NOMBRE DE LA RECETA	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO \$	COSTO UNITARIO MP	COSTO MENSUAL \$	COSTO MP	AÑO 1
QUIMBOLITO	7	35	140	1680	1.00	0.18	140	310.79	1 680.00
TAMAL DE POLLO	7	35	140	1680	1.00	0.36	140	599.59	1 680.00
HUMITA	6	30	120	1440	1.00	0.32	120	458.34	1 440.00
CHIGUILES	6	30	120	1440	1.00	0.16	120	234.07	1 440.00
BUÑUELOS	6	30	120	1440	0.70	0.20	84	281.03	1 008.00
TORTILLAS DE MAÍZ	6	30	120	1440	0.50	0.16	60	226.11	720.00
TE	5	25	100	1200	0.80	0.27	80	326.20	960.00
INFUSIÓN DE CANELA	5	25	100	1200	0.80	0.25	80	302.10	960.00
CHOCOLATE	5	25	100	1200	2.00	0.61	200	736.10	2 400.00
EXPRESO	6	30	120	1440	1.00	0.23	120	338.10	1 440.00
BATIDO DE MORA	4	20	80	960	2.00	0.62	160	590.98	1 920.00
BATIDO DE GUINEO	3	15	60	720	2.00	0.63	120	456.45	1 440.00
BATIDO DE FRESA	4	20	80	960	2.00	0.59	160	570.24	1 920.00
BATIDO DE TOMATE	2	10	40	480	2.00	0.66	80	317.52	960.00
JUGO DE MORA	4	20	80	960	2.00	0.43	160	417.31	1 920.00
JUGO DE GUAYABA	3	15	60	720	2.00	0.41	120	293.54	1 440.00
LIMONADA	4	20	80	960	2.25	0.44	180	420.94	2 160.00
NARANJADA	4	20	80	960	2.50	0.49	200	470.71	2 400.00
JUGO DE NARANJILLA	4	20	80	960	2.00	0.49	160	474.85	1 920.00
JUGO DE MARACUYÁ	4	20	80	960	2.00	0.62	160	596.16	1 920.00
SANDUCHE DE PERNIL	5	25	100	1200	2.50	0.62	250	739.69	3 000.00
SANDUCHE DE POLLO	5	25	100	1200	2.50	0.59	250	707.23	3 000.00
TOSTADA DE JAMÓN Y QUESO	6	30	120	1440	1.50	0.31	180	447.12	2 160.00
TOSTADA DE QUESO	5	25	100	1200	1.00	0.21	100	252.72	1 200.00
SANDUCHE DE PAVO	6	30	120	1440	2.50	0.65	300	939.34	3 600.00
TOTAL	122.00	610.00	2 440.00	29 280.00	40.55	10.52	3 724.00	11 507.23	44 688.00

Fuente: Financiero
Elaborado por: Anita Silva

4.20.2 Mano de obra directa

Producción

Tabla 34:Mano de obra Directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO O AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
AYUDANTE DE COCINA	386,00	1158,00	4.632,00	562,79
TOTALES:	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79

Fuente: financiero

Elaborado por: Anita Silva

Administración

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
GERENTE PROPIETARIO	500,00	1.500,00	6.000,00	729,00
TOTALES:	500,00	1.500,00	6.000,00	729,00

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.20.3. Costos Indirectos de fabricación

Tabla 35: Costos Indirectos de Fabricación

MATERIALES INDIRECTOS			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FUNDAS NEGRAS PEQUEÑAS 50	1	2,80	2,8
PLÁSTICO FILM	1	3,00	3
PAPEL ALUMINIO 45 CM X 5 METROS IMPOEXITO	1	6,00	6
PAPEL DE DESPACHO FAMILIA 1000 M	1	10,00	10
CONTENEDOR DE ALIMENTOS PAQ X25	1	5,00	35
PALILLOS DE DIENTES	1	1,50	30
SERVILLETAS 300	1	3,00	3
CUCHARAS PLASTICAS X 100	1	0,60	0,6
LIMPIONES	5	2,00	10
TOTAL		33,9	100,4

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 36: Suministros y Materiales

SUMINISTROS Y MATERIALES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PAPEL	1	2,90	2,9
ESFEROS	4	0,60	2,4
CARPETAS	1	0,40	0,4
GRAPADORA	1	1,00	1
PERFORADORA	1	1,00	1
ESCOBA	2	3,50	7
DESINFECTANTE FLORAL 1000 ML	1	2,00	2
CLORO 1 LT	1	2,00	2
GEL ANTIBACTERIAL 1000 ML	1	3,00	3
JABON LIQUIDO 500ML	1	3,50	3,5
SPIN MOP TRAPEADOR MÁGICO 360 GRADOS LAVADO Y CENTRIFUGADO	1	13,00	13
DESENGRASANTE PARA LOS PLATOS	1	5,00	5
JABÓN DE COCINA	2	3,30	6,6
ESPONJA LAVAPLATOS	2	1,50	3
CONTENEDOR PLÁSTICO DE BASURA PEQUEÑO	2	6,50	13
CONTENEDOR PLÁSTICO DE BASURA GRANDE	1	15,00	15
FUNDA PARA BASURA (CIENTO)	1	5,00	5
PAPEL HIGIÉNICO	6	10,00	60
AROMATIZANTES	6	3,00	18
RECOGEDOR DE BASURA	2	5,00	10
TOTAL		87,20	173,80

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 37:Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	CANTIDAD	COSTO TRIMESTRAL	COSTO \$ ANUAL
AGUA	200	90	360
LUZ	150	150	600
INTERNET	Ilimitado	90	360
TELÉFONO	16	48	192
TOTAL		378	1512

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 38:Mantenimiento

M,, ,MANTENIMIENTO		
EQUIPOS / INSTALACIONES	TIEMPO/ CANTIDAD	COSTO \$ ANUAL
MAQUINA AUTOMÁTICA DE CAFÉ MODELO SPRINT 5S	1	20,00
REFRIGERADORA MABE	1	15,00
MICROONDAS MABE	1	10,00
CAMPANA EXTRACTORA DE OLOR ELECTRO LUX 90 CM	1	25,00
BATIDORA KITCHEN AID 5 LITROS	1	10,00
MOLINO PARA CAFÉ	1	10,00
LICUADORA OSTER MOTOR REVERSIBLE 6 ASPAS 600WTS	1	10,00
TUBERÍAS Y PLAGAS	1	60,00
		160,00

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 39:Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACIÓN DE FIJOS				
ACTIVOS				
BIEN	COSTO SIN IVA	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP.ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3.168,77	10	316,88	285,19
EQUIPO DE COMPUTO	450,00	3	13,50	145,50
MUEBLES Y ENSERES	1.959,20	10	195,92	176,33
TOTAL	5.577,97		489,18	401,49

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.20.4. Determinación de activos fijos para producción

Tabla 40:Determinación de activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	2 868.77	2 968.77
MUEBLES Y ENSERES	348.90	1 959.20
EQUIPOS DE COMPUTO	450.00	450.00
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		5 377.97
INVENTARIOS		
MENAJE Y VAJILLA	649.33	1 065.22
MATERIALES INDIRECTOS	33.90	100.40
SUMINISTROS Y MATERIALES	87.20	173.80
SUB-TOTAL INVENTARIOS		1 339.42

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 41:Maquinaria y Equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MOLINO DE CAFÉ	1	400.00	400.00
REFRIGERADORA SIDE BY SIDE DE 25 PIES GENERAL ELECTRI	1	400.00	400.00
MICROONDAS SAMSUNG 1.1 PIES 30 LT NEGRO MS 32J5133EM	1	199.99	199.99
COCINA INDUSTRIAL 4 QUEMADORES CON HORNO DE 2 LATAS PREMIUM	1	420.00	420.00
CAMPANA EXTRACTOR DE OLORES INDURSMA	1	135.00	135.00
MIXER DE MANO CON VASO PROCESADOR 750 W	1	28.78	28.78
BATIDORA KITCHENAID ARTISAN COLOR GRIS	1	448.00	448.00
PLASMA LG TV 42 PULGADAS	1	180.00	180.00
CAJA REGISTRADORA CASIO PCR S 700	1	148.00	148.00
PARLANTES ACTIVA+ PASIVA AX GRATIS PEDESTAL	1	289.00	289.00
TANQUE DE GAS INDUSTRIAL	2	100.00	200.00
LICUADORA OSTER PRO INDUSTRIAL	1	120.00	120.00
TOTAL		2 868.77	2 968.77

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.21. Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

4.21.1. Organización

La cafetería Casa María Luisa está organizada por departamentos donde el departamento administrativo consta de un gerente que se encarga de controlar, dirigir y organizar los eventos del departamento administrativo donde también se contará con un servicio profesional de un contador, el área de producción cuenta con un cocinero el cual se encarga de la elaboración y producción de los platos, también cuenta con un ayudante. En el área de servicio tenemos un mesero el cual se encarga de satisfacer las necesidades del cliente así como se cuenta con un cajero en el cual se encargará de la cobranza de los servicios del cliente.

4.21.2. Organigrama Estructural

CAFETERÍA CASA MARÍA LUISA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

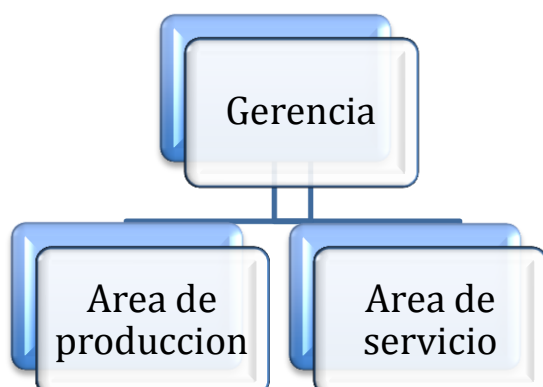


Gráfico 5-4 Organigrama estructural

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

LEYENDA

NIVEL DIRECTO	I
II NIVEL OPERATIVO	J
ELABORADO POR ANITA SILVA	
FECHA DE ELABORACIÓN 13/06/2017	
APROBADO POR	
FECHA DE APROBACIÓN	

4.21.3. Organigrama Funcional

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

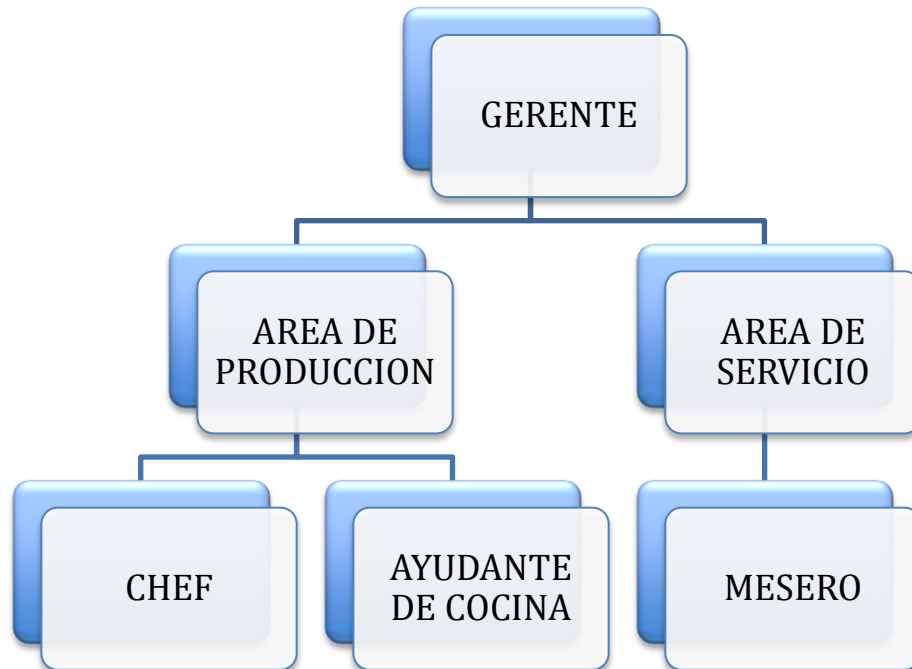


Grafico 6-4 Organigrama funcional

Fuente: Financiero
Elaborado por: Anita Silva

LEYENDA

I NIVEL DIRECTO	┆
II NIVEL OPERATIVO	┆┆
ELABORADO POR ANITA SILVA	
FECHA DE ELABORACIÓN 13/06/2017	
APROBADO POR	
FECHA DE APROBACIÓN	

4.22. Proceso de Selección y contratación del talento humano

4.22.1. Reclutamiento

El proceso de reclutamiento se realiza con el fin de identificar al personal idoneo que cumpla con las características establecidas utilizando diferentes medios de comunicación para conocer mas a las personas interesadas.

Tabla 42: Gastos para contratación de talento humano

MEDIO DE COMUNICACIÓN	COSTO UNITARIO \$
INTERNET (REDES SOCIALES)	10,00
RADIO LOCAL	5,00
PERIÓDICO LOCAL	10,00
TOTAL	25,00

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.22.2. Selección

Una vez ya conocidas a las personas y seleccionadas las carpetas se procederá a la respectiva selección donde se escogera a las personas que mas se acoplen a nuestra empresa y que cumplan con los estandares y requisitos necesarios que requiere la empresa para su funcionamiento.

4.22.3. Contratación

Ministerio de turismo

1. Ingresar a la pagina
2. Ingresar a SAITE
3. Registrarse y proceder a ingresar a sus empleados donde se generara un contrato
4. Imprimir
5. Realizar contrato fisico

IESS

1. Ingresar a la pagina
2. Registrarse y proceder a ingresar a sus empleados para que conste en la base de datos. Para que se pueda empezar con los aportes mensuales.

4.22.4. Inducción

Una vez seleccionado y contratado el personal se debe dar un tiempo de adaptacion para que pueda acoplarse y adaptarse a los ambientes y rutinas de trabajo a su vez mostrarle donde seran sus areas y donde se va desenvolver durante el tiempo que se encuentre en la empresa. De las

misma manera guiarle en cualquier dificultad que se presente para que pueda tener un ambiente comodo y pueda desenvolverse correctamente en la empresa y asi beneficiarla

4.23. Fichas profesiograficas

Tabla 43: Ficha profesiografica del Chef Administrador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Chef Administrador
DEPENDENCIA	Departamento de producción
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Gerente propietario
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Licenciado en Gestión Gastronómica o similar. Estudios superiores
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Ninguna
SUELDO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	
Orientar a sus compañeros de trabajo a realizar un excelente trabajo	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • La organización general de la cocina • Elaborar y componer los menús • Hacer los pedidos de materia prima • ser responsables por la utilidad de la cocina • Contratar personal • Capacitar a su personal • Supervisar la cocina a la hora del servicio • Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos • y en muchos casos ser responsable, en parte o completamente por el almacén, sala de lavado 	

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 44: Ficha profesiografica Ayudante de Cocina

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Ayudante de cocina
DEPENDENCIA	Departamento de producción
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Chef ejecutivo
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Capacitación en el manejo de alimentos, técnicas y métodos culinarios. Estudios superiores
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	1 año de experiencia
SUELDO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	

Colaboran con el chef o cocineros en la preparación de los alimentos
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar a los cocineros a preparar los alimentos (p.ej., limpiar y pelar frutas y verduras, cortar pan y carne). • Medir y mezclar ingredientes, utilizando básculas y jarras medidoras. • Preparar platos para servir. • Preparar comida simple como salsas, aliños, sándwiches, sopas, postres, etc. • Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos. • Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje. • Mantener limpia la zona de trabajo (p.ej., limpiando las superficies de trabajo, los utensilios, los armarios y el equipo de cocina). • Mantener limpia la cocina (p.ej., barriendo y fregando suelos y sacando la basura). • Escurrir y lavar los platos y colocarlos en el sitio adecuado en armarios, cajones

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 45:Ficha Profesiografica del Mesero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Mesero
DEPENDENCIA	Departamento de servicio
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Capitán de meseros
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Estudios superiores, conocimiento en restauración y Bar
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	meses en área de restaurante y bar
SUELDO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL	
Conocer la carta, colocación de mantelería, recoger cristalería, lámparas ceniceros, acomodar sillas, recoger basura, colaboración con el aseo	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Conocimiento del menú • Recomendaciones • Recibir órdenes de sus superiores • Tomar las comandas 	

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

Tabla 46:Ficha Profesiografica del Cajero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Cajero
DEPENDENCIA	Departamento de ventas
NÚMERO DE CARGOS	Uno
REPORTA A	Gerente propietario
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Estudios superiores conocimiento en contabilidad
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Seis (6) meses de experiencia en labores de manejo de caja.
SUELDO NETO	386,00
OBJETIVO PRINCIPAL Conocer preparación de informes de balances de caja. Buen conocimiento de manejo de cajas registradoras	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibe diariamente el fondo de cambio del personal de seguridad de Cafetería enviada por el supervisor de cafetería. • Recibe diariamente dinero producto de la venta de alimentos y otros servicios brindados en la Cafetería. • Brinda diariamente información al público sobre precios de los alimentos y otros. • Recibe boletas de créditos de comidas de funcionarios de las Cafeterías, de protección y de estudiantes. • Realiza diariamente cierre de caja de las ventas de alimentos realizadas en su turno. • Prepara diariamente informe de balance de caja. • Mantiene limpia su área de trabajo. 	

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.24. Manual de funciones

El manual de funciones será una guía textual donde se indicará la misión, visión, políticas de la empresa, el perfil profesional y funciones para cada puesto de trabajo.

Este manual será interactivo y muy fácil de socializar para los futuros empleados que prestarán su contingente en este emprendimiento. (Ver anexo5)

4.25. Marco Legal

La Cafetería CASA MARÍA LUISA, 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

Art 1 Esta ley ampara al artesano que se dedican en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios, o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artísticas y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la ley

4.26. Permisos requeridos para su funcionamiento

Tabla 47:Permisos de funcionamiento

REQUISITO	PRERREQUISITO	COSTOS
Ruc o rise	Copia de cedula, dirección del local	0.50
Patente del municipio de Riobamba	Tener rice 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 naturales Ministerio de turismo	Copia de cédula	0.50
CLAVE PATRONAL	RUC, RISE,	0,00
	GASTO TOTAL	\$ 134.33

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.27.Mitigar el 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.

Tabla 48:Mitigar 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 excesivos desechos de los alimentos	Reducir	Carteles Afiches	\$20,00 \$10,00
El suelo	Contaminación por desechos orgánicos, inorgánicos y plásticos.	Implementación de basureros Según sus colores y distribución	Basureros para desechos orgánicos(café) Basureros desechos inorgánicos(amarillo plásticos(azul papel) (rojo tetra pak) (negro latas)	\$40.00
El aire	Contaminación y mezcla de olores	Control del uso de perfumes y aerosoles en el área de producción	Control del personal para evitar el ingreso de este tipo de contaminantes	\$0.00

			TOTAL	\$70,00
--	--	--	--------------	---------

Fuente: Financiero Elaborado por: Anita Silva

Tabla 49: Acciones remediales

29	Detalle	Reciclar	Reducir	Reutilizar
	Fundas plásticas	X	X	X
	Cartones	X		X
	Agua		X	

Fuente: Financiero
Elaborado por: Anita Silva

En la cafetería Casa María Luisa se reciclará las fundas plásticas después de retirar los alimentos que están empacados esto ayudara a reducir la contaminación ambiental estas serán reutilizadas para distintos usos dentro de la cafetería

Los cartones que ingresan con los productos se reciclaran una vez que sean desocupados y se reutilizara para guardar la materia prima

El agua en la cafetería se reducirá su uso al momento de la elaboración de las preparaciones donde se utilizará de una forma moderada para evitar su desperdicio.

4.28. Estudio Financiero

4.28.1. Análisis de la inversión

Tabla 50: Análisis de la inversión

RUBRO	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL, INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS	0.00	6 609.03	6 609.03
MAQUINARIA Y EQUIPO		2 968.77	2 968.77
EQUIPO DE COMPUTO		450.00	450.00
MUEBLES Y ENSERES		1 959.20	1 959.20
MATERIALES INDIRECTOS		100.40	100.40
MENAJE Y VAJILLA		1 065.22	1 065.22
IMPREVISTOS (1%)		65.44	65.44
ACTIVOS DIFERIDOS	686.12	0.00	686.12

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	134.33		134.33
GASTOS DE PUBLICIDAD	545.00		545.00
GASTOS DE INSTALACIÓN	0		0
	0.00		0.00
IMPREVISTOS (1%)	6.79		6.79
CAPITAL DE TRABAJO	1 158.00	6 716.71	7 874.71
MATERIA PRIMA		2 876.81	2 876.81
MANO DE OBRA DIRECTA	1 158.00	0.00	1 158.00
SUELDO VENTAS		1 158.00	1 158.00
SUELDO ADMINISTRATIVO		1 500.00	1 500.00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES		216.00	216.00
SUMINISTROS Y MATERIALES		521.40	521.40
SERVICIOS BÁSICOS		378.00	378.00
Caja y Bancos	0.00	0.00	0.00
CONTINGENCIA		66.50	66.50
TOTAL	1 844.12	13 325.74	15 169.86

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.2. Fuentes y usos

Tabla 51:Fuentes y usos

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIERAS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
INVERSIONES FIJAS	6 609.03	0.00	6 609.03	0.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	2 968.77		2 968.77	
EQUIPO DE COMPUTO	450.00		450.00	
MUEBLES Y ENSERES	1 959.20		1 959.20	
MATERIALES INDIRECTOS	100.40		100.40	
MENAJE Y VAJILLA	1 065.22		1 065.22	
IMPREVISTOS (1%)	65.44		65.44	
ACTIVOS DIFERIDOS	686.12	686.12	0.00	0.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	134.33	134.33		
GASTOS DE INSTALACIÓN	0.00	0.00		
Gastos de PUBLICIDAD	545.00	545.00		
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL	0.00	0.00		

GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	0.00	0.00		
IMPREVISTOS (1%)	6.79	6.79		
CAPITAL DE TRABAJO	7 874.71	1 158.00	3 839.90	2 876.81
MATERIA PRIMA	2 876.81			2 876.81
MANO DE OBRA DIRECTA	1 158.00	1 158.00		
MANO DE OBRA INDIRECTA	1 158.00		1 158.00	
SUELDO ADMINISTRATIVO	1 500.00		1 500.00	
GASTO ARRIENDO	0.00	0.00		
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	216.00	0.00	216.00	
SUMINISTROS Y MATERIALES	521.40		521.40	
SERVICIOS BÁSICOS	378.00		378.00	
IMPREVISTOS (1%)	66.50		66.50	
TOTAL	15 169.86	1 844.12	10 448.93	2 876.81

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.3. Presupuesto

Tabla 52: Presupuesto de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	11 507.23	11 980.18	12 472.56	12 985.19	518.88 ¹³
MANO DE OBRA DIRECTA	5 194.79	5 408.29	5 630.57	5 861.99	102.92 ⁶
<i>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</i>					
MATERIALES INDIRECTOS	401.60	418.11	435.29	453.18	471.81
<i>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</i>					
SERVICIOS BÁSICOS	831.60	865.78	901.36	938.41	976.98
Menaje	1 065.22				
SUMINISTROS Y MATERIALES	1 147.08	194.22 ¹	1 243.31	1 294.41	347.61 ¹
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	160.00	166.58	173.42	180.55	187.97
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO		267.19	236.47	212.82	191.54
IMPREVISTOS (1%)	66.50	69.24	72.08	72.08	72.08
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN	20 374.02	20 369.58	21 165.07	21 998.63	869.78²²

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.4. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 53:Presupuesto de Administración

GASTO DE ADMINISTRACIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
GASTOS DE INSTALACION	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO CONSTITUCIÓN	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33
GASTO EXPERIMENTACIÓN	-	0.00	0.00	0.00	0.00
SUELDOS	729.00	7 005.56	293.49	7 593.25	905.34
SERVICIOS BÁSICOS	302.40	314.83	327.77	341.24	355.26
SUMINISTROS Y MATERIALES	417.12	434.26	452.11	470.69	490.04
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO		145.50	98.46	66.62	0.00
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		176.33	160.46	146.02	132.88
AMORTIZACIONES	679.33	135.87	135.87	135.87	135.87
IMPREVISTOS (1%)	6.79	7.07	7.36	7.67	7.98
TOTAL, GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8 268.97	8 353.75	8 609.84	8 895.69	161.69

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.5. Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 54:Presupuesto de Ventas

GASTO DE VENTAS					
SUELDOS	194.79	408.29	630.57	5 861.99	102.92
PUBLICIDAD	35.00	36.44	37.94	39.50	41.12
SUMINISTROS Y MATERIALES	521.40	542.83	565.14	588.37	612.55
IMPREVISTOS (1%)	65.44	68.13	70.93	73.84	76.88
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		176.33	160.46	146.02	132.88
SERVICIOS BÁSICOS	378.00	393.54	409.71	426.55	444.08
TOTAL, GASTO DE VENTA	6 194.62	6 272.89	6 553.83	6 844.23	7 144.67

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.6. Presupuesto de gastos financieros

Tabla 55: Presupuesto de gastos financieros

GASTO FINANCIERO					
INTERESES BANCARIOS	1 253.87	835.91	417.96	0.00	0.00
TOTAL, GASTO FINANCIERO	1 253.87	835.91	417.96	0.00	0.00
TOTAL, COSTOS Y GASTOS	36 091.49	35 832.14	36 746.70	37 738.54	39 176.14

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.7. Estructura de costos y gastos

Tabla 56: Estructura de Costos y Gastos

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	11 507.23	11 980.18	12 472.56	12 985.19	13 518.88
MANO DE OBRA DIRECTA	5 194.79	5 408.29	5 630.57	5 861.99	6 102.92
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	401.60	418.11	435.29	453.18	471.81
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
SERVICIOS BÁSICOS	831.60	865.78	901.36	938.41	976.98
Menaje	1 065.22				
SUMINISTROS Y MATERIALES	1 147.08	1 194.22	1 243.31	1 294.41	1 347.61
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	160.00	166.58	173.42	180.55	187.97
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO		267.19	236.47	212.82	191.54
IMPREVISTOS (1%)	66.50	69.24	72.08	72.08	72.08
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN	20 374.02	20 369.58	21 165.07	21 998.63	22 869.78
GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
GASTOS DE INSTALACIÓN	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO CONSTITUCIÓN	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33
GASTO EXPERIMENTACIÓN	-	0.00	0.00	0.00	0.00
SUELDOS	6 729.00	7 005.56	7 293.49	7 593.25	7 905.34
SERVICIOS BÁSICOS	302.40	314.83	327.77	341.24	355.26
SUMINISTROS Y MATERIALES		434.26	452.11		

	417.12			470.69	490.04
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO		145.50	98.46	66.62	0.00
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		176.33	160.46	146.02	132.88
AMORTIZACIONES	679.33	135.87	135.87	135.87	135.87
IMPREVISTOS (1%)	6.79	7.07	7.36	7.67	7.98
TOTAL, GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8 268.97	8 353.75	8 609.84	8 895.69	9 161.69
GASTO DE VENTAS					
	5		5	5	6
SUELDOS	194.79	5 408.29	630.57	861.99	102.92
PUBLICIDAD	35.00	36.44	37.94	39.50	41.12
SUMINISTROS Y MATERIALES	521.40	542.83	565.14	588.37	612.55
IMPREVISTOS (1%)	65.44	68.13	70.93	73.84	76.88
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		176.33	160.46	146.02	132.88
SERVICIOS BÁSICOS	378.00	393.54	409.71	426.55	444.08
TOTAL, GASTO DE VENTA	6 194.62	6 272.89	6 553.83	6 844.23	7 144.67
GASTO FINANCIERO					
INTERESES BANCARIOS	1 253.87	835.91	417.96	0.00	0.00
TOTAL, GASTO FINANCIERO	1 253.87	835.91	417.96	0.00	0.00
TOTAL, COSTOS Y GASTOS	36 091.49	35 832.14	36 746.70	37 738.54	39 176.14

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.8. Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 57: Estado de ganancias y pérdidas

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	44 688.00	46 524.68	48 436.84	50 427.60	52 500.17
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	20 374.02	20 369.58	21 165.07	21 998.63	22 869.78
(=) UTILIDAD BRUTA	24 313.98	26 155.10	27 271.77	28 428.97	29 630.39
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8 268.97	8 353.75	8 609.84	8 895.69	9 161.69
(-) GASTO DE VENTAS	6 194.62	6 272.89	6 553.83	6 844.23	7 144.67
(=) UTILIDAD OPERATIVA	9 850.38	11 528.45	12 108.10	12 689.06	13 324.03
(-) GASTO FINANCIERO	1 253.87	835.91	417.96	0.00	0.00
(=) UTILIDAD NETA	8 596.51	10 692.54	11 690.14	12 689.06	13 324.03

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.9. Estado de Situación Financiera

Tabla 58: Estado de Situación Financiera

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	7 874.71	13 241.93	8 810.02	3 744.03	4 153.93	3 564.91
ACTIVO FIJO	6 609.03	6 609.03	6 609.03	6 609.03	6 609.03	6 609.03
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		589.02	1 178.03	1 767.05	2 356.07	2 945.09
AC. DIFERIDOS (VALOR ANUAL AMORTIZACIÓN)	679.33	679.33	2 717.32	2 717.32	2 717.32	2 717.32
IMPREVISTOS	6.79					
TOTAL, DE ACTIVOS	15 169.86	21 119.31	19 314.40	14 837.43	15 836.34	15 836.34
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE (INTERESES BANCARIOS)		835.91	417.96	0.00	0.00	0.00
PASIVO LARGO P. (CRÉDITO BANCARIO)	10 448.93	6 965.95	3 482.98	-1 573.64	-1 573.64	-1 573.64
TOTAL, PASIVOS	10 448.93	7 801.87	3 900.93	-1 573.64	-1 573.64	-1 573.64
PATRIMONIO						
CAPITAL	4 720.93	4 720.93	4 720.93	4 720.93	4 720.93	4 720.93
UTILIDAD DE EJERCICIO (UTILIDAD NETA)	0.00	8 596.51	10 692.54	11 690.14	12 689.06	13 324.03
TOTAL, DE PATRIMONIO	4 720.93	13 317.44	15 413.47	16 411.07	17 409.99	17 409.99
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	15 169.86	21 119.31	19 314.40	14 837.43	15 836.34	15 836.34

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.10. Estado de Flujo del Efectivo

Tabla 59: Estado de Flujo de Efectivo

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		44 688.00	46 524.68	48 436.84	50 427.60	52 500.17
COSTOS DE PRODUCCIÓN		20 374.02	21 165.07	21 998.63	22 869.78	22 869.78
GASTOS ADMINISTRACIÓN		8 268.97	8 609.84	8 895.69	9 161.69	9 161.69
GASTOS VENTAS		6 194.62	6 553.83	6 844.23	7 144.67	7 144.67
GASTOS FINANCIEROS		1 253.87	417.96	-	-	-
UTILIDAD. ANTES DE REP. ÚTIL. E IMP.		8 596.51	9 777.98	10 698.30	11 251.46	13 324.03
UTILIDAD NETA		8	9 777.98	10 698.30	11	13

		596.51			251.46	324.03
DEPRECIACIONES		589.02	495.39	425.46	324.42	293.30
AMORT. ACT. NOMINAL		135.87	135.87	135.87	135.87	135.87
INVERSIÓN MAQ. Y EQUIPO	2 968.77					
INV. TERRE Y OBRA FÍSICA						
INVERSIÓN OTROS	3 574.82					
INV. ACT. NOMINAL	686.12					
INV. CAPITAL DE TRABAJO	7 874.71					
VEHÍCULO						
IMPREVISTOS	65.44					
RECUP. CAPITAL TRABAJO						
PRÉSTAMO						
AMORT. PRÉSTAMO		(5 056.62)	(5 056.62)	(5 056.62)		
FLUJO DE CAJA	15 169.86	4 264.77	5 352.61	6 203.01	11 711.74	13 753.20

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.28.11. Evaluación Económica

VAN

Tabla 60: TIR y VAN

	VALORES
N.º PERIODOS	5
TIPO DE PERIODO	Anual
TAZA DE DESCUENTO	12%

Nº Año	FNE	(1+n) ⁿ	FNE/(1+n) ⁿ
0	(15 169.86)		(15 169.86)
1	4 264.77	1.12	3 807.83
2	5 352.61	1.25	4 267.07
3	6 203.01	1.40	4 415.18
4	11 711.74	1.57	7 443.02
5	13 753.20	1.76	7 803.94

TOTAL VAN	12 567.18
------------------	------------------

TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 26 115.48
8%	\$ 16 260.84
9%	\$ 15 273.36
10%	\$ 14 330.20
11%	\$ 13 428.91
12%	\$ 12 567.18
13%	\$ 11 742.87
14%	\$ 10 953.96
15%	\$ 10 198.56

TIR	35%
------------	------------

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.29. Evaluación Financiera

4.29.1. Flujo Neto del efectivo

Tabla 61:Flujo Neto del efectivo

ANUALES						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(15 169.86)	4 264.77	352.61	203.01	11 711.74	753.20

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.29.2. Periodo de recuperación de la Inversión.

Tabla 62:Periodo de recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS DESCONTADOS	SUMATORIA FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN	PARCIAL DEL AÑO SOBROANTE	PRI
0	(15 169.86)				
1	4 264.77	4 264.77	(10 905.08)		
2	5 352.61	9 617.39	(5 552.47)		
3	6 203.01	15 820.40	650.54	0.10	1.10
4	11 711.74	27 532.14	12 362.28	1.06	2.06

5	13 753.20	41 285.34	26 115.48	1.90	2.90
TOTA	26				
L	115.48				

AÑOS	2
MESES	10
DÍAS	23

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.29.3. Relación beneficio costo

Tabla 63:Relación beneficio costo

Nº	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
0	15169,86		
1		46.524,68	20.369,58
2		48.436,84	21.165,07
3		50.427,60	21.998,63
4		52.500,17	22.869,78
		TOTAL INGRESO	\$ 149.411,62
		TOTAL COSTO	65.252,14
		(=)COSTO+INVER	80.422,00
		R/C	1,86

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.29.4. Punto de equilibrio

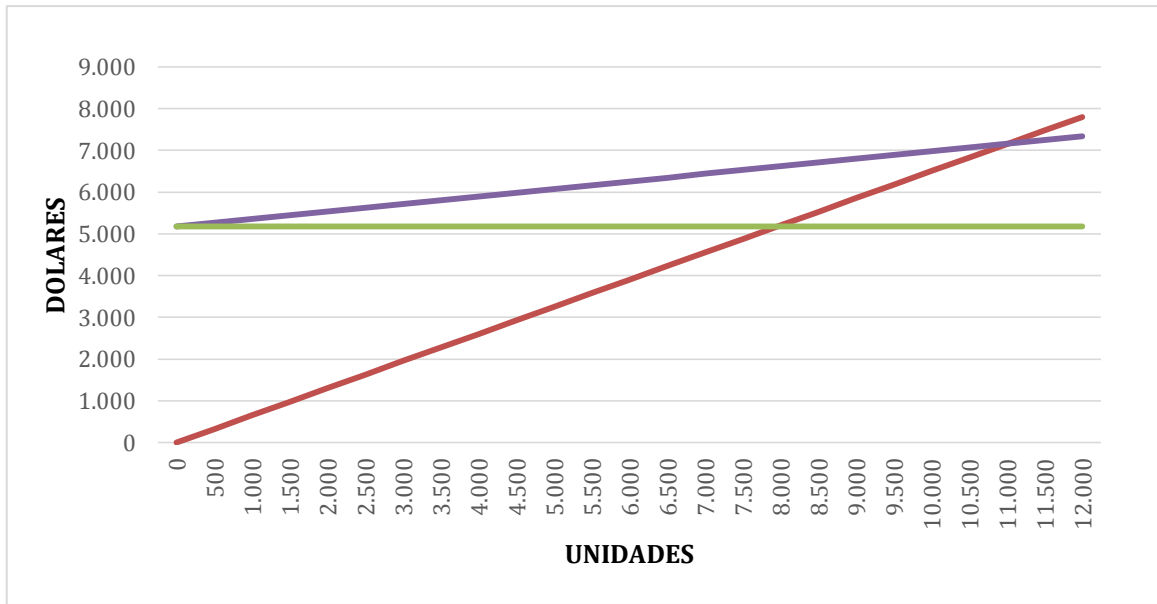
Tabla 64:Punto de Equilibrio

PVP =	0.54
CVu =	0.42
CF =	5 156.08
UTILIDADES =	0.00

X	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTO TOTAL
0	0	5 156	5 156
500	325	5 156	5 246
1 000	650	5 156	5 336
1 500	975	5 156	5 426
2 000	1 300	5 156	5 516
2 500	1 625	5 156	5 606
3 000	1 950	5 156	5 696
3 500	2 275	5 156	5 786
4 000	2 600	5 156	5 876
4 500	2 925	5 156	5 966
5 000	3 250	5 156	6 056
5 500	3 575	5 156	6 146
6 000	3 900	5 156	6 236
6 500	4 225	5 156	6 326
7 000	4 550	5 156	6 416
7 500	4 875	5 156	6 506
8 000	5 200	5 156	6 596
8 500	5 525	5 156	6 686
9 000	5 850	5 156	6 776
9 500	6 175	5 156	6 866
10 000	6 500	5 156	6 956
10 500	6 825	5 156	7 046
11 000	7 150	5 156	7 136
11 500	7 475	5 156	7 226
12 000	7 800	5 156	7 316

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva



4.29.5. Evaluación Social

Tabla 65:Evaluación Social

DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0,0018%

Fuente: Financiero
Elaborado por: Anita Silva

4.29.6. Evaluación Ambiental

Tabla 66:Evaluación Ambiental

Daños ocasionados por los procesos de producción y por las actitudes pre operativas	Impacto	Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo
El agua	Contaminación por excesivos desechos de los alimentos	Reducir	Carteles Afiches	\$20,00 \$10,00
El suelo	Contaminación por desechos orgánicos, inorgánicos y plásticos.	Implementación de basureros Según sus colores y distribución	Basureros para desechos orgánicos(café) Basureros desechos inorgánicos (amarillos plásticos (azul papel) (rojo tetra Pak) (negro latas)	\$40,00
El aire	Contaminación y mezcla de olores	Control del uso de perfumes y aerosoles en el área de producción	Control del personal para evitar el ingreso de este tipo de contaminantes	\$0,00
			TOTAL	\$70,00

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

4.29.7. Acciones remediales

Tabla 67:Acciones remediales

37 Detalle	Reciclar	Reducir	Reutilizar
Fundas plásticas	X	X	X
Cartones	X		X
Agua		X	

Fuente: Financiero

Elaborado por: Anita Silva

CONCLUSIONES

- Después de utilizar como instrumento las encuestas se obtuvo como conclusión que el 91% de las personas encuestadas desean que se implemente el servicio de la cafetería artesanal en la ciudad de Riobamba .
- Mediante el estudio técnico se pudo sacar como conclusión que la cafetería cuenta una disponibilidad de 60 pax; con un personal especializado que desempeñara diferentes funciones dentro del establecimiento tanto en el área de servicio como en el área de producción.
Para establecer la carta de menú se consideró las preferencias de mayor aceptabilidad de las personas encuestadas en el cual tenemos que el sandwich de pollo, perrito, chocolate y tamales son de mayor aceptación; seguido de una aceptación moderada de Quimbolitos, Batidos de frutas y tortilla de maíz. Los de menor aceptabilidad como: Humitas y buñuelos.
- Mediante el estudio Administrativo se dividió en departamentos mediante organigramas tanto para el área de producción como para servicio a su vez dentro de este estudio se realizó un proceso de contratación del talento humano el cual fue realizado mediante fichas profesiograficas que ayudaran adquirir un personal capacitado y apto para la cafetería.
A su vez el proyecto está fundamentado en la ley del artesano en donde su propósito es transformar la materia prima de forma manual siempre y cuando no sobrepasen en sus activos; también se realizó una mitigación del impacto ambiental que ayudara a la prevención de la contaminación del medio ambiente por desechos del negocio. Como estudio financiero se obtuvo los siguientes resultados como valor actual neto (VAN) positivo un resultado de \$ 12567.18; la tasa interna de retorno (TIR) de 35% da a entender que nuestro estudio de factibilidad es aceptable puesto que es mayor la tasa de descuento del proyecto que tiene un 12%; A su vez se contó con una relación de beneficio Costo de 1,86. La Relación Beneficio/Costo de \$1,86

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en cuenta las necesidades de los clientes para poder alcanzar un nivel de reconocimiento alto en la ciudad de Riobamba y convertir esta cafetería en un negocio rentable. Que pueda mantenerse dentro del mercado
- Se recomienda mantener una permanente capacitación en el personal para poder mantener los estándares de calidad dentro del establecimiento con el fin de brindar un servicio que cumpla con las necesidades y expectativas de los clientes.
- Se recomienda que este proyecto sea puesto en práctica ya que en los estudios Administrativo legal ambiental y financiero los datos son positivos y favorables a nuestro emprendimiento y con gran aceptabilidad de la ciudadanía.

BIBLIOGRAFÍA

Alegsa. (s.f.). *alegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

Alvarado , Melvin. (2007). *El cultivo y beneficiado del cafe*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia.

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>

Bermeo, F. (2012). *Cafetería Green House* (2da Edicion ed.). Chile: Paraninfo.

Breyner Martínez, E. P. (2010). *Estudio tecnico*. Barranquilla: atlantico.

Burstiner. (1997).

Carvajal, T. (2001). *Proyecto integral Cafetalero Nacional*. Portoviejo: Cofenac.

CFN. (s.f.). *ARTESANOS ECUADOR*. Obtenido de ARTESANOS ECUADOR: <http://www.artesanosecuador.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).

Chiavenato. (13 de 05 de 2002). *Administracion de Recursos Humanos*. Mexico: McGraw-Hill. Recuperado el 21 de 06 de 2017, de <https://crearunaempresaya.wordpress.com>: <https://crearunaempresaya.wordpress.com>

Córdoba Padilla, M. (2011). *formulacion y evaluacion de proyectos* (2a ed Bogota ed.). (F. Toro Lopez, Ed.) Bogota, Colombia: 2a ed Ecoe Ediciones 2011. Recuperado el 21 de 06 de 2017, de <http://apuntesduoc.pbworks.com/f/Estudio+de+factibilidad+II.pdf>

Cortijo, J. D. (2002). *el mundo del cafe* (primea ed.). Brazil: Homatic vending.

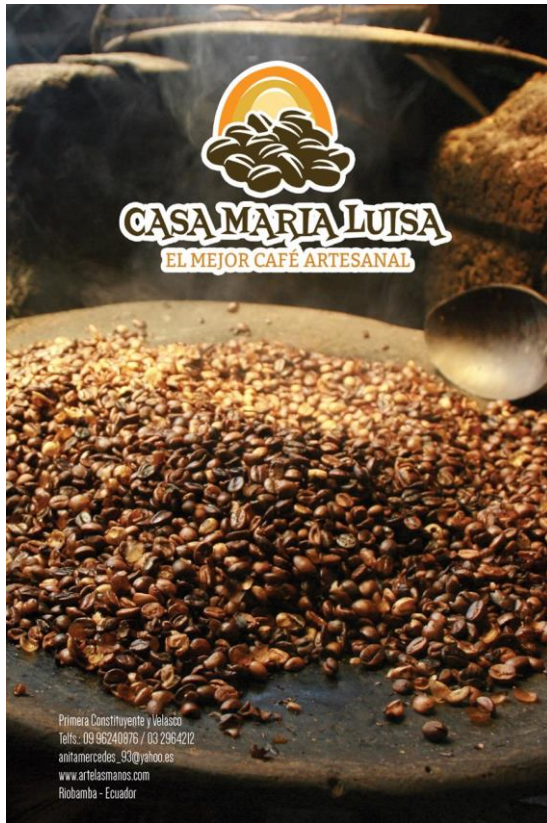
Cortijo, J. D. (2002). *El mundo del cafe* (Primera ed.). Brazil: Homatic vending.

- Delgado, P., & Larco, A. (Junio 2002). *Café en Ecuador* (Primera ed.). Cali Colombia: FERIVA S.A Héctor Fabio Ospina O.
- Echeverría, J., & Muñoz, C. (2013). *Maíz regalo de los Dioses* (primera ed.). Otavalo: Instituto Otavaleño de Antropología.
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). <http://www.tiposde.org>. Obtenido de <http://www.tiposde.org>: <http://www.tiposde.org/ciencias-naturales/602-tipos-de-maiz-2/>
- Gallego, J. F. (2003). *Manual Práctico de Cafetería y Bar* (11va Edición ed.). (J. Raso Lopez, Ed.) Madrid, España. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de <http://cafeparaíso.tripod.com/historia.htm>
- García Ortiz, F. (2011;). *Operaciones Básicas y servicios en Bar Y Cafetería* (1a edición actualizada ed.). (C. Lara , Ed.) España: 2011 Ediciones Paraninfo, S.A. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cafe/>
- Gardey, J. P. (2013). *Definición*. Obtenido de <http://definicion.de/emprendimiento/>
- Gardey, J. P. (2013). *Definición*. Obtenido de <http://definicion.de/demanda/>
- Ghislaine , M. (1963). *El café*. Turrialba, Costa Rica: Conmemorativa Orton.
- Granados, G. (2001). *El Maíz en los Tropicos* (FAO ed.). Roma: Organización de las Naciones Unidas.
- Gusqui, N., & Bastidas, V. (2015). *El Aroma del Ecuador*. Quito - Ecuador: tecnograf.
- 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>
- Instituto Hondureño del Café. (2000). *Caracterización del sistema de producción del cultivo de café* (Primera ed.). Honduras: Promecafé.
- Jativa Reyes, M. (Julio 1994). *El manejo de café robusta* . amazonia: instituto nacional autónomo de investigaciones agropecuarias.

- Junta Nacional de Defensa del Artesano, (. (21 de ABRIL de 2014). *Jnda*. Obtenido de jnda:
<http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Melvin Alvarado. (2007). *Cultivo y beneficiado del cafe* (Primera ed.). Costa Rica: Universidad Estatal. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de
<http://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>
- 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. (08 de 04 de 2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- 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/>
- Ortiz, & Garcia. (2010). *Operaciones Basicas y servicios en Bar y Cafetería* (segunda edicion Paraninfo S.A ed.). Madrid: Paraninfo.
- Perez, M. (2009). *Estudio organizacional de la adopción del teletrabajo: Análisis empírico de variables explicativas de su viabilidad y difusión*. Aragon: Nimpren.
- Reyes, i. M. (1994). El manejo del cafe robusta. En l. Tunoco (ed.), *coffee canepora* (págs. 3,4). Amazonica: estacion experimental " napo- payamino" .
- Rosenblatt, L. (2013). *El cafe*. Quito: intermon oxfam.
- 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

Anexos 1 CARTA DE MENÚ



Anexos 2 ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Obtener información de los gustos y preferencias del mercado objetivo para la implementación de una cafetería artesanal en la ciudad de Riobamba.

INSTRUCCIONES

Marque con una x la respuesta que sea de su agrado

Elija una sola respuesta

1. ¿Usted visita cafeterías en la ciudad de Riobamba?

SI ()

NO ()

2. Escoja el producto que sea de su preferencia?

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Tamal de Harina de maíz					
Quimbolito					
Humita					
Chigüiles					
Buñuelos					
Tortillas de maíz					

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Te					
Infusión					
Chocolate					
Esencia de café					
Batidos de frutas naturales					
Jugos naturales					

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Sanduche de pernil					
Sanduche de pollo					
Tostada de queso con jamón					
Tostada de queso					
Sanduche de pavo					

3. ¿En promedio cual es el valor de consumo que usted realiza en una cafetería?

5,00 () 10,00 () 15,00 () 20,00 () 30,00 ()

4. ¿Cuál es la frecuencia de consumo que usted realiza en una cafetería?

Diario () semanal () mensual ()

5. ¿Estaría dispuesto a consumir preparaciones elaboradas artesanalmente en una cafetería?

SI () NO ()

6. ¿Qué horario le gustaría que se atienda en la cafetería?

Lunes a Viernes (7:00am a 11:00 am) (4:00 pm a 8:00pm) ()

Lunes a Viernes (8:00 am a 12:00 am) (5:00pm a 9:00pm) ()

7. ¿Le gustaría que se implemente el servicio a domicilio en la cafetería?

SI () NO ()

8. ¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia que usted conoce para informarse de productos, servicios de establecimientos de alimentos?

Periódico () Afiches () Radio () Redes sociales ()

9. ¿Cómo le gustaría que llegue la publicidad a su domicilio?

Trípticos () tarjetas de presentación () volates ()

10. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que se oferte en la cafetería?

Ofertas de dos por uno () premios por Cumpleaños ()

Ofertas al cliente que sea constante ()

11. ¿Ha consumido en cafeterías de la ciudad de Riobamba?

SI ()

NO ()

Si su respuesta fue afirmativa puede mencionar el nombre de las cafeterías que usted visita

Gracias por su colaboración

Anexos 3 RECETARIO

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: QUIMBOLITOS							# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTR	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
A001	HARINA	226	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,23	
A002	HARINA DE MAÍZ	226	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,23	
A003	MANTEQUILLA	340	G	1000	G	\$ 1,87	\$ 0,64	
A004	QUESO	130	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,13	
A005	COCOA	70	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,07	
A006	HUEVOS	400	U	1000	G	\$ 1,20	\$ 0,48	
A007	ROYAL	30	G	1000		\$ 0,50	\$ 0,02	
	ESENCIA DE VAINILLA	25	M	1000	ML	\$ 0,50	\$ 0,01	
	COÑAC	60	ML	1000	ML	\$ 1,50	\$ 0,09	
	HOJAS DE ACHIRA	20	U	20	U	\$ 1,00	\$ 1,00	
	LECHE	60	ML	1000	ML	\$ 0,80	\$ 0,05	
	AZÚCAR GRANULADA	340	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,34	
							C. VARIABLE	\$ 3,27
							VARIOS 8%	\$ 0,26
							C. TOTAL	\$ 3,54
							C. POR PAX	\$ 0,18
							COSTO UNITARIO	\$ 0,32
							P. VENTA	\$ 0,40
							PVS	\$ 0,45

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TAMAL DE POLLO								# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)			
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS	LUGAR SECO	
CODIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL		
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO			
A001	HARINA DE MAÍZ	454	G	1000	G	\$ 2,00	\$ 0,91		
A002	MANTECA	226	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,23		
A003	CALDO DE POLLO	250	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,25		
A004	ACHIOTE	200	ML	1000	G	\$ 0,60	\$ 0,12		
A005	PECHUGA	907	G	1000	G	\$ 3,10	\$ 2,81		
A006	ARVEJA	100	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,05		
A007	ZANAHORIA	100	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,05		
	PASAS	142	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,14		
	PIMIENTO	226	ML	1000	ML	\$ 0,50	\$ 0,11		
	MANÍ	226	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,23		
	HUEVOS	250	G	1000	G	\$ 0,60	\$ 0,15		
	AJO	20	G	1000	G	\$ 0,15	\$ 0,00		
	COMINO	20	G	1000	G	\$ 0,15	\$ 0,00		
	CEBOLLA	454	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,23		
	HOJAS DE ACHIRA	20	U	20	U	\$ 1,00	\$ 1,00		
	SAL	15	G	1000	G	\$ 0,20	\$ 0,00		
							C. VARIABLE	\$ 6,28	
							VARIOS 8%	\$ 0,50	
							C. TOTAL	\$ 6,79	
							C. POR PAX	\$ 0,34	
							COSTO UNITARIO	\$ 0,61	
							P. VENTA	\$ 0,76	
							P.V.S	\$ 0,80	

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: HUMITA						# PAX: 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
A001	CHOCLO PELADO	2400	G	1000	G	\$ 2,00	\$ 4,80
A002	MANTECA	115	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,06
A003	MANTEQUILLA	225	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,23
A004	HUEVOS	300	G	1000	G	\$ 0,60	\$ 0,18
A005	AZÚCAR	40	G	1000	G	\$ 0,15	\$ 0,01
A006	HOJAS DE CHOCLO	25	U	25	U	\$ 0,50	\$ 0,50
A007	POLVO DE HORNEAR	15	G	1000	G	\$ 0,05	\$ 0,00
	QUESO	250	G	1000	ML	\$ 0,50	\$ 0,13
						C. VARIABLE	\$ 5,89
						VARIOS 8%	\$ 0,47
						C. TOTAL	\$ 6,37
						C. POR PAX	\$ 0,32
						COSTO UNITARIO	\$ 0,57
						P. VENTA	\$ 0,71
						P.V.S	\$ 0,80

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CHIGÜILES DE MAÍZ						# PAX : 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTRO	LUGAR SERVICIO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
A001	HARINA DE MAÍZ	908	G	1000	G	\$ 2,00	\$ 1,82
A002	HUEVOS	378	G	1000	G	\$ 1,20	\$ 0,45
A003	MANTECA	170	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,17
A004	MANTEQUILLA	113	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,11
A005	QUESO	226	G	1000	G	\$ 1,10	\$ 0,25
A006	ANISADO	170	ML	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,09
A007	SAL	20	G	1000	G	\$ 0,10	\$ 0,00
	AGUA	400	ML	1000	ML	\$ 0,30	\$ 0,12
	ROYAL	10	G	1000	ML	\$ 0,20	\$ 0,00
						C. VARIABLE	\$ 3,01
						VARIOS 8%	\$ 0,24
						C. TOTAL	\$ 3,25
						C. POR PAX	\$ 0,16
						COSTO UNITARIO	\$ 0,29
						P. VENTA	\$ 0,36
						P.V.S	\$ 0,40

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: BUÑUELOS							# PAX 20 :
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTRO LU GA R SE CO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
A001	HARINA DE MAÍZ	908	G	1000	G	\$ 2,00	\$ 1,82
A002	MANTECA	454	G	1000	G	\$ 1,10	\$ 0,50
A003	AZÚCAR	90	G	1000	G	\$ 0,20	\$ 0,02
A004	HUEVOS	630	G	1000	G	\$ 1,89	\$ 1,19
A005	ANISADO	170	ML	1000	ML	\$ 0,50	\$ 0,09
A006	SAL	50	G	1000	G	\$ 0,10	\$ 0,01
						C. VARIABLE	\$ 3,61
						VARIOS 8%	\$ 0,29
						C. TOTAL	\$ 3,90
						C. POR PAX	\$ 0,20
						COSTO UNITARIO	\$ 0,36
						P. VENTA	\$ 0,45
						P.V.S	\$ 0,50

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: INFUSIÓN DE CANELA							# PAX: 20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
A001	CANELA	200	G	1000		\$ 3,96	\$ 0,79
A002	AGUA	2500	ML	1000		\$ 1,50	\$ 3,75
A003	AZÚCAR	200	G	1000		\$ 0,60	\$ 0,12
						C. VARIABLE	\$ 4,66
						VARIOS 8%	\$ 0,37
						C. TOTAL	\$ 5,03
						C. POR PAX	\$ 0,25
						COSTO UNITARIO	\$ 0,45
						P. VENTA	\$ 0,56
						P.V.S	\$ 0,60

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CHOCOLATE								# PAX: 20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN			OTROS LUGAR RESERVA
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	CHOCOLATE NEGRO	1000	G	1000	G	\$ 7,65	\$ 7,65	
	LECHE	2000	ML	1000	ML	\$ 1,60	\$ 3,20	
	MAICENA	40	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,04	
	AZÚCAR	200	G	1000	G	\$ 2,09	\$ 0,42	
	SAL	10	G	1000	G	\$ 0,15	\$ 0,00	
	CANELA	40	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,04	
	ESENCIA DE VAINILLA	20	ML	1000	ML	\$ 0,50	\$ 0,01	
						C. VARIABLE	\$ 11,36	
						VIARIOS 8%	\$ 0,91	
						C. TOTAL	\$ 12,27	
						C. POR PAX	\$ 0,61	
						COSTO UNITARIO	\$ 1,09	
						P. VENTA	\$ 1,36	
						P.V.S	\$ 1,50	

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: INFUSIÓN DE CAFÉ						# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
A001	CAFÉ MOLIDO	400	G	1000		\$ 9,67	\$ 3,87
A002	AGUA	600	ML	1000		\$ 0,80	\$ 0,48
						C. VARIABLE	\$ 4,35
						VARIOS 8%	\$ 0,35
						C. TOTAL	\$ 4,70
						C. POR PAX	\$ 0,23
						COSTO UNITARIO	\$ 0,41
						P. VENTA	\$ 0,51
						P.V.S	\$ 0,60

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: BATIDO DE MORA							# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN			REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	BEBIDA	OTROS	LUGAR SERVICIO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	MORA	2000	G	1000	G	\$ 3,00	\$ 6,00	
	LECHE	3000	ML	1000	ML	\$ 2,00	\$ 6,00	
	ÁSCAR	500	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,50	
						C. VARIABLE	\$ 12,50	
						VARIOS 8%	\$ 1,00	
						C. TOTAL	\$ 13,50	
						C. POR PAX	\$ 0,68	
						COSTO UNITARIO	\$ 1,21	
						P. VENTA	\$ 1,52	
						P.V.S	\$ 1,55	

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: BATIDO DE GUINEO						# PAX: 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	GUINEO	3000	G	1000	G	\$ 2,50	\$ 7,50
	LECHE	2000	ML	1000	ML	\$ 2,00	\$ 4,00
	AZÚCAR	400	G	1000	G	\$ 0,60	\$ 0,24
						C. VARIABLE	\$ 11,74
						VARIOS 8%	\$ 0,94
						C. TOTAL	\$ 12,68
						C. POR PAX	\$ 0,63
						COSTO UNITARIO	\$ 1,13
						P. VENTA	\$ 1,41
						P.V.S	\$ 1,50

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: BATIDO DE FRESA								# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)			
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN			OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL		
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO			
	FRESA	2000	G	1000	G	\$ 3,50	\$ 7,00		
	LECHE	3000	ML	1000	ML	\$ 1,60	\$ 4,80		
	AZÚCAR	400	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,20		
							C. VARIABLE	\$ 12,00	
							VIARIOS 8%	\$ 0,96	
							C. TOTAL	\$ 12,96	
							C. POR PAX	\$ 0,65	
							COSTO UNITARIO	\$ 1,16	
							P. VENTA	\$ 1,45	
							P.V.S	\$ 1,50	

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: BATIDO DE TOMATE							# PAX: 20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	TOMATE	2000	G	1000	G	\$ 3,50	\$ 7,00
	LECHE	2500	ML	1000	ML	\$ 2,00	\$ 5,00
	AZÚCAR	500	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,25
						C. VARIABLE	\$ 12,25
						VIARIOS 8%	\$ 0,98
						C. TOTAL	\$ 13,23
						C. POR PAX	\$ 0,66
						COSTO UNITARIO	\$ 1,18
						P. VENTA	\$ 1,47
						P.V.S	\$ 1,50

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: JUGO DE MORA							# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS	LUGAR SECCION
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	MORA	2000	G	1000	G	\$ 2,50	\$ 5,00	
	AGUA	2500	ML	1000	ML	\$ 1,00	\$ 2,50	
	AZÚCAR	500	G	1000	G	\$ 1,10	\$ 0,55	
						C. VARIABLE	\$ 8,05	
						VARIOS 8%	\$ 0,64	
						C. TOTAL	\$ 8,69	
						C. POR PAX	\$ 0,43	
						COSTO UNITARIO	\$ 0,77	
						P. VENTA	\$ 0,96	
						P.V.S	\$ 1,00	

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: JUGO DE GUAYABA						# PAX: 20		
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS LUGAR SECO		
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	GUAYABA	1500	G	1000	G	\$ 3,00	\$ 4,50	
	AGUA	2500	ML	1000	ML	\$ 1,00	\$ 2,50	
	AZÚCAR	500	G	1000	G	\$ 1,10	\$ 0,55	
							C. VARIABLE	\$ 7,55
							VARIOS 8%	\$ 0,60
							C. TOTAL	\$ 8,15
							C. POR PAX	\$ 0,41
							COSTO UNITARIO	\$ 0,73
							P. VENTA	\$ 0,92
							P.V.S	\$ 1,00

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: LIMONADA						# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	LIMÓN	3000	G	1000	G	\$ 2,00	\$ 6,00
	AGUA	2000	ML	1000	ML	\$ 1,00	\$ 2,00
	AZÚCAR	300	G	1000	G	\$ 0,40	\$ 0,12
						C. VARIABILE	\$ 8,12
						VARIOS 8%	\$ 0,65
						C. TOTAL	\$ 8,77
						C. POR PAX	\$ 0,44
						COSTO UNITARIO	\$ 0,79
						P. VENTA	\$ 0,98
						P.V.S	\$ 1,25

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: ZUMO DE NARANJA						# PAX: 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS LUGAR SECO	
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZADOR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	NARANJA	2500	G	1000	G	\$ 3,50	\$ 8,75
	AZÚCAR	400	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,40
						C. VARIABLE	\$ 9,15
						VARIOS 8%	\$ 0,73
						C. TOTAL	\$ 9,88
						C. POR PAX	\$ 0,49
						COSTO UNITARIO	\$ 0,88
						P. VENTA	\$ 1,09
						P.V.S	\$ 1,25

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: JUGO DE NARANJILLA						# PAX: 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADILLO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS LUGAR SECO	
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	NARANJILLA	2000	G	1000	G	\$ 3,00	\$ 6,00
	AGUA	3000	ML	1000	ML	\$ 1,00	\$ 3,00
	AZÚCAR	400	G	1000	G	\$ 0,40	\$ 0,16
						C. VARIABLE	\$ 9,16
						VARIOS 8%	\$ 0,73
						C. TOTAL	\$ 9,89
						C. POR PAX	\$ 0,49
						COSTO UNITARIO	\$ 0,88
						P. VENTA	\$ 1,09
						P.V.S	\$ 1,25

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: JUGO DE MARACUYÁ							# PAX: 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS LUGAR SECO	
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	MARACUYÁ	1500	G	1000	G	\$ 5,00	\$ 7,50	
	AGUA	2500	ML	1000	ML	\$ 1,50	\$ 3,75	
	AZÚCAR	500	G	1000	G	\$ 0,50	\$ 0,25	
							C. VARIAB LE	\$ 11,50
							VARIOS 8%	\$ 0,92
							C. TOTAL	\$ 12,42
							C. POR PAX	\$ 0,62
							COSTO UNITARIO	\$ 1,11
							P. VENTA	\$ 1,38
							P.V.S	\$ 1,40

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: SANDUCHE DE PERNIL							# PAX: 20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTR E	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	PERNIL	1000	G	1000	G	\$ 7,50	\$ 7,50
	MOSTAZA	200	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,20
	LIMÓN	100	ML	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,10
	PAN	20	U	20	U	\$ 3,50	\$ 3,50
	CEBOLLA	300	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,30
	TOMATE	300	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,30
	SAL	30	G	500	G	\$ 0,25	\$ 0,02
						C. VARIABLE	\$ 11,92
						VARIOS 8%	\$ 0,95
						C. TOTAL	\$ 12,87
						C. POR PAX	\$ 0,64
						COSTO UNITARIO	\$ 1,14
						P. VENTA	\$ 1,43
						P.V.S	\$ 1,50

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: SANDUCHE DE POLLO						# PA	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	PECHUGA DE POLLO	2000	G	1000	G	\$ 5,00	\$ 10,00
	PAN	20	U	1000	ML	\$ 3,50	\$ 0,07
	MAYONESA	300	G	1000	G	\$ 0,98	\$ 0,29
	CEBOLLA	250	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,25
	TOMATE	300	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,30
						C. VARIABLE	\$ 10,91
						VARIOS 8%	\$ 0,87
						C. TOTAL	\$ 11,79
						C. POR PAX	\$ 0,59
						COSTO UNITARIO	\$ 1,05
						P. VENTA	\$ 1,32
						P.V.S	\$ 1,40

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TOSTADA DE QUESO Y JAMÓN						# PAX:	20
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)	
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN	OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	
	PAN	400	G	1000	G	\$ 3,00	\$ 1,20
	MANTEQUILLA	150	G	1000	ML	\$ 1,00	\$ 0,15
	JAMÓN	500	G	1000	G	\$ 6,80	\$ 3,40
	QUESO	400	G	1000	G	\$ 2,50	\$ 1,00
						C. VARIABLE	\$ 5,75
						VARIOS 8%	\$ 0,46
						C. TOTAL	\$ 6,21
						C. POR PAX	\$ 0,31
						COSTO UNITARIO	\$ 0,55
						P. VENTA	\$ 0,69
						P.V.S	\$ 1,00

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TOSTADA DE QUESO							# PA X: 20	
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS LUGAR SECO	
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	QUESO	800	G	1000	G	\$ 3,00	\$ 2,40	
	PAN	450	G	1000	ML	\$ 3,00	\$ 1,35	
	MANTEQUILLA	150	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,15	
							C. VARIABLE	\$ 3,90
							VIARIOS 8%	\$ 0,31
							C. TOTAL	\$ 4,21
							C. POR PAX	\$ 0,21
							COSTO UNITARIO	\$ 0,38
							P. VENTA	\$ 0,47
							P.V.S	\$ 0,50

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: SANDUCHE DE PAVO							# PA 20	X:
TIPO DE MENÚ	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (ESPECIFICAR)		
CONSERVACIÓN		X	REFRIGERACIÓN		CONGELACIÓN		OTROS	LUGAR SECO
CÓDIGO	PRODUCTO	UTILIZAR		PROVEEDOR			COSTO TOTAL	
		CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO		
	PECHUGA DE PAVO	1000	G	1000	G	\$ 9,00	\$ 9,00	
	PAN BAGETTE	1200	G	1000	ML	\$ 2,00	\$ 2,40	
	CEBOLLA	300	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,30	
	LECHUGA	300	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,30	
	LIMÓN	50	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,05	
	SAL	30	G	1000	G	\$ 1,00	\$ 0,03	
						C. VARIABLE	\$ 12,08	
						VARIOS 8%	\$ 0,97	
						C. TOTAL	\$ 13,05	
						C. POR PAX	\$ 0,65	
						COSTO UNITARIO	\$ 1,16	
						P. VENTA	\$ 1,45	
						P.V.S	\$ 1,50	

Anexos 4 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES



CASA MARIA LUISA
EL MEJOR CAFÉ ARTESANAL

ÍNDICE

Introducción
Misión
Visión
Objetivo del manual
Ubicación
Políticas y estrategias
Valores axiológicos
Funciones del personal
Derechos y obligaciones
Recomendaciones generales

INTRODUCCIÓN

El presente manual se elaboró para el óptimo funcionamiento de la cafetería Casa María Luisa; donde se mostrara procesos, reglas que deberá cumplir cada uno de nuestros empleados en las distintas áreas que esta presenta brindando un servicio de calidad a los clientes.

Este presente manual te permitirá tener una amplia información para tu adaptación en el área de trabajo.

Misión

Casa María Luisa logra dar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del cliente. Donde puedan tener la experiencia de disfrutar un buen café y productos elaborados artesanalmente cumpliendo las necesidades de los clientes



5. Visión

Ser una de las cafeterías más importantes del país donde la reconozcan por la calidad de nuestros productos y el mejor trato a los clientes y lograr posicionarnos como uno de los mejores y extendernos a nivel internacional



Objetivo del manual

Incentivar a las personas que utilicen este manual y a su vez se instruyan para que puedan elaborar productos inocuos llevando de la mano las buenas prácticas de manufactura con el fin de llegar al cliente con un producto garantizado y seguro.

Ubicación

La Cafetería Casa María luisa está ubicada en la Primera Constituyente 19-27 y Velazco en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo

Políticas y estrategias

Servicio al cliente

- Meseros capacitados
- Empatía y buena disposición con el cliente
- Rapidez en la atención



Ambiente adecuado

- Normas de higiene y seguridad
- Buen trato a las personas que laboran en el establecimiento
- Una buena comunicación entre el cliente y el mesero

Personal calificado

- Recepción de empleados con experiencia en el ámbito gastronómico
- Capacitaciones mensuales al personal
- Proporcionarles herramientas que le ayuden a mejorar su trabajo

Valores axiológicos y de Trabajo

Axiológicos

Honestidad

En la cafetería el personal deberá mostrar honestidad en cualquier tipo de área

Pasión

El personal debe poner toda su disposición al momento de laborar

Compromiso

Estamos totalmente comprometidos con nuestro personal

Identidad

Nuestra empresa tiene identidad propia y originalidad

Respeto

El respeto entre compañeros y con los clientes

Paciencia

En el área de producción y servicio

De trabajo

Fidelidad

Con las empresa y el personal que labora en la cafetería

Trabajo en equipo

Compromiso, liderazgo, empatía, paciencia, comprensión,



Funciones del personal

ÁREA ADMINISTRATIVA

CARGO: GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

OBJETIVO PRINCIPAL: Planifica dirige coordina todo referente alimentos y bebidas

REQUISITOS GENERALES: Estudios Universitarios a fines a la administración y gastronomía, instrucción, baja, media en idiomas ingles

FUNCIONES QUE DESEMPEÑA:

- Planear, administrar y coordinar las actividades de A&B, definiendo directrices y rutinas

de trabajo.

- Dirigir, distribuir y priorizar tareas y resolver problemas operativos pertinentes.
- Controlar las reservas y la disposición de las mesas de acuerdo con las órdenes de servicio.
- Promocionar la venta de productos de acuerdo al perfil de cada cliente.
- Participar en la elaboración de los menús de alimentos y bebidas.
- Atender a los clientes escuchando sugerencias, críticas, reclamaciones y proveer la solución adecuada.
- Coordinar el servicio de alimentos y bebidas en eventos.
- Mantener el o mejorar el nivel de costos de alimentos y bebidas establecido.
- Coordinar y monitorear el nivel de servicio, garantizando la satisfacción de los clientes
- Supervisar la calidad de compras del equipo y materia prima del stock de alimentos, bebidas y suministros.
- Planear y organizar las funciones operativas de cada centro de consumo.
- Integrar y entrenar al equipo de alimentos y bebidas.
- Planear, organizar y dirigir servicios de banquetes.
- Coordinar el equipo bajo su responsabilidad, seleccionando, entrenando, evaluando el desempeño y estimulando el nivel de motivación de los colaboradores.
- Elaborar turnos de trabajo y disfrute de vacaciones, dimensionar los equipos, así como también definir patrones de tiempo y calidad del servicio.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

CARGO: CHEF EJECUTIVO

OBJETIVO PRINCIPAL: Orientar a sus compañeros de trabajo a realizar un excelente trabajo

REQUISITOS GENERALES: Licenciado en Gestión Gastronómica o similar. Estudios superiores

FUNCIONES:

- La organización general de la cocina
- Elabora y componer los menús
- Hacer los pedidos de materia prima
- ser responsables por la utilidad de la cocina
- Contratar personal
- Capacitar a su personal
- Supervisar la cocina a la hora del servicio
- Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos
Y en muchos casos ser responsable, en parte o completamente por el almacén, sala de lavado

CARGO: AYUDANTE DE COCINA

OBJETIVO PRINCIPAL: Colaboran con el chef o cocineros en la preparación de los alimentos

REQUISITOS GENERALES: **Capacitación** en el manejo de alimentos, técnicas y métodos culinarios. Estudios superiores

FUNCIONES:

- Ayudar a los cocineros a preparar los alimentos (p.ej., limpiar y pelar frutas y verduras, cortar pan y carne).
- Medir y mezclar ingredientes, utilizando básculas y jarras medidoras.
- Preparar platos para servir.
- Preparar comida simple como salsas, aliños, sándwiches, sopas, postres, etc.
- Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos.
- Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje.
- Mantener limpia la zona de trabajo (p.ej., limpiando las superficies de trabajo, los utensilios, los armarios y el equipo de cocina).
- Mantener limpia la cocina (p.ej., barriendo y fregando suelos y sacando la basura. Escurrir y lavar los platos y colocarlos en el sitio adecuado en armarios, cajones

ÁREA DE SERVICIO

CARGO: MESERO

OBJETIVO PRINCIPAL: Conocer la carta, colocación de mantelería, recoger cristalería, lámparas ceniceros, acomodar sillas, recoger basura, colaboración con el aseo

REQUISITOS GENERALES: **Estudios** superiores, conocimiento en restauración y Bar

FUNCIONES:

- Servicio al cliente
- Conocimiento del menú
- Recomendaciones
- Recibir órdenes de sus superiores
- Tomar las comanda

CARGO: CAJERO

OBJETIVO PRINCIPAL: Conocer preparación de informes de balances de caja. Buen conocimiento de manejo de cajas registradoras

REQUISITOS GENERALES: Estudios superiores conocimiento en contabilidad

FUNCIONES:

- Recibe diariamente el fondo de cambio del personal de seguridad de Cafetería enviada por el supervisor de cafetería.
- Recibe diariamente dinero producto de la venta de alimentos y otros servicios brindados en la Cafetería.
- Brinda diariamente información al público sobre precios de los alimentos y otros.
- Recibe boletas de créditos de comidas de funcionarios de las Cafeterías, de protección y de estudiantes.
- Realiza diariamente cierre de caja de las ventas de alimentos realizadas en su turno.
- Prepara diariamente informe de balance de caja.
- Mantiene limpia su área de trabajo

DERECHOS Y OBLIGACIONES

Jornada de trabajo

El horario de trabajo debe respetarse los horarios estipulados los cuales serán: lunes a sábado de 8:00am a 21:00pm el personal tendrán un tiempo para consumir sus alimentos cumplir correctamente los horarios para que no exista ningún inconveniente.

Retraso

En caso de existir un retraso a la hora destinada el personal deberá presentarse a su supervisor con su respectivo justificativo. El tiempo de espera de llegada es de 15min a la hora estipulada.

Permisos

En el caso de que un empleado necesite retirarse antes de su hora de salida; o entrada habitual de ingreso por motivos distintos sea enfermedad o calamidad

Debe presentarse a su supervisor con tiempo

Si el jefe autoriza el permiso, deberá realizar el formato de permiso y hacerlo firmar por su supervisor inmediato (antes de retirarse o el día anterior a su llegada tarde).

Recomendaciones generales

La vestimenta del personal debe ser cómoda y desahogada a su área en caso de ser del área de producción el personal deberá utilizar una camisa blanca y pantalón mil cuadros con sus respectivas protecciones. Para el área de servicio el personal debe estar impecable con un pantalón de su elección y una camiseta blanca y zapatos negros o de acuerdo a la elección del establecimiento pero deberá respetar el uniforme o atuendo expuesto para cada personal.

