



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA
CAFETERÍA ESTILO CLÁSICO, EN LA CIUDAD DE
LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, 2018”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo emprendimientos

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTORA: MYRIAM JACQUELINE GUANOLUISA GUAMUSHIG

TUTOR: ING. DANILO FERNANDEZ

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

©2018, Myriam Jacqueline Guanoluisa Guamushig

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CERTIFICACIÓN:

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El **Trabajo de Titulación modalidad Emprendimientos**, titulado “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA CAFETERÍA ESTILO CLÁSICO, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, 2018”, de responsabilidad de la Srta. Myriam Jacqueline Guanoluisa Guamushig ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación.

Tribunal:

Ing. Danilo Fernández
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

FIRMA

Lcdo. Carlos Cevallos
**MIEMBRO DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

FIRMA

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo
DOCUMENTALISTA

FIRMA

Yo Myriam Jacqueline Guanoluisa Guamushig con cédula de identidad 050445118-8 soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este proyecto de titulación perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Myriam Jacqueline Guanoluisa Guamushig

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme un día más de vida, por guiarme, brindarme salud y fortaleza, permitiendo culminar un objetivo más en mi vida, también agradezco a mi padre por el apoyo incondicional, por ser mi ejemplo de perseverancia, de lucha, por su actitud optimista ante las adversidades; a mi madre por ser mi amiga, consejera, luchadora, por ser aquella persona inculcadora de valores y principios que me permitieron ser la mujer que actualmente soy; a mis hermanas y hermanos que estuvieron en mis buenos y malos momentos alentándome, brindándome ánimos para seguir y no decaer.

Agradezco aquella persona que estuvo desde el inicio de mi carrera, apoyándome moralmente, depositando su confianza en mí, me brindó sus consejos, compañía y fortaleza. Por último, quiero agradecer a mi querida institución, lugar en donde adquirí el conocimiento para mi futura profesión, sobre todo la considero un segundo hogar porque conocí a excelentes docentes, amigas, amigas con las que compartí hermosos momentos.

Myriam Jacqueline

DEDICATORIA

Dedico la culminación de este proyecto a mis padres por ser el pilar fundamental que me permitió concretar un objetivo más en la vida, por haberme enseñado a luchar por mis sueños, aprovechar las oportunidades que se me presenten, por brindarme su cariño y apoyo, a mis hermanas que siempre creyeron en mí, me apoyaron moralmente con sus consejos, también aquella persona que siempre estuvo alentándome, depositando su confianza, cariño, a mis amigas con quienes compartí un largo trayecto estudiantil entre risas, enojos, pero siempre apoyándonos entre nosotras.

Myriam Jacqueline

RESUMEN

El presente trabajo de titulación propuso el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería “RETROCOFFEE” estilo clásico, que se enfoca en potencializar el consumo de café arábigo lojano, en la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi. Los tipos de estudios empleados en el proyecto son los siguientes: estudio de mercado, en el que se aplicó las encuestas a la población económicamente activa de la ciudad de manera aleatoria estableciendo la existencia de una demanda insatisfecha, además que se realizó el análisis del mix de mercado; con el estudio técnico se determinó la localización comercial del establecimiento, el tamaño del local, la capacidad de producción diaria será de 132 productos entre bebidas frías-calientes, aperitivos y postres, todos los productos con su respectiva receta estándar; en el estudio administrativo legal se estableció las funciones para cada área, se analizó los requisitos y reglamentos legales amparada en la ley del artesano para la creación de establecimiento; en el estudio ambiental se consideró la utilización de la matriz para mitigar el posible impacto ambiental que se generaría con la implementación del local; en el estudio financiero se considera los presupuestos y evaluaciones necesarias para la realización del emprendimiento, en esta etapa se determinó el total de la inversión que es de \$ 24.975,37. Conforme a la evaluación económica se obtuvieron los siguientes resultados: un VAN positivo de 14.723,32, mientras que un TIR de 28,84%, la relación beneficio costo es de \$1,76, el periodo de recuperación del total de la inversión es de 2 años, 9 meses y 7 días. Con los resultados obtenidos se concluye que el presente proyecto es totalmente viable para su creación. La importancia del trabajo radica en incentivar el consumo de café arábigo en la ciudad, como parte de la cultura gastronómica de nuestro país.

Palabras clave: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <ESTILO CLÁSICO>, <CAFÉ ARÁBIGO>, <CULTURA GASTRONÓMICA>, <CAFETERÍA RETRO>, <LATACUNGA (CANTÓN)>.

SUMMARY

The present certification work proposed the development of a feasibility study for the creation of a cafeteria “RETROCOFFEE” classic style, that focuses on potentiate the consumption of Arabica coffee Loja, in the Latacunga city, Cotopaxi Province. The types of studies used in the project are the following: market study where the surveys were applied to the economically active population of the city in a random manner establishing the existence of an unsatisfied demand, besides that was made the analysis of the market mix; with the technical study was determined the commercial location of the settlement, the size of the local, the daily production capacity will be 132 products between hot and cold drinks, appetizers y dessert, all products with their respective standard recipe; in the legal administrative study the functions were established for each area, the legal requirements and regulations were analysed covered by the law of the artisan for the creation of establishment; in the environmental study the use of the matrix was considered to mitigate the possible environmental impact that would be generated with the implementation of the local; the financial study considers the budgets and evaluations necessary for the realization of the enterprise, at this stage it was determined the investment that is of \$ 24.975,37. According to the economic evaluation the following results were obtained: A positive vat of \$ 14.723,32, while an IRR (Internal Rate of Return) \$ 28.84%, the cost benefit ratio is \$ 1.76, and the recovery period of the total investment is 2 years, 9 months and 7 days. It was concluded that the present project is totally viable for its creation. The importance of the work is to encourage the consumption of Arabica coffee in the city, as part of the gastronomic culture of our country.

KEY WORDS: < MEDICAL SCIENCE AND TECHNOLOGIES>, < GASTRONOMY>, < FEASIBILITY STUDY>, < CLASSIC STYLE>, < ARABICA COFFEE>, < GOURMET CULTURE>, < RETRO CAFÉ >, < LATACUNGA CANTON>

TABLA DE CONTENIDO

RESUMENvi
SUMARY vii
CAPÍTULO I	
1. ASPECTOS GENERALES 1
1.1. Tema 1
1.2. Planteamiento del problema 1
1.3. Justificación 2
1.4. Objetivos 3
<i>1.4.1. Objetivo general</i> 3
<i>1.4.2. Objetivos específicos</i> 3
CAPÍTULO II	
2. BASES TEÓRICAS 4
2.1. Mapa conceptual del hilo conductor del marco teórico 4
2.2. Marco teórico 7
<i>2.2.1. Cafetería</i> 7
<i>2.2.1.1. Definición legal</i> 7
<i>2.2.1.2. Historia de la cafetería</i> 7
<i>2.2.1.3. Cafetería en América y Europa</i> 8
<i>2.2.1.4. Cafetería en la actualidad</i> 9
<i>2.2.1.5. Clasificación</i> 9
<i>2.2.1.6. Estilo clásico</i> 10
<i>2.2.1.7. Maquinaria</i> 11
<i>2.2.2. Café</i> 12
<i>2.2.2.1. Historia del café</i> 12
<i>2.2.2.2. Variedades de café</i> 14
<i>2.2.2.3. Especie Coffea Arabica</i> 15
<i>2.2.2.4. Café lojano</i> 17
<i>2.2.2.5. Tueste de café</i> 19
<i>2.2.2.6. Método de preparación</i> 20
<i>2.2.2.7. Proceso de catación</i> 20

2.2.2.8.	<i>Barista</i>	21
2.2.3.	<i>Fases del proyecto</i>	22
2.2.3.1.	<i>Estudio de factibilidad</i>	22
2.2.3.2.	<i>Estudio de mercado</i>	22
2.2.3.3.	<i>Estudio técnico</i>	23
2.2.3.4.	<i>Estudio administrativo</i>	23
2.2.3.5.	<i>Estudio legal</i>	24
2.2.3.6.	<i>Estudio ambiental</i>	24
2.2.3.7.	<i>Estudio económico- financiero</i>	25
2.3.	Marco conceptual	27

CAPÍTULO III

3.	METODOLOGÍA	29
3.1.	Tipo y diseño de la investigación	29
3.1.1.	<i>Investigación no experimental</i>	29
3.1.2.	<i>Investigación descriptiva</i>	29
3.1.3.	<i>Método inductivo</i>	29
3.2.	Técnicas de recolección de datos	30
3.2.1.	<i>Técnica cuantitativa</i>	30
3.3.	Fuentes de investigación	30
3.3.1.	<i>Fuentes primarias</i>	30
3.3.1.1.	<i>Encuesta</i>	30
3.3.1.2.	<i>Tipo de encuesta</i>	31
3.3.1.3.	<i>Tipo de pregunta</i>	31
3.3.2.	<i>Fuentes secundarias</i>	31
3.4.	Segmento de mercado	31
3.5.	Universo	32
3.6.	Muestra	33
3.6.1.	<i>Muestreo probabilístico</i>	34
3.6.1.1.	<i>Aleatorio estratificado uniforme</i>	34
3.7.	Tabulación y análisis de resultados	35

CAPÍTULO IV

4.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	46
4.1	Identificación de la Idea	47

4.1.1	<i>Lluvia de ideas</i>	47
4.1.1.1	<i>Selección y evaluación de la idea</i>	49
4.1.1.2	<i>Descripción de la idea seleccionada</i>	50
4.1.2	<i>Justificación</i>	50
4.1.3	<i>Nombre del emprendimiento</i>	50
4.1.4	<i>Naturaleza de emprendimiento</i>	51
4.1.5	<i>Descripción del emprendimiento</i>	52
4.1.5.1	<i>Misión</i>	52
4.1.5.2	<i>Visión</i>	52
4.1.5.3	<i>Políticas y estrategias</i>	53
4.1.5.4	<i>Valores y principios</i>	53
4.1.5.5	<i>Distingos y ventajas competitivas</i>	54
4.1.6.	<i>Aplicación del FODA</i>	54
4.2	<i>Estudio de Mercado</i>	55
4.2.1.	<i>Demanda proyectada</i>	56
4.2.2.	<i>Oferta</i>	57
4.2.3.	<i>Demanda insatisfecha</i>	58
4.2.4.	<i>Mix de mercado</i>	59
4.2.4.1.	<i>Producto</i>	59
4.2.4.2.	<i>Precio</i>	62
4.2.4.3.	<i>Plaza o distribución</i>	62
4.2.4.4.	<i>Promoción</i>	63
4.2.5.	<i>Competencia</i>	63
4.2.6.	<i>Análisis del sector</i>	64
4.2.7.	<i>Cargos y funciones del área comercial</i>	64
4.2.8.	<i>Determinación de inversiones</i>	67
4.3.	<i>Estudio Técnico</i>	68
4.3.1.	<i>Determinación del tamaño</i>	68
4.3.2.	<i>Capacidad del emprendimiento</i>	69
4.3.3.	<i>Localización</i>	70
4.3.4.	<i>Proceso de producción</i>	71
4.3.4.1.	<i>.Diagrama de flujo</i>	72
4.3.4.2.	<i>Receta estándar</i>	86
4.3.5.	<i>Requerimiento humano</i>	87
4.3.6.	<i>Diseño de la planta</i>	91
4.3.7.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	92

4.3.7.1.	<i>Materia prima</i>	94
4.3.7.2.	<i>Mano de obra directa</i>	95
4.3.7.3.	<i>Costos Indirectos de fabricación</i>	96
4.3.8.	<i>Determinación de activos fijos para producción</i>	97
4.3.9.	<i>Programa pre operativo</i>	97
4.4.	Estudio Administrativo, Legal y Ambiental	97
4.4.1.	<i>Áreas y funciones</i>	98
4.4.2.	<i>Organización</i>	99
4.4.2.1.	<i>Organigrama Estructural</i>	99
4.4.2.2.	<i>Organigrama Funcional</i>	101
4.4.2.3.	<i>Proceso de Selección y contratación del talento humano</i>	102
4.4.2.4.	<i>Manual de funciones</i>	104
4.4.3.	<i>Marco Legal</i>	104
4.4.4.	<i>Permisos requeridos para su funcionamiento</i>	106
4.4.5.	<i>Mitigar el impacto ambiental</i>	106
4.4.5.1.	<i>Acciones remediales</i>	107
4.5.	Estudio Financiero	109
4.5.1.	<i>Análisis de la inversión</i>	109
4.5.1.1.	<i>Fuentes y usos</i>	110
4.5.2.	<i>Presupuestos</i>	111
4.5.2.1.	<i>Presupuestos de costos de producción</i>	111
4.5.2.2.	<i>Presupuesto de gastos de administración</i>	112
4.5.2.3.	<i>Presupuesto de gastos de ventas</i>	112
4.5.2.4.	<i>Presupuesto de gastos financieros</i>	113
4.5.3.	<i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i>	113
4.5.4.	<i>Estado de Situación Financiera</i>	114
4.5.5.	<i>Estado de Flujo del Efectivo</i>	115
4.5.6.	<i>Evaluación Financiera</i>	116
4.5.7.	<i>Evaluación Social</i>	121
4.5.8.	<i>Evaluación Ambiental</i>	121
	CONCLUSIONES	122
	RECOMENDACIONES	123
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Características de café arábigo.....	15
Tabla 2-2: Temperatura de clima	18
Tabla 1-3: Segmento de mercado	32
Tabla 2-3: Estratificación de mercado.....	34
Tabla 3-3: Frecuencia de consumo.....	35
Tabla 4-3: Preferencia de productos.....	36
Tabla 5-3: Disponibilidad de dinero para el producto estrella	37
Tabla 6-3: Preferencia de tipo bebidas	38
Tabla 7-3: Aspectos importantes al consumir	39
Tabla 8-3: Servicio de domicilio	40
Tabla 9-3: Medios de comunicación para promocionar	41
Tabla 10-3: Horario de atención.....	42
Tabla 11-3: Tipo de promociones	43
Tabla 12-3: Visitado establecimientos de cafetería	44
Tabla 13-3: Estaría dispuesto a consumir en una cafetería que utilice el café lojano	45
Tabla 1-4: Lluvia de ideas.....	47
Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea.....	49
Tabla 3-4: Valores de evaluación de la idea	49
Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento	50
Tabla 5-4: Valores de evaluación de la idea	51
Tabla 6-4: Políticas y estrategias.....	53
Tabla 7-4: Análisis FODA	54
Tabla 8-4: Fórmula de interés complejo.....	55
Tabla 9-4: Crecimiento poblacional	55
Tabla 10-4: Demanda proyectada.....	56
Tabla 11-4: Oferta proyectada.....	57
Tabla 12-4: Demanda insatisfecha	58
Tabla 13-4: Competencia	63
Tabla 14-4: Profesiograma profesional servicio.....	65
Tabla 15-4: Inversiones del área comercial	67
Tabla 16-4: Gastos de publicidad.....	67
Tabla 17-4: Determinación del tamaño	68
Tabla 18-4: Capacidad del emprendimiento.....	69
Tabla 19-4: Figuras del diagrama de flujo.....	72
Tabla 20-4: Formato de receta estándar.....	86
Tabla 21-4: Ficha profesiográfica de producción.....	87
Tabla 22-4: Ficha profesiográfica de cocinero	89
Tabla 23-4: Servicios básicos.....	92
Tabla 24-4: Combustible.....	92
Tabla 25-4: Mantenimiento.....	93
Tabla 26-4: Depreciación.....	94
Tabla 27-4: Materia prima	94
Tabla 28-4: Sueldo administrativo	95

Tabla 29-4: Sueldo producción	96
Tabla 30-4: Sueldo ventas	96
Tabla 31-4: CIF.....	96
Tabla 32-4: Activos fijos.....	97
Tabla 33-4: Programa pre-operativo	97
Tabla 34-4: Área administrativa.....	98
Tabla 35-4: Área de producción.....	98
Tabla 36-4: Área de ventas	99
Tabla 37-4: Reclutamiento de personal	102
Tabla 38-4: Ley del artesano	105
Tabla 39-4: Gastos de organización	106
Tabla 40-4: Acciones remediales	107
Tabla 41-4: Inversiones del proyecto	109
Tabla 42-4: Fuetes y usos.....	110
Tabla 43-4: Presupuesto de costos de producción	111
Tabla 44-4: Presupuesto de costos de administración	112
Tabla 45-4: Presupuesto de costos de ventas.....	112
Tabla 46-4: Presupuesto de costos financieros	113
Tabla 47-4: Estado de resultados.....	113
Tabla 48-4: Estado de situación financiera.....	114
Tabla 49-4: Estado de flujo del efectivo.....	115
Tabla 50-4: Evaluación económica	116
Tabla 51-4: Flujo neto del efectivo	116
Tabla 52-4: Valor actual neto (VAN).....	117
Tabla 53-4: Tasa interna de retorno (TIR).....	117
Tabla 54-4: Periodo de recuperación.....	118
Tabla 55-4: Punto de equilibrio.....	119
Tabla 56-4: Tabla del punto de equilibrio	119
Tabla 57-4: Relación beneficio costo	120
Tabla 58-4: Evaluación social	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Mapa del Ecuador cafetero	15
Figura 1-4: Logotipo.....	61
Figura 2-4: Imagen corporativa.....	62
Figura 3-4: Macro localización	70
Figura 4-4: Micro Localización	71
Figura 5-4: Diseño de planta.....	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3: Frecuencia de consumo.....	35
Gráfico 2-3: Preferencia de productos.....	36
Gráfico 3-3: Disponibilidad de dinero para el consumo	37
Gráfico 4-3: Preferencia de tipo de bebidas	38
Gráfico 5-3: Aspectos importantes al consumir	39
Gráfico 6-3: Servicio a domicilio	40
Gráfico 7-3: Medios de comunicación para promocionar	41
Gráfico 8-3: Horario de atención.....	42
Gráfico 9-3: Tipo de promociones	43
Gráfico 10-3: Visitado establecimientos de cafetería	44
Gráfico 11-3: Estaría dispuesto a consumir en una cafetería que utilice el café lojano	45
Gráfico 1-4: Crecimiento poblacional	56
Gráfico 2-4: Demanda proyectada.....	57
Gráfico 3-4: Oferta proyectada	58
Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha	59
Gráfico 5-4: Diagrama de flujo de café expreso.....	73
Gráfico 6-4: Flujograma de café bombón.....	74
Gráfico 7-4: Flujograma de capuccino tradicional	75
Gráfico 8-4: Flujograma de capuccino de almendras/vainilla	76
Gráfico 9-4: Flujograma de mocaccino	77
Gráfico 10-4: Flujograma de café americano	78
Gráfico 11-4: Flujograma de café latte /cortado.....	79
Gráfico 12-4: Flujograma de café naranja.....	80
Gráfico 13-4: Flujograma de café vienes	81
Gráfico 14-4: Flujograma de café granizado	82
Gráfico 15-4: Flujograma de frapuccino	83
Gráfico 16-4: Flujograma de cremoso frio	84
Gráfico 17-4: Flujograma de café ahogado	85
Gráfico 18-4: Organigrama estructural	100
Gráfico 19-4: Organigrama funcional	101
Gráfico 20-4: Punto de equilibrio.....	120

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo A** Encuesta
- Anexo B** Receta estándar del café bombón.
- Anexo C** Receta estándar del cappuccino.
- Anexo D** Receta estándar del mocaccino.
- Anexo E** Receta estándar del café americano.
- Anexo F** Receta estándar del café cortado.
- Anexo G** Receta estándar del café latte.
- Anexo H** Receta estándar del café de naranja.
- Anexo I** Receta estándar del café vienés.
- Anexo J** Receta estándar del café granizado.
- Anexo K** Receta estándar del frapuccino
- Anexo L** Receta estándar del cremoso frío
- Anexo M** Receta estándar del café ahogado.
- Anexo N** Receta estándar del frapé de capuccino.
- Anexo O** Receta estándar de humitas.
- Anexo P** Receta estándar de bolón.
- Anexo Q** Receta estándar de empanadas.
- Anexo R** Receta estándar de tostadas de queso y jamón.
- Anexo S** Receta estándar del sándwich simple.
- Anexo T** Receta estándar del sándwich retro.
- Anexo U** Receta estándar de torta mojada de chocolate.
- Anexo V** Receta estándar de mousse de café.
- Anexo W** Receta estándar del tiramisú.
- Anexo X** Carta.
- Anexo Y** Manual de funciones.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Tema

Propuesta de factibilidad para la creación de la cafetería estilo clásico, en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, 2018.

1.2. Planteamiento del problema

Todas las personas con frecuencia acuden a establecimientos de cafeterías, con el fin de consumir una bebida caliente o fría acompañada de un aperitivo, postre o algún tipo de comida en especial que ofrezca el lugar, el problema surge a raíz de que no todos estos establecimientos cumplen con las expectativas que el cliente desea al momento de visitar el lugar, ya sea esto por el tipo de servicio, el tiempo de esperar, variedad en las preparaciones o el ambiente del establecimiento.

Gran parte de las cafeterías que se encuentra en la ciudad de Latacunga, no cubren con las necesidades existentes en el mercado, de los pocos establecimientos no todos posee un estilo el cual los identifique, varias de las personas poseen un apego por el estilo clásico, ya sea esto por el tipo de decoración, los colores, así como también por los elementos decorativos, el tipo de música en otras.

Esto se considera un problema debido a que la ciudadanía no dispone de un lugar con este tipo de características, en el que se pueda pasar un momento a gusto, que ya en la actualidad las personas no solo buscan establecimientos que ofrezcan productos de calidad sino también un lugar en el cual puedan pasar un momento agradable con familia, amigos, personas de trabajo y a la vez disfrutando de un café ecuatoriano capaz de otorgarle el aroma y sabor frutal, fino y delicado como es el café arábigo lojano.

El uso del café lojano por parte de la sociedad es escaso, ya sea por el desconocimiento del lugar en el que pueden adquirir, la forma de preparación o el costo. No todas las personas poseen un conocimiento sobre la ventaja que constituye el consumir este tipo de café a comparación de los otros. La mayoría de los establecimientos de cafetería optan por el empleo de máquinas automáticas de café, con el fin de ahorrar tiempo y dinero, a la vez utilizan un café ya instantáneo, que no es capaz de brindar el aroma y sabor propio de un buen café, es decir varias de las cafeterías pasan por desaparecido la calidad de producto que deberían brindar.

1.3. Justificación

Actualmente los establecimientos de cafeterías además de concentrar su importancia en el producto, se enfocan también en brindar su servicio en un ambiente acogedor y agradable para cliente, a pesar del tiempo transcurrido el estilo clásico sigue siendo uno de los preferidos al momento de diseñar el establecimiento, debido a que proyectan elegancia, confort, esto gracias a la combinación de adornos decorativos, distintos colores, iluminación y mobiliario de la época.

La presente propuesta de factibilidad tiene por objetivo crear una cafetería de estilo clásico en la ciudad de Latacunga, que aporte al desarrollo socio económico de la localidad, mediante la generación de fuentes de trabajo, a la vez implantar un espacio nuevo, diferente capaz de brindar comodidad, relajación donde el cliente pueda compartir un momento ameno en compañía de amigos, familiares o compañeros de trabajo, con un servicio rápido, respetuoso y cordial hacia la clientela.

El fin del proyecto consiste en potencializar el consumo del café arábigo lojano que para la mayoría de las personas es desconocido, el Ecuador al ser un país exportador de café de alta calidad no posee una cultura de consumo, y por ende se le hace difícil describir al producto por la que se lo conoce a nivel mundial, el establecimiento ofrecerá una variedad de preparaciones donde la persona pueda disfrutar de una bebida en la cual se aprecie el aroma delicado y sabor frutal del café.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Elaborar la propuesta de factibilidad para la creación de la cafetería estilo clásico, en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar el mercado potencial, las preferencias y necesidades insatisfechas de los clientes mediante la aplicación del estudio de mercado, con relación al consumo en establecimientos de cafeterías en la ciudad de Latacunga.
- Diseñar una carta de bebidas frías-calientes utilizando como materia prima el café arábigo lojano.
- Establecer la factibilidad de proyecto mediante la aplicación de los estudios: técnico, administrativo, legal, ambiental y económico financiero.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1. Mapa conceptual del hilo conductor del marco teórico



Café	Historia	Origen Reseña Café en Europa Café en América Café en Ecuador
	Variedad	Coffea arabica Coffea canephora
	Especie Coffea Arabica	Origen Fisiología Características organolépticas Envejecimiento
	Café lojano	Antecedentes Sector Cariamanga Variedad typica
	Tueste de café	Claro Medio Oscuro
	Método de preparación	Temperatura Cantidades Grosor de molido
	Proceso de catación	Características Sentidos sensoriales
	Barista	Definición Características

Fases del proyecto	Estudio de factibilidad	Definición Etapa pre-operativa Etapa operativa
	Estudio de mercado	Oferta Demanda Mix de mercado
	Estudio técnico	Inversión operativa Proceso de producción Volumen de producción Maquinaria
	Estudio administrativo	Descripción planta Departamentalización Función de cargos
	Estudio legal	Importancia Ventajas Desventajas Requisitos
	Estudio ambiental	Importancia Medidas preventivas
	Estudio económico financiero	Inversiones Costos Gastos Análisis financiero Evaluación de resultados

2.2. Marco teórico

2.2.1. Cafetería

2.2.1.1. Definición legal

Los establecimientos de cafeterías forman parte de la categoría de establecimientos turísticos (conocidas también como locales que ofertan servicios turísticos de restauración) conjuntamente con bares y restaurantes, incluyen dentro de su actividad el brindar servicios de alimentación y bebida, ya sea esto en los locales propio o áreas ajenas pertenecientes al mismo establecimiento, abierto o no del público en general; para el correspondiente funcionamiento deberá cumplir con los requisitos de infraestructura, equipamiento, marco legal, servicio , entre otras (Galán & Setién, 2011, p. 333).

En las normativas de Castilla y León en el año del 2016, conceptualiza a las cafeterías como aquellos lugares que se dedican al servicio ininterrumpido de bebidas frías – calientes, puede estar acompañadas o no de comida (ya sea comida rápida, sencilla, tradicional, entre otras), consumida dentro del establecimiento o fuera de la misma, el local dispondrá de una barra, mesa o mostrador en el caso de que lo clientes requieran realizar su consumo dentro del establecimiento. Dependiendo del tipo de categorización del establecimiento, este dispondrá de una buena infraestructura, permisos legales, el tipo de servicio (Ballesteros & Guerrero, 2011, p. 343).

2.2.1.2. Historia de la cafetería

El origen del establecimiento de cafetería posee una larga historia casi igual que la misma bebida, comienza en la Meca en los siglos XV y XVI donde los cafés eran lugares generalmente visitados por aquellas personas consideradas cultas, la idea surge debido a que en tiempos pasados ésta bebida era destinada únicamente para los hombres religiosos (derviches), ayudándolos a permanecer de pie durante su vigilia, en esta época varias de las personas pensaban que el consumo de café era un perjuicio que iba en contra de la religión, a partir de estos acontecimiento varias de las autoridades religiosas para el año de 1510 prohibieron su consumo, pero a pesar de ello las cafeterías recién comenzaron a expandirse a varias partes de mundo (Capdevilla, 2012).

A partir de los acontecimientos anteriormente surgidos, la mística frontera existente entre oriente y occidente, Estambul poco tiempo después invento su propia modalidad de cafetería, según datos históricos en el año de 1645 un fraile que se encontraba visitando Turquía, manifestó que los “xiosk” o también conocidos como quioscos, eran lugares donde acudían los turcos a fumar tabaco y a beber una taza de café, ellos lo consideraban uno de los mejores placeres después de un día

agotador de trabajo. Para inicios del siglo XVII en occidente comenzó la creación de más locales dedicando a la venta del café, de poco a poco fueron visitados por varios grupos de personas que iban desde artistas, profesionales, políticos e intelectuales, quienes eran los principales responsables de difundir su consumo (Capdevilla, 2012).

Con la mala relación existente entre el imperio Turco y Austriaco el café fue llevado a Viena, la historia comienza con la intervención de un panadero que tras escuchar la invasión del batallón Turco en el año de 1638 al imperio de Austria, acude al Duque de Lorena para informar la invasión al lugar, y es así que fue en ayuda del rey de Austria logrando un triunfo arrasador, como parte de su recompensa, dicho panadero pido quedarse con todo el café que llevaban consigo los invasores, con ello logro la apertura del primer establecimiento de cafetería, pero lastimosamente no tuvo tanta acogida, debido a que el poso del fondo no era del agrado de los vieneses, existe datos históricos que fue el primer lugar donde se dio origen al café filtrado si poso. Por otra parte, para el año de 1652 fue un griego quien ayudó a la apertura de más locales en Europa y Londres y después de poco tiempo la competencia comenzó a surgir en Cornhill i New Palace Yard (Madrid, 2012, pp. 13-14).

Para el año de 1693 la capital inglesa ya poseía un total de 300 establecimientos donde se acostumbraba acudir para entablar conversaciones políticas, sociales, de cierta forma hasta familiares, pero no fue ahí donde el café llegaría a imponerse, debido que los anglosajones poseían mayor afición al té. Por su parte en Francia gracias a las fiestas que se desarrollaba en el lugar se dio a conocer el consumo de café, a partir de esto para el año de 1672 París abre su primer café público, el cual tuvo una exitosa acogida por parte de la ciudadanía, a pesar de la apertura de varios establecimientos la nobleza generalmente no visitaba estos lugares por considerarlos de baja categoría no apto para ellos, aparte los cafés públicos de París tenía una alta competencia de los vendedores ambulantes que ofrecían sus productos por precios totalmente bajos en comparación a los precios de las cafeterías, el café público más representativo de Paris fue Prokop que era visitados desde políticos como Voltaire, Diderot hasta aquellos que fueron llamados revolucionarios (Madrid, 2012, p. 1).

2.2.1.3. Cafetería en América y Europa

En 1776 se instala el Café Dragón Verde de Boston, en este establecimiento se realizó la famosa Declaración de Independencia de los Estados Unidos de Norteamérica con la intervención de prestigiosos personajes como lo fue Franklin, Adams y Jefferson. La ciudad de Viena era conocida por sus cafés, incluso existe ciertos antecedentes en el que se manifiesta que el Café Central fue el lugar donde exilio de Trotsky. Con el pasar del tiempo en España específicamente en Madrid abrió sus puertas el Café Pombo, posteriormente El Café Gijón, lugares que era visitado

por literarios, políticos, comerciantes, cabe destacar que la cultura de consumir café se ha extendido por varias partes del mundo (Capdevilla, 2012).

2.2.1.4. Cafetería en la actualidad

Según la legislación actual se denomina cafetería a aquellos establecimientos donde se oferte servicios de bebidas frías-calientes (helados, batidos, refrescos), platos fríos-calientes (sándwiches, postres, aperitivos tradicionales) al público en general, a cambio de una retribución monetaria, el pedido realizado puede ser consumido en la barra o la mesa que se encuentre en el establecimiento, dependiendo del horario de atención, cabe destacar algunas de las características que lo diferencia de los establecimientos de restauración, como mayor amplitud horaria, servicio, rápido, posibilidad de consumir en la barra (Madrid, 2012, p. 13).

En los últimos tiempos el sector de estas instalaciones se ha expandido rápidamente, esto gracias a que la mayoría de los establecimientos de la nueva restauración se agrupan administrativamente logran una excelente ventaja competitiva. Conforme pasa el tiempo se hace un poco difícil realizar la clasificación tanto de los restaurantes como de las cafeterías, pero la legislación hotelera delega a la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas la clasificación según la naturaleza de servicio, cabe recalcar que han surgido establecimientos los cuales funcionan la restauración con establecimientos de cafeterías (Madrid, 2012, pp. 13-14).

2.2.1.5. Clasificación

Los establecimientos de cafeterías al ser considerados locales que brindan servicio rápido e ininterrumpido de tanto alimentos como bebidas, especialmente en lo que se refiere a aquellas que se encuentran elaboradas a base de café, generalmente lo que se brinda al cliente son refrigerios de consumo rápido, de la misma manera como los establecimientos restauranteros ha sido clasificado por el número de tenedores, lo mismo sucede con las cafeterías que son divididas por tres categorías la de menor categoría se la reconocer por tener 1 taza y la mayor categoría se caracteriza por poseer 2 tazas, cada categoría cumple con una serie de requisitos (Melgosa, 2004, p. 366).

En primer lugar se encuentra la cafetería de categoría “especial” o de 3 tazas, esta tiene que reunir una serie de condiciones como entradas independientes para el personal y el cliente, baños independientes para dama y caballero los mismos que contará con agua caliente en sus lavabos respectivos, calefacción, menaje y vajilla de calidad superior, cámaras frigoríficas, calefacción, cubertería de excelente calidad, zona de espera, mostrador, un guardarropa exclusivamente para

los clientes, teléfono, zona wife, personal capacitado con su debido uniforme y ofrecerá un servicio rápido y eficiente (Ballesteros & Guerrero, 2011, p. 343).

Para ser consideradas establecimientos de primera categoría (está representada por 2 tazas) debe contener las siguientes condiciones: acceso independiente del personal, o en horas en las que no coincida el personal con el cliente, durante el proceso de recepción de materia prima los proveedores utilizaran un acceso diferente al del cliente, dispondrá de teléfono, calefacción, agua caliente en los lavabos, vajillas, cristalería de óptima calidad, cafetería express, contará de zona de jugos, además que el personal durante el servicio dispondrá de un uniforme adecuado con relación al tipo de establecimiento, el servicio deberá ser rápido, eficiente (Ballesteros & Guerrero, 2011, p. 343).

Las cafeterías de segunda categoría o también conocida como cafeterías de 1 taza, el rango al que pertenece es inferior, esta categoría dispone condiciones un poco reducidas a comparación de las categorías superiores, dispone de personal altamente calificado, servicios sanitarios independientes, la entrada es compartida tanto para el personal como para la propia clientela, cuenta con cuberterías de acero inoxidable, de una barra o mostrador, sencillas, teléfono, cámaras frigoríficas para los alimentos delimitados, poca cantidad de personal, pero lo suficiente con uniforme adecuado al establecimiento (Ballesteros & Guerrero, 2011, p. 343).

2.2.1.6. Estilo clásico

El término clásico hace referencia a un periodo de tiempo, ya sea esto correspondiente a una cultura, civilización, manifestación artística, dentro de este término también se puede enfatizar al tipo de música o a su vez a las artes relacionada ella; generalmente no se apartan de la cultura tradicional, se mantienen apegadas a las reglas o normas establecidas (Real academica española, 2017).

Anteriormente varios establecimientos como bares, restaurantes, cafeterías, etc. Se dedicaban a otorgar la mayor importancia a la venta del producto en sí, pero con el pasar del tiempo el sector hotelero busca brindar al cliente un ambiente totalmente distinto, es decir busca vender su imagen como empresa, al momento de crear emociones, establecer ambientes armoniosos en el cual el cliente pueda llevar en su mente una grata experiencia del lugar, con esto generando una buena reputación hacía al local, al momento de establecer un estilo se logra obtener lo anteriormente mencionado, ya que el estilo otorga un plus clave al momento de generar un recuerdo en el cliente y a la vez alcanza una excelente reputación, el mundo de la hotelería se ha fusionado satisfactoriamente con el marketing (Talaya Ambrona, 2015).

El estilo clásico posee una similitud con el estilo vintage (clásico y retro), esto debido a que utiliza mobiliario de hotelería tradicional, así como el uso de madera, los tonos que generalmente usa son cremas. En si la decoración de estilo clásico se diferencia de los demás estilos, por el uso de líneas y también figuras de cierta manera elegantes, uno de los requisitos para formar parte de este estilo es que los adornos deben proyectar elegancia. La importancia en este estilo se la toma desde los mobiliarios utilizados, los elementos o materiales decorativos, la iluminación (permite la comodidad de los clientes) (presupuestos, 2018).

A. Características del estilo clásico.

- El estilo clásico posee una imagen recargada, a pesar de tener una cantidad de objetos en la decoración logra proyectar una ligereza visual.
- El uso de lámparas (metal, decorados) colgantes en lugares muy altos con el fin de aportar carácter.
- En el caso de utilizar cortinas este llega a ser de seda con tonos claros, grises, acres que conjuguen con la elegancia.
- Los tonos de las paredes tienen distintas tonalidades que van desde acres, grises, cremas hasta verdes con el fin de proyectar elegancia.
- Las tonalidades de la madera clásica otorgan al lugar un aspecto armonioso y a la vez íntegro.
- En el caso de los muebles el tipo de madera más utilizado es madera de cerezo, de roble.
- Los elementos decorativos pueden ir desde piezas antiguas, en el caso de apegadas a la música puede ser disco, cuadros de personajes importantes, alfombras e incluso hasta lámparas (Westwing, 2016).

2.2.1.7. Maquinaria

- Máquina de café: este tipo de cafeteras profesional se caracteriza por disponer de vaporera de agua, dos filtros para colocar el café molido, dispone de dosificador para elaborar un expreso simple o doble, tiene el instrumento para texturizar la leche, antes de uso debe encontrarse encendida por lo menos 20 a 25 minutos. Debe encontrarse en excelente estado de limpieza, para evitar una depreciación acelerada de máquina y sobre todo como va encontrarse a la vista del cliente, debe proyectar higiene de todo el establecimiento, el mantenimiento debe ser por lo menos 2 meses al mes (La Menorquina, 2016).
- Molinillo de café: existe dos tipos de molinos el manual y el eléctrico, generalmente el más utilizado es el eléctrico que permite triturar los granos de café, según el nivel de grosor que se necesite, se debe evitar el proceso de molienda prolonga evitando la pérdida de la calidad de producto, una vez obtenido el café molido debe ser consumo instantemente o a su vez

guardarlo en un recipiente hermético, para la limpieza este debe encontrarse pagado, desmontar todo el equipo para.

- Batidora: es un maquina eléctrica pequeña utilizado para preparar mezclas para distintos helados, realizar batidos e incluso montar nata, los ingredientes son introducidos en el recipiente para comenzar a montar la mezcla. La limpieza se lo realiza una vez desconectar el equipo luego con la ayuda de un paño húmedo limpiar el motor.
- Licuadora: un pequeño equipo de cocina utilizado para triturar frutas, vegetales en partículas más pequeñas (Romero & Sánchez, 2011).

2.2.2. Café

2.2.2.1. Historia del café

El origen del nombre surge por las innumerables cualidades que se le venían atribuyendo desde la historia al grano de café. La palabra café proviene de Qahwa que quiere decir, vigoroso, energizante, excitante, intenso. La historia del café ha sido centro de varias polémicas, algunos afirman que aparece en Etiopia donde se descubre el poder energizante de los granos, por otra parte alegan que aparece en el siglo IX, según la leyenda cuenta que un pastor de cabras advirtió que los animales al consumir unos pequeños frutos que eran más o menos parecido a las cerezas se volvía inquietos, dichas bayas provenían de unos arbustos existentes cerca de la zona, hasta ese momento era desconocido el efecto que provocaba el café en los animales (Casalins, 2017, pp. 8-9).

En ese entonces decidió realizar una infusión con los granos de café, pero la bebida era totalmente amarga lo que provocó que el pastor arrojara a la hoguera los granos que sobraron, pero para la sorpresa del pastor los granos que se quemaban emanaban un aroma exquisito, fue a partir de ese día que surge la idea de preparar esta bebida a partir de los granos tostados. Pero no fue hasta la mitad del siglo XV que existen evidencia sobre el consumo del café, especialmente en los monasterios sufí de Yemen de ahí que se expandió hasta Medio Oriente, Turquía, Persia (Gallegos, 2006, pp. 39-40).

A. Café en Europa

Para inicios del siglo XVII el café se apodera de Europa, esto gracias al botánico Leonhard Rauwolf , el mismo que hace mención de estos granos de café dentro de sus exploraciones a África, luego de varios años se encuentran algunos registros del comercio de café en Venecia. Existía una creencia de que la bebida era de Satanás por tal motivo hubo la intervención del Papa Clemente VIII para asegura el consumo de esta bebida. Por su parte en Suecia en el mismo XVII

el rey Gustavo puso a prueba el consumo del café y té, para ello escogieron a dos presos cada preso bebida cada día una taza de café y el otro de té, lo curioso de la prueba fue que murieron el rey y sus ministros antes que los propios presos, a pesar de esta prueba en varias zonas se seguían castigando a las personas por el consumo de esta bebida ya que era catalogada en ese entonces como una droga, incluso en el Rusia, era castigados físicamente y en varias ocasiones hasta llegaron al acto de mutilarlos (Wagner, 2001, pp. 15-23).

En Francia por su parte Jean de la Roque fue quien introdujo los granos de café y la máquina que se utilizaba para extraer la bebida, y para 1657 Jean de Thevenot enseñó la manera correcta de preparar el café, para 1660 con el arribo de Marsella se abrió el primer café, que fue el lugar donde los mercaderes se reunían a beber, hablar de negocios y jugar. En París un armenio que se llamaba Pascal abrió el primer café en esa ciudad con el nombre de Quai de l'École, con esto se da paso a la apertura de varios establecimientos de distintos estilos, clásicos, literario, entre otros (Wagner, 2001, pp. 15-23).

B. Café en América

Las primeras plantas de café en América surgen a raíz de la conquista del continente Europeo al Nuevo Mundo, y no fue hasta 1773 que llegó a convertirse en una infusión de excelencia, varios factores contribuyeron para esta bebida llegara ser conocida entre los más sobresalientes se encuentran los altos impuestos, atribuida por el rey Jorge, así también la mejora del transporte a nivel mundial que permitió al café ser la infusión más consumida en toda la tierra esto a partir del siglo XX (Mundo del café, 2015).

Por su parte en Norteamérica fue en Boston el primer lugar donde se vendió el café, y fue en ese lugar donde se abrió el primer café en 1689 mientras que en Nueva York en 1696 se instaló el "King Arms, mientras que en Filadelfia surge "London" coffee house. Para en los años 1723 el Capitán Gabriel Mathieu en su viaje a Francia trajo consigo un cafeto, pero durante su viaje de retorno surgieron varios inconvenientes entre ellos la escasez de agua potable, pero afortunadamente la planta llegó a su destino y fue ahí el comienzo de los cafetos en las Antillas gracias a la cosecha abundante esta planta se propagó a otras islas adyacentes, por otra los holandeses llevaron a Surinam mientras que los portugueses lo propagaron a Brasil que gracias a su clima y suelo la planta de cafeto se adaptó rápidamente (Mundo del café, 2015).

Por su parte en México el cultivo de café alcanzó un notable incremento en su economía, pues el estado de Veracruz comenzó a exportar ya para los años 1802, mientras que en otros países como en Honduras el cultivo tuvo sus inicios a partir de 1835, seguido de El Salvador que fue en el año de 1837 y 11 años más tarde el inicio del cultivo de café en Nicaragua (Wagner, 2001, p. 24).

C. Café en Ecuador

A principios del siglo XX comienza la historia del café dentro del territorio ecuatoriano, exactamente en el año 1830 Manabí fue la zona de cultivo de café, utilizando como única variedad para ese entonces a la *Coffea Árabica* mientras que, para los años 50 y 70 se comienza con el cultivo de la variedad *Coffea Canephora* ésta adaptada para un clima tropical-húmedo en la costa y posteriormente en la Amazonía (Bustamante Rogel, 2013, pp. 19-20).

A partir de esa se comienza el cultivo a mayor escala es así que fue catalogado como uno de los mayores productos de exportación y no fue hasta el año de 1989 que con la ruptura del Acuerdo Internacional del Café, la producción tuvo un decaimiento total, hubo deterioro de calidad así como el bajo precio (Bustamante Rogel, 2013, p. 20).

Según datos relevantes, el territorio ecuatoriano cubre un cultivo aproximado de 221.528 hectáreas de las cuales la variedad de mayor cultivo con un porcentaje de 65% es el café arábigo (*coffea arabica*), gracias a su ubicación en el sistema montañoso y la parte occidentales y orientales de la cordillera de los Andes, durante la última década la producción de café al sido el sustento de más de 120.000 familias ecuatorianas (COFENAC, 2014).

2.2.2.2. Variedades de café

Dentro de la familia de las rubiáceas se encuentra 500 géneros y más de 6000 especies, en el género de *Coffea* existe un número de 25 especies aproximadamente y dentro de los cafés más relevantes se encuentran *Coffea arábigo* y *Coffea canephora*(robusta). Con relación a la estacionalidad el café arábigo son produce en el mes de marzo hasta octubre, por considerarse un cultivo estacional necesita de hasta 6 meses de lluvia para cumplir con su desarrollo óptimo, aunque posee cierta resistencia a la sequía si esta llega a ser prolongada podría la planta sufrir daños, las variedades arábigas cultivadas son: *typica*, *caturra*, *bourbón*, *pacas*, *catuai*, *catimor* y *sarchimor* (Café saula, 2005).

En cambio el café robusta se da en los meses de junio hasta el mes de octubre, requiere de clima tropical con precipitaciones altas, generalmente son muy cultivadas en las provincias de la región Norte de la Amazonía, tras la caída de precios, el café robusta permitió dinamizar la economía de Ecuador, la planta crece en una altitud entre los 200 a 800 msnm, no requiere tanto cuidados debido a que la planta posee resistencia a plagas y enfermedades, pese a esta gran ventaja esa variedad tiene tazas menos aromáticas, el amargor es más intenso y posee un post-gusto más pesado (contiene de 1,3 a 5,20% de cafeína en materia seca (Dirección de promoción de Exportaciones, 2013).



Figura 1-2: Mapa del Ecuador cafetero
Fuente: (Dirección de promoción de Exportaciones, 2013)

2.2.2.3. Especie *Coffea Arabica*

El origen del café se encuentra registrada en los altiplanos occidentales de Etiopía, Sudán, Kenia, generalmente los arbustos crecen a una altura aproximada entre 1300 a 2000 metros sobre el nivel del mar, a partir del año 575 D.C. comienza su propagación por Arabia, Madagascar, Holanda llegando hasta 1713 al jardín botánico de París, que según varios analistas manifiestan que ese fue el inicio para que surjan nuevas plantaciones cafetalera en América Latina (COFENAC, 2003).

Tabla 1-2: Características de café arábigo

Características	Criterio
Tipo de planta	Arbusto
Copa	Piramidal
Hojas	Elípticas, oblongas

Frutos	Drupas elipsoidales
Fecundación	Autógama
Compatibilidad	Autocompatible
Estructura genética	Tetrapicida
Inflorescencias	2 a 3 cimbras por axila
Contenido de cafeína	0,60 – 1.80

Fuente: (COFENAC, 2003)

Para determinar el volumen de los granos de café generalmente se miden en zarandas, las medidas pueden en sesenta y cuatroavos de pulgadas. Por su parte el color puede tener variación dependiendo del tipo de altura, así como la región, es indispensable cuidar la temperatura ya que podría ocasionar varios en el color, de la misma forma llevar estrictos controles en el almacenamiento (COFENAC, 2003).

En Ecuador el cultivo del café arábigo debe tener una altitud entre 900 a 2000 metros de altitud, el mismo que debe tener el mayor cuidado, debido a que no toleran los bruscos cambios climáticos, las plagas e incluso las enfermedades que pueden ocasionar un deterioro de la calidad del grano de café, lo característico de esta variedad es la calidad, aromas finos, sabor delicado, lo que no sucede con el café robusto que tiene la ventaja de ser más resistente a enfermedades pero con la parte negativa que el sabor es sumamente amargo, con tazas menos aromáticas (COFENAC, 2003).

A. Fisiología

La vida del cafeto se encuentra dividido en tres importantes periodos, la primera que inicia desde el cultivo de la planta controlando las condiciones de clima, plagas, abonos hasta llegar a la planta adulta, mientras que el segundo periodo es considerada la fase de producción que llega a durar entre 15 a 25 años y en ocasiones dependiendo del tratamiento de cultivo se extiende su tiempo y último esta la fase de decadencia, en sí cuando la planta es removida (COFENAC, 2014).

B. Características organolépticas

En la acidez del café se resalta gracias a la impresión gustativa esto a causa de los ácidos cítricos y tartáricos, los mismos que son percibidos por la lengua. Varios de los cafés que poseen un mayor rango de acidez son considerados de mejor calidad (COFENAC, 2003).

Por su parte en el aroma se logra distinguir las sustancias volátiles que se encuentran en el café, generalmente un buen café siempre manifiesta un aroma sumamente delicado, fragante, penetrante y fino, la parte olfativa tiene el papel fundamental para determinar el aroma. Para poder distinguir el cuerpo del café es necesario determinar la cantidad de sólidos solubles. El sabor resulta de la combinación de la parte olfativa con la gustativa, aparte de esto se logra identificar los verdaderos atributos del café, se debe identificar un equilibrio global en cuanto a los sabores (COFENAC, 2003).

C. Envejecimiento

Los componentes de contiene el café con bastantes estables cuando todavía no pasa por el proceso de tueste, una vez molino el café el almacenamiento de este es muy limitado, el proceso de envejecimiento consiste en la pérdida de bióxido de carbono, acompañado con la oxidación del guayacol con estas causas los elementos volátiles de no saturados tienes a la pérdida del sabor y el aroma natural del café, a la vez que las partículas de café son menos solubles en el agua (Charley, 1987, p. 152).

2.2.2.4. Café lojano

El cultivo de café arábigo en la provincia de Loja es muy antiguo, debido a que entre los años 2000 y 2009 hubo una caída en la siembra y producción del café en la provincia, el factor causante fue la crisis internacional ocurrida entre 1999 y 2002, ocasionando con la baja producción de café y con ello la migración de varias familias que abandonaron sus cafetales en búsqueda de un mejor futuro, conforme a la crisis suscitada hubo cierta variación en los precios. Pero a comienzo de este siglo se empieza ya con el cultivo a gran escala y por el ende los precios sufren un alza considerada, las características que se toma en cuenta para proceder con la exportación y cumplir con las normas de calidad son: calidad, sabor, aroma, carácter orgánico y demás características propias, en el caso de la ciudad de Cariamanga fueran las remesas internacionales las que favorecieron a la productividad del café, hasta el año 2001 la producción de café en Loja tenía un porcentaje de 13,8% (Berdegué & Félix Modrego, 2012, pp. 251-255).

Debido a la situación geográfica de la provincia de Loja el promedio de la temperatura esta entre los 18°C a 22°C, lo cual permite la producción de varios alimentos propios del clima templado andino y tropical submarino, varios de los alimentos que se encuentra dentro de la mayor producción de esta provincia está el maní, café, caña de azúcar y maíz (Berdegué & Félix Modrego, 2012, p. 255).

Tabla 2-2: Temperatura de clima

N°	ESTACIÓN Meteorológica	TEMPERATURA MEDIA MENSUAL (°C)											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1	Cariamanga	17,5	17,6	17,9	17,8	17,8	18	17,9	17,9	18,1	17,9	17,8	17,8

Fuente: (COFENAC, 2003)

A. Sector de Cariamanga

Lo característico de este tipo de café arábigo lojano son la acidez, cuerpo, sabor y balance que posee, y lo hace ser unos de los mejores cafés del Ecuador, consiguiendo importantes certificados internacionales, uno de los primeros premios obtenidos fue en el año de 2005 en el concurso de la Taza de Café ecuatoriano Zona- Sur, seguidamente consiguió importantes lugares dentro de concurso de La Taza Dorada en los años de 2007, 2008,2009; los premios alcanzados fueron gracias al trabajo arduo realizado por cada uno de los productores cafeteros, consiguiendo obtener un excelente precio en la venta del café (Telégrafo, 2011).

La asociación de productores de Cariamanga está conformando por más de 200 productores, los mismos que diariamente trabajan con el fin de obtener una excelente calidad en sus productos, los mismos cuidan cada uno de los procesos desde el cultivo hasta la post-cosecha, el proceso que realizan son la selección de grano de café, despulpado, fermentados, lavado, secado, tostado, almacenado y transporte. Varios son los filtros por los que debe pasar el producto antes de ser exportados a diversas partes del mundo, en si debe obtener un sello que abalice las 3 “C” (calidad, calidez y competitividad) (Telégrafo, 2011).

El sector de Cariamanga al situarse a una altura de 1932 m.s.n.m, conjuntamente con las condiciones climáticas, ambientales y zona de suelo ha hecho que la producción de café orgánico posee mayor auge, esto gracias también a la asociación de cafetaleros Bio-Orgánicos del centro agrícola del canto Calvas y con APCEC. La variedad de café que se cultiva en este sector corresponde al café arábigo, cuya altitud para su crecimiento comprende en rangos de 800 a 2000 msnm, el cuidado que se debe tener durante el sembrío y cosecha debe ser muy cuidadoso debido a que se encuentra latente a plagas (minador de las hojas y broca de fruto), cambios climáticos y cualquier tipo de enfermedades (mal de hilachas, roya, ojo de gallo y mancha de hierro); pese a esto los resultados obtenidos son: calidad en el café, tazas limpias y aromáticas y los pos-gustos agradables (Berdegué & Félix Modrego, 2012).

B. Variedad typica

Esta variedad de café se la categoriza como una variedad de cafeto pura, la altura de sus plantas puede llegar hasta los 4 metros las ventajas que ofrece esta variedad son: un nivel de adaptabilidad alto, baja susceptibilidad a enfermedad del cafeto (roya), la forma de su fruto es alargados y de buen tamaño, permitiendo con estos otorgar una calidad en la bebida. Fue en el año de 1.830 que fue introducida al país, con un total del 92% de cultivo de café en el Ecuador corresponde a esta variedad siendo la provincia de Manabí en poseer un mayor porcentaje cultivo a nivel nacional (COFENAC, 2014).

2.2.2.5. Tueste de café

El café verde arábigo en sí no posee ningún tipo de aroma, ni sabor, por tal motivo es en el proceso de tueste de grano de café en el que recién se puede identificar estos aspectos, la temperatura que generalmente se utiliza van entre los 180°C a 240° por un tiempo comprendido de 8 a 15 min, dependiendo del tipo de tueste que se le dese dar al grano, lo interesante del proceso es que se llega a identificar rápidamente los cambios en cuanto al color, forma, volumen, masa, densidad y humedad; la aparición de grietas en los granos se debe a la presión del vapor de agua con el dióxido carbono, aunque también se puede evidencia una pérdida de peso (entre 12 a 23 % del su peso funcional), el aroma durante el proceso llega a ser más penetrante, con la presencia de furfural (grupo ácido furfano) el aroma de café va desde un aroma suave, acaramelado, esto ocurre en los primeros nivel de tueste y conforme se va tostado aparece aromas más intensos, por otro lado la acidez va disminuyendo mientras el nivel de tostado va aumentado. Existe nivel de tueste que son los siguientes:

- **Claro:** generalmente son utilizados en variedades que poseen sabores más delicados, la temperatura interna varía entre los 180°C a 205°, en este tipo de tueste no existe la presencia de una capa de aceite, el aroma que se aprecia se asemeja a los frutos secos como almendras o la misma nuez.
- **Medio:** posee un color marrón, a diferencia del tueste claro el aroma, sabor y acidez son más balanceados conforme al tiempo de tueste, la temperatura interna que alcanza está entre los 210°C a 220°C, su sabor se centra más en lo frutal y floral.
- **Oscuro:** la temperatura interna que alcanza el grano de café es entre los 225°C a 230°C, lo diferente del resto es que posee mucho más cuerpo, pero el sabor se torna un tanto agridulce, con un aroma a humo, caucho, hasta en ciertas ocasiones terroso, en este tipo de tueste se puede presencia una superficie aceitosa y brillante en café (Nelson Gusqui, 2015).

2.2.2.6. Método de preparación

Es importante resaltar un equilibrio entre el agua y la cantidad de gránulos de café a utilizar, por tal razón se ha establecido una cantidad de 30 gramos de café molido con el fin de obtener 500gr de una preparación final, consiguiendo obtener un porcentaje del 1% de materia saborizante con relación a los granos de café de entre 18% a 22% (Nelson Gusqui, 2015).

- El adecuado tamaño de las partículas de café oscila entre las 56 micras o 24000 partículas por cada gramo. La textura suele asemejarse a los gránulos de azúcar (particularmente es una molienda tipo media)
- Existe cierto tiempo establecido para el contacto del café con el agua, permitiendo con esto la obtención de un sabor totalmente agradable, el tiempo optimo es de 2,5 a 4,5 minutos en el total de la preparación.
- La temperatura del agua es de 92°C, permitiendo que se libere rápidamente los elementos aromáticos que contiene el café.
- Al momento de la comprar café es importante seleccionar en café en grano para su posterior molienda y utilización en las preparaciones, esto debido a que el café molido tiende a perder sus cualidades organolépticas rápidamente y para la conservación de café molido en grano se debe tener cuidado en el luz, humedad del sitio y calor (Nelson Gusqui, 2015).

2.2.2.7. Proceso de catación

La catación se refiere a una evaluación y a la vez descripción de todas las características físicas y organolépticas que contiene la bebida de café, con el fin obtener los atributos y cualidades del producto, La utilización de los sentidos en este proceso servirá para la identificación de las características (Plataforma nacional de café sostenible-SCAN, 2015).

- **La vista:** Permite descubrir el color, la forma, de cierta manera hasta la transparencia, del producto en sí. Generalmente con este sentido el catador identifica la textura de la bebida, durante este proceso se establecer el tipo de viscosidad (espesor) en relación con el agua y contenido de grasa que se encuentra suspendidos en la bebida una vez realidad la preparación. El cuerpo o también conocida como sensación táctil está conformada por dos importantes elementos conocidos como la textura y el peso de la bebida en la boca. Se debe tomar en cuenta aspectos básicos como: el café debe ser molido justos antes de la catación, la temperatura del agua debe estar a unos 92°C, es necesario la limpieza de la espuma y partículas (Plataforma nacional de café sostenible-SCAN, 2015, p. 25).
- **Tacto y oído:** El sentido del tacto permite mostrar el nivel de madurez, el tipo de tostado que se emplea en los granos de café, esto se lo consigue haciendo presión con los dedos, mientras

que el sentido del oído permite escuchar la crepitación que se produce durante el tueste de los granos de café (Plataforma nacional de cafe sostenible-SCAN, 2015).

- **Olfato:** Considerado el sentido más complejo para la realización de un estudio de degustación en el caso del café, en la mucosa del bulbo olfativo es donde se disuelve las sustancias volátiles, la percepción de los olores en la vía nasal llegan a ser directa e indirecta (Plataforma nacional de cafe sostenible-SCAN, 2015, p. 3).
- Con el sentido del olfato se puede identificar compuestos químicos, la diferencia de los demás sentidos consisten en que el aroma puede ser identificado desde largas distancias, este sentido es 10.000,00 para esto el catador debe respirar profundamente con el fin de introducir la mayor cantidad de aire se pueda aprecia los aromas secos (fragancia de los granos de café), aroma húmedo (vapores que suelta el café al contacto con el agua), aroma retro nasal (vapores identificados dentro de la boca al momentos de saborear) y el gusto residual (vapores y residuos que se encuentra presentes en el paladar después de saborear) (Plataforma nacional de cafe sostenible-SCAN, 2015, p. 25).
- **Gusto:** En el sentido de la boca, las papilas gustativas son las principales encargadas de presencias los sabores básicos como son acido, dulce, salado y amargo. El sabor en si consiste en una combinación del gusto y el aroma del café, los elementos identificados suelen ser aquellos que son obtenidos por el tostado y molido del café que se encuentra disueltos en la bebida preparada, comúnmente se determinar los minerales, ácidos y aceites, que junto con los distintos sabores (ácido, saldado, dulce y amargo) se llega a de establecer el sabor del café, es aquí donde el catador cumple su tarea primordial que es el de describir y evaluar el sabor tanto positivos como negativos (Plataforma nacional de cafe sostenible-SCAN, 2015, p. 25).

2.2.2.8. *Barista*

El termino barista se asigna aquel profesional que dispone de conocimientos en barismo (café), es decir es un especialista en preparaciones a base de café, cuyo fin es obtener una combinación armoniosa de especias, licores, leche con la extracción de sabores y aromas del café, su formación académica se encuentra complementada con conocimiento y técnicas aplicados en el arte latte, es el principal responsable de hacer diferencia entre un café de especialidad con un café soluble que generalmente es lo que consume las personas en la vida cotidiana.

Las principales características de éste profesional es su pasión por el café, atender y ofrecer un bebida con el objetivo motivar al cliente al consumo de un producto de calidad, más allá de sus conocimientos y experiencias en cuantos a la preparaciones, también de conocer el proceso que

va desde el propio tostados hasta la evaluación de la calidad de agua, ph, pureza, tipo de leche que se utiliza (Café saula, 2005)

2.2.3. Fases del proyecto

2.2.3.1. Estudio de factibilidad

Consiste en un instrumento que permite determinar si posee o no viabilidad la ejecución de un plan de proyectos, se establece una serie de actividades que van desde el análisis, determinación de objetivos hasta llegara el planteamiento. Se toma de referencia los antecedentes para determinar las posibles ventajas y desventajas técnicas, económicas. En si lo que este estudio ayuda es a determinar el éxito total o fracaso de una idea de negocio, esta fase constituye ser la parte primordial antes de llevar a cabo la implementación, debido a que se debe realizar un análisis del mercado objetivo, la uno de los instrumentos utilizados son la aplicación de las encuestas exploratorias son de gran utilidad, porque permite identificar cuáles son las necesidades insatisfechas (Ramírez, 2004, p. 44).

La presentación de la idea a estudiar debe expresar la función, servicio al cual se encuentra enfocado, no se puede presentar una idea a la deriva ya que esto ocasionaría el fracaso de la organización, un estudio minucioso requiere de personal capacitado en el área, tomando como fuentes de información posibles antecedentes que ayuden a la evaluación, además el realizar un programa de actividades permiten establecer tareas, fijar costos en los procesos. Una vez obtenido los resultados positivos del estudio se procede con las siguientes fases, para llevar a cabo la concertación de plan de negocio (Ramírez, 2004, p. 44).

2.2.3.2. Estudio de mercado

Se establece el tipo de producto o servicio que ofrecerá el proyecto, además que se analizará la demanda insatisfecha existente en el mercado al cual se encuentra enfocado, los aspectos más importante a analizar en este estudio de mercado son: el producto en el que se describirá de forma detallada específica, la forma, beneficios, colores utilizados en el marque el diseño de la misma marca, la calidad, por otra se encuentra precio para la determinación del precio se toma en cuenta el costo de la materia prima, lo precios de las posibles competencias directas o indirectas, también otro aspecto a tomar en cuenta es el mercado en que se utilizará técnicas e instrumentos que nos permitirá identificar el mercado meta del proyecto y por último se encuentra la oferta y la demanda de mercado (Espinoza, 2007, p. 34).

Este es uno de los estudios importantes debido a que se estima los posibles ingresos por las ventas, el flujo de inversión e ingresos que se obtiene, además que a nivel social se analiza el problema del mercado enfocado, las posibles soluciones, el porcentaje de población afectada por el problema que se ha detectado, el estudio se interesa por establecer estrategias que permitan de manera positiva la introducción de un producto al mercado , para esto es necesario la identificación de las variables (precio, oferta y demanda) (Espinoza, 2007, pp. 34-35).

2.2.3.3. Estudio técnico

Se establece el proceso de producción, la tecnología que se va a implementar para la elaboración del producto a obtener, a la vez se establece el tamaño del proyecto y costos de producción, en fin todas las operaciones que se debe tener en cuenta para poner en marcha la empresa; la determinación de la localización del proyecto es la parte más importante debido a que a partir de ello, se establece la cercanía que tiene la obtención de materia prima, la mano de obra disponible, determinación de las posibles competencias, características de los suelos, así como la infraestructura en el caso de ser un arriendo ya que si es propio el establecimiento se buscara el terreno que permita tener todas las accesibilidades anteriormente mencionadas (Espinoza, 2007, pp. 43-45).

El diagrama de flujo de proceso es un comienzo para determinar el tamaño de producción, pues es aquí donde se comienza a detallar el tipo de proceso a emplear, cantidad de insumos, la maquinaria utilizada en el proceso, equipos necesarios para la producción, requerimiento de mano de obra, además que especificara el modo de almacenamiento, transporte de ser necesario. Las inversiones por otra parte deben ser muy minuciosas tomando en cuenta desde los costos empleados en la infraestructura, hasta especificar las cantidades mínimas de maquinaria y equipo, herramientas, utensilios, mobiliario, la misma depreciación y mantenimiento de los equipos (Espinoza, 2007, p. 44).

2.2.3.4. Estudio administrativo

Este proceso tiene como fin establecer la estructura organizativa de la empresa en las dos fases, la primera que corresponde a la de ejecución es aquí donde se determina como se va a llevar a cabo los procesos de contratación, compras de materia prima, distribución de maquinaria y equipo en la infraestructura, este tipo de actividades son realizadas por la empresa o a su vez se apoyan de consultoras administradoras que llevan a cabo este proceso. La segunda fase corresponde a la de operación donde se diseñará los organigramas del establecimiento en donde se define las funciones de cada uno de los departamentos, la jerarquía de los distintas áreas también se llegan a determinar

en este fase, varios son los aspectos que se toman al momentos de establecer las funciones y obligaciones como son: los horarios de trabajo, el nivel de conocimiento en el departamento al que pertenezca el personal, habilidades, destrezas (Espinoza, 2007, p. 47).

El objetivo de este estudio consiste en mantener una correcta organización dentro de la empresa para que pueda funcionar cada área o departamento que integre la organización, al establecer las funciones no únicamente se está delegando su obligaciones y beneficios, sino también que la comunicación con las demás dependencias (Espinoza, 2007, p. 47).

2.2.3.5. Estudio legal

Concluido los estudio de factibilidad técnica y financiera, es indispensable concretar con el estudio legal para cumplir con todas las regulaciones para el funcionamiento del establecimiento, se tomara en cuenta la ubicación del local ya que a partir de esto se establecerá cada uno de los permiso pertinente que se tenga que realizar dependiendo del tipo de actividad que la empresa ejecute, los permisos serán requeridos por parte de las distintas municipalidades que contribuyan con el desarrollo urbano, los tramites a efectuar serán desde las patentes, licencias de funcionamiento, permisos de ambiente, permisos de bomberos (Espinoza, 2007, p. 46).

La importancia de este estudio radica en cumplir con todas las directrices responsables tanto para el funcionamiento del local así como para el personal a su cargo, ya que deberá cumplir con el pago de sus remuneraciones así como el aporte que tenga gracias a los beneficiosos sociales, cabe recalcar que en Ecuador el propietario del establecimiento puede acoger a la ley del artesano en la cual se establece que será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller, artesano autónomo, que se encuentre calificado por junta nacional de defensa del artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, bajo las obligación que deberá tener la persona que sea beneficiada de la ley será: tener materia prima que no supere el 25% del capital fijado por la pequeña empresa industrial (87500), con o sin operarios (15 max) y aprendices (5 max) (Melgosa, 2004).

2.2.3.6. Estudio ambiental

Como parte del desarrollo del proyecto el estudio ambiental llega a ser unos de los aspectos importantes que se deben tomar en cuenta al momento de establecer a viabilidad de un proyecto, actualmente las secretarias técnicas del ambiente, así como los responsables de salud pública con quienes regulan este tipo de requisitos, los mecanismos a resaltar son todos los efectos que puede ocasionar la implantación de un proyecto, se analizará todo lo con respecto a al suelo, aire, ecosistema, etc. Se identificar cada uno de los impactos que pueden ocasionar los desechos o

mermas que el establecimiento producirá a diario, así como la contaminación de agua o desperdicio, los humos que desechara durante la producción, el desperdicio de fundas plásticas o empaques que sean del mismo material (Espinoza, 2007, p. 47).

A. Importancia

El estudio de impacto ambiental, consisten en una evaluación general, sobre todos los posibles daños que puede ocasionar al medio ambiente, este estudio es elaborado por varios profesionales conocedores del área, el objetivo primordial es el de corregir las actuaciones que están provocando al medio ambiente o una parte de ello un deterioro o contaminación, los datos obtenidos tras la evaluación será estrictamente valorados, para con esto establecer una listado de posibles decisiones que se vayan a tomar, la información obtenida por parte del estudio de impacto ambiental puede abordar distintos aspectos del medio que puede ir desde climatología, botánica, zoología, ecología, sociología e hidrología esta última considerada las más importante, debido a que durante mucho tiempo el agua asido brutalmente contaminada industria o empresas que producen elementos toxico en su proceso (Merino Ávila, 2011, pp. 63-64).

B. Medidas preventivas

Las medidas tienen por objetivo minimizar, eliminar o compensar de alguna manera los efectos ambientales que puede ocasionar o provocar la ejecución de un proyecto, se establece una descripción minuciosa de las medidas correctoras en relación a cada la actividad causante de contaminación o daño al ambiente. Para constatar que se todas actividades se están llevando a cabo se establecerá un programa de vigilancia, este ayudará de manera diaria para hacer correctivos sobre cualquier actividad que se esté realizando equivocadamente (Merino Ávila, 2011, p. 66).

Otra manera de mitigar o disminuir en lo posible el impacto ambiental es con la utilización de las 3 R.

- Reciclar
- Rehusar
- Reducir

2.2.3.7. Estudio económico- financiero

Este estudio comprende todos los datos económicos que serán utilizados para determinar y evaluar la viabilidad y ejecución del proyecto, el fin de este estudio consiste en medir los alcances que ofrecer el proyecto, no únicamente en cuanto a valor lucrativo sino también a todas las interrelaciones socio económicas, financieras del proyecto en sí. Además el estudio ayudar a

establecer la cantidad de inversión inicial, fija y diferida, determinara el monto de dinero destinado para el proceso preoperativo, gastos de inversión, estado del flujo del efectivo, balances general, así como de situación inicial, final y concluyendo con el estado de pérdidas y ganancias (Lara, 2010, p. 161).

Para la elaboración de todo el estudio económico-financiero se debe realizar tres procesos que son: análisis económico, financiero y socio-económico.

- El análisis económico contempla la utilidad que proporcionara el proyecto, utilizados dos factores indispensables como son: los costos e ingresos monetarios, y este a la vez en ingresos monetarios (referente al dinero en efectivo) y no monetarios (producción destinadas al autoconsumo).
- En el análisis financiero se tomará en cuenta a los valores monetarios generado en cada año, con el fin de conocer la disponibilidad de dinero con el que cuenta el proyecto para proceder a un financiamiento a futuro tomando teniendo presente el valor de recuperación, con este análisis se conocerá la rentabilidad de la inversión.
- Por otra parte, para el análisis socio-económico se dividen en dos fases la primera corresponde a efecto directos que suelen realizarse dentro del proyecto generalmente se refiere más a los ingresos familiares, usos de suelos, establecer dieta alimenticia, etc., Todo esto de manera cuantitativa. Mientras los efectos secundarios o también conocidos como indirectos son los que surgen fuera del proyecto, pero al mismo tiempo se encuentra vinculados a este, puede pertenecer a una distinta área, pero también hay una participación dentro del mismo (CATIE, 1986, pp. 24, 25).

2.3.Marco conceptual

Cafetería

La palabra cafetería según la Real Academia Española de la Lengua lo define como aquel establecimiento dedicado al despacho del café, y otros tipos de bebidas, acompañados de aperitivos o algún tipo de comida sencilla, con finalidad lucrativa, estos lugares se encuentran localizados en mercados transitables y al mismo tiempo que tenga la necesidad del consumo (Vicente, 2012, pp. 13-14).

Café arábigo

La variedad de café arábigo son cultivadas en el Centroamérica, Suramérica andina, regiones montañosas de Asia y África, la forma de este grano suele ser elíptica de un color verde azulado, que luego de ser sometido al proceso de tostado el café adquiere un aroma y sabor de gran calidad, este tipo de café a comparación con la variedad robusta posee de 1 a 1.5 % de cafeína, generalmente suelen ser cultivadas en alturas entre los 800mms a 2000mms (Vicente, 2012, p. 59).

Emprendimiento

Consiste en iniciar o realizar la ejecución de un proyecto con el desconcierto de que, si va o no a funcionar, en si consiste en diseñar una idea y que base de ella se ejecute para la realización de la misma. Es importante combatir con el cambio, a diario forma parte de la vida que a cada uno le toca vivir, no basta con adherirse con el presente sino hay que estar preparados para lo que viene, no todos llevan el mismo ritmo de vida, cada persona aprovecha las oportunidades de una forma distinta que le permite llevar su negocio al éxito o estancarse en lo cotidiano y convertirse en una plaga con una mentalidad mediocre y de fracaso (Parra Alvíz & al., 2017, p. 29).

Emprendedor

Un emprendedor es aquella persona que cree fielmente en su proyecto, están siempre en la búsqueda de mecanismos para cubrir la demanda, llegar a ser los propios dueños de sus negocios, tener la capacidad de gestionar su proyecto si la necesidad de un patrón. Aquella persona que persigue sus sueños, queriendo con el tiempo hacerlos realidad, sin importante el tiempo que le tome (Moreno Vasquez, 2016, p. 14).

Barista

Aquella persona profesional especializado en el café de alta calidad, poseedor de conocimientos en las distintas preparaciones de bebidas frías y calientes a base de café, entre sus destrezas se encuentra la realización de arte latte, es conocedor del proceso de tueste, calidad de agua,

temperatura, un experto en la identificación de cualidades organolépticas de café (Nelson Gusqui, 2015, p. 61).

Mercado

Es la población a la cual se está haciendo referencia para la posible solución de cualquier problemática por la que esté pasando, con la ayuda del estudio de mercado se puede determinar las necesidades insatisfechas que posee dicha segmentación y a la vez las posibles mejoras que se podría emplear en cuanto a servicio y producto. Es necesaria la aplicación de varias estrategias que permitan identificar la causa que está aquejando al mercado, y no solo las causas sino también la competencia por la que se puede ver amenazado el proyecto (Espinoza, 2007, p. 32).

Catación

Se refiere a una descripción o evaluación de características físicas y organolépticas, con el fin de valorar cada uno de los atributos, cualidades, posibles defectos de la calidad propia del café, varias son las variables utilizada para mediar, evaluar, el producto final como es el café, tras recorrer un proceso de transformación largo. Se logra determinar dos tipos de catación la primera cualitativa que vas desde el aroma, sabor, acidez, intensidad gracias a esto datos se logran definir la variedad de café que se utiliza (Anacafé, 2010).

Máquina de café

Maquinaria principal del establecimiento, dependiendo del tipo que este sea dependerá su nivel de rendimiento generalmente automáticas, estas dosifican la cantidad de café, viene complementado con vaporizadores, cronometro, y otra herramienta eficaz para texturizar la leche, la limpieza debe ser continua, la calidad de café obtenida es superior (Gallegos, 2006, pp. 9-10).

Clásico

Referido a un periodo de tiempo, que pude tener una mayor totalidad de una cultura, civilización o también hace referencia a manifestaciones artísticas o a la vez culturales, la música también suele encontrarse inmiscuida dentro de este estilo, para la real academia española el termino clásico hace referencia a la antigüedad griega y romana (Real academica española, 2017).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

La metodología simplificará el conjunto de técnicas y procesos que se van a utilizar como parte del desarrollo de la investigación permitiendo que la información recolectada sea sintetizada y organizada para el proceso de implementación de una cafetería utilizando café arábigo lojano en la ciudad de Latacunga.

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Investigación no experimental

En este tipo de investigación no se crea ningún tipo de cambio en la variable independiente, es casi nula la posibilidad de que sea manipulada, debido a que el objeto de estudio ya existe, únicamente se puede observar cambios que se produce en ella o variaciones de comportamiento (Sampieri, 2014, pp. 152-154).

El fin de la investigación no experimental en el desarrollo del proyecto permitió conocer la viabilidad del mercado potencial al cual se encuentra enfocado, por medio de la aplicación de una encuesta exploratoria (10 personas), posteriormente se realizó una cuestionario para proceder con la encuesta piloto antes de realizar la encuesta definitiva al segmento de mercado.

3.1.2. Investigación descriptiva

La aplicación de la investigación descriptiva permitirá conseguir información de características, necesidades, gustos de la población que son el objeto de estudio, mediante la recolección de datos reales que están enfocadas a los habitantes de la ciudad de Latacunga por medio de la aplicación de encuestas.

3.1.3. Método inductivo

El método inductivo parte del estudio de casos particulares para conseguir conclusiones o leyes universales que sean capaces de explicar el objeto de estudio, para la aplicación de este método

se utiliza la observación directa, así como un estudio de las relaciones (Moguel & Rodríguez, 2005, p. 23).

El método inductivo en el proyecto surge con la aplicación de las encuestas, debido a que se determinan características, afinidad por el producto, precio, permitiendo con esto priorizar las necesidades que la clientela requiere.

3.2. Técnicas de recolección de datos

3.2.1. Técnica cuantitativa

La técnica cuantitativa es utilizada para la recopilación y tabulación de datos reales, mediante la aplicación de las encuestas en la ciudad de Latacunga.

El objetivo de la técnica consiste en obtener una información estadística con el número de encuestados con el fin de determinar gustos, preferencias, establecer precios, identificar necesidades del segmento del mercado.

3.3. Fuentes de investigación

3.3.1. Fuentes primarias

Los datos proporcionados de las fuentes primarias se los obtuvo mediante la aplicación de las encuestas en la parroquia La Matriz ciudad de la Latacunga.

3.3.1.1. Encuesta

Radica en la recopilación de datos estadísticos mediante la utilización de un cuestionario que se aplicará a un número determinado de personas, generalmente es la técnica más utilizada pero que requiere de tiempo, una planeación meticulosa y puede ser hasta costosa (Lara, 2010, pp. 38-39).

La fuente de investigación utilizada para el desarrollo del proyecto fue la aplicación de la encuesta descriptiva, el cual consiste en un conjunto de preguntas dirigidas a la colectividad con el fin de conocer las necesidades, los resultados obtenidos de la encuesta serán tabulados para su correspondiente análisis.

3.3.1.2. Tipo de encuesta

a. Encuesta por correo

La aplicación de la encuesta por este tipo de medio de comunicación permitió obtener datos más rápidos, no tanta reflexión en su respuesta, así como la presión del encuestador, la pequeña desventaja de es la poca colaboración de las personas.

b. Encuesta personal

La aplicación de la encuesta personal en la ciudad de Latacunga permitió obtener mayor información, colaboración por parte de la ciudadanía, aunque las desventajas son mayor tiempo al encuestar, mayor gasto, dificultad al supervisar la encuesta.

3.3.1.3. Tipo de pregunta

a. Preguntas de selección múltiple

Se establecerá un listado de opciones en cada pregunta, permitiendo una reducción de tiempo durante el proceso de encuesta, la tabulación de resultados resulta fácil y rápida.

b. Preguntas dicotómicas

Permite al encuestador la selección de dos respuestas, la ventaja de la aplicación de estas preguntas es similares a la de opción múltiple, fácil de tabular, rapidez en la codificación y análisis de resultado.

3.3.2. Fuentes secundarias

Se tomó de referencia libros, instructivos, páginas web, proyectos que tenga referencia al tema propuesto, y datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010 con el fin de determinar la cantidad de población existen en la ciudad de Latacunga para la aplicación de las encuestas.

3.4. Segmento de mercado

Para la segmentación del mercado se establece una serie de variables que se van a tomar en cuenta para determinar al sector de mercado al cual se va a enfocar.

Tabla 1-3: Segmento de mercado

Variables	Segmentación
GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Ciudad	Latacunga
Sector	La Matriz
Número de población económicamente activa (51,94%)	7817
Edad	35-64
Densidad	Urbana
Clima	Templado
DEMOGRÁFICA	
Nacionalidad	Ecuatoriana
Genero	Masculino y femenino
PSICOGRÁFICA	
Clase social	Media, media alta
Personalidad	Conservadora
CONDUCTUAL	
Beneficio	Calidad de producto y servicio, ambiente agradable.
Situación del usuario	Potencializar el consumo de la variedad
Lealtad	Fuerte
Frecuencia de uso	Medio

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

3.5. Universo

El universo de estudio utilizado para el emprendimiento fueron los habitantes de la ciudad de Latacunga, de la parroquia La Matriz, tomando en cuenta únicamente a la población económicamente activa que consta de un total de 7817 habitantes, información brindada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

3.6. Muestra

La muestra constituye el total de la población que ha sido seleccionada para el objeto de estudio, a partir de la determinación de la muestra se obtendrá la información para continuar con el proceso del estudio (Bernal, 2016).

- **Población finita**

Para el cálculo de la muestra se utiliza la fórmula de Canavos (1998) de la población finita debido a que se conoce el número de habitantes gracias a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Fórmula

$$n = \frac{z^2 pq N}{Ne^2 + z^2 pq}$$

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza (1,96)

e: Error admisible (0,05)

N: Total de la población

p: Probabilidad exitosa (0,9)

q: Probabilidad de fracaso (0,1)

Cálculo

$$n = \frac{z^2 pq N}{Ne^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,9)(0,1)(7817)}{(7817)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,9)(0,1)}$$

$$n = \frac{2702,68085}{19,893244}$$

$$n = 136$$

3.6.1. Muestreo probabilístico

3.6.1.1. Aleatorio estratificado uniforme

El muestro probabilístico garantiza resultados no sesgados, aunque el costo y tiempo empleado es alto, pero con un margen de error mínimo, es por ello que el total de la población se divide en un número de estratos y el total de la muestra obtenida mediante la aplicación de la fórmula se la divide en partes iguales para cada estrato.

Tabla 2-3: Estratificación de mercado

PARROQUÍA LA MATRIZ	ZONA	PORCENTAJE	#DE ENCUESTAS
Sector San Agustín	939	12%	16
Sector la Inmaculada	1173	15%	20
Sector Centro	1718	22%	30
Sector Monserrath, la Merced y San Sebastián	1563	20%	27
Sector el Salto, la estación y la F.A.E	2423	31%	42
TOTAL	7816	100%	136

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censo. 2010

3.7. Tabulación y análisis de resultados

a. Mercado potencial

Pregunta N° 1

¿Con que frecuencia consume un café?

Tabla 3-3: Frecuencia de consumo

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Diariamente	26	20%
Semanalmente	81	59%
Mensualmente	29	21%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

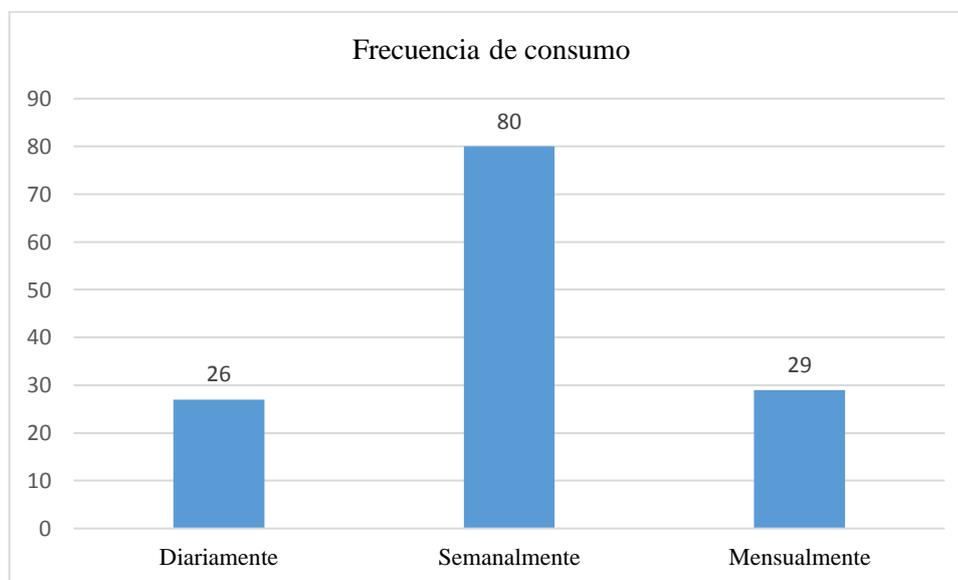


Gráfico 1-3: Frecuencia de consumo

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En cuanto a la frecuencia de consumo un 59% de los encuestados manifiestan que su visita a la cafetería es semanalmente, mientras que el 21% mensualmente, estos resultados son beneficios para el establecimiento ya que se garantizará una buena fluctuación de clientes, los cuales acudirán a la cafetería para realizar su consumo, las estrategias establecidas por el establecimiento permitirán captar más cantidad del clientela con el fin de incrementar el consumo en la cafetería.

Pregunta N° 2

Al momento de visitar una cafetería ¿Qué es lo que consumiría aparte de bebidas calientes y frías?

Tabla 4-3: Preferencia de productos

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Postres	34	25%
Distintos tipos de sándwiches y tostadas	52	38%
Comida rápida	5	4%
Aperitivos tradicionales (humitas, bolones)	45	33%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

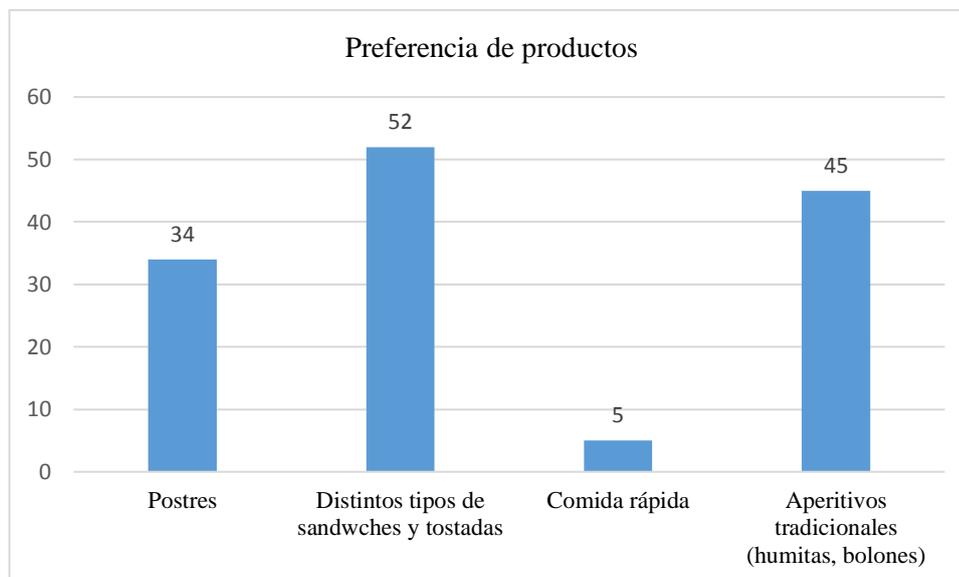


Gráfico 2-3: Preferencia de productos

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Del 100% de las encuestas realizadas un 38% manifiesta su gusto por el consumo de sándwiches y tostadas, seguido con un 33% de aperitivos tradicionales, es decir que las personas tienen una gran predisposición al consumo aperitivos tradicionales como son humitas y bolones, los cuales constituyen el aditivo adicional de los productos que ofrece la cafetería.

Pregunta N° 3

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café ahogado (producto estrella de la cafetería)?

Tabla 5-3: Disponibilidad de dinero para el producto estrella.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Entre \$1,20 a \$2	45	33%
Entre \$2,10 a \$2,50	72	53%
Entre \$3 a \$3,50	19	14%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

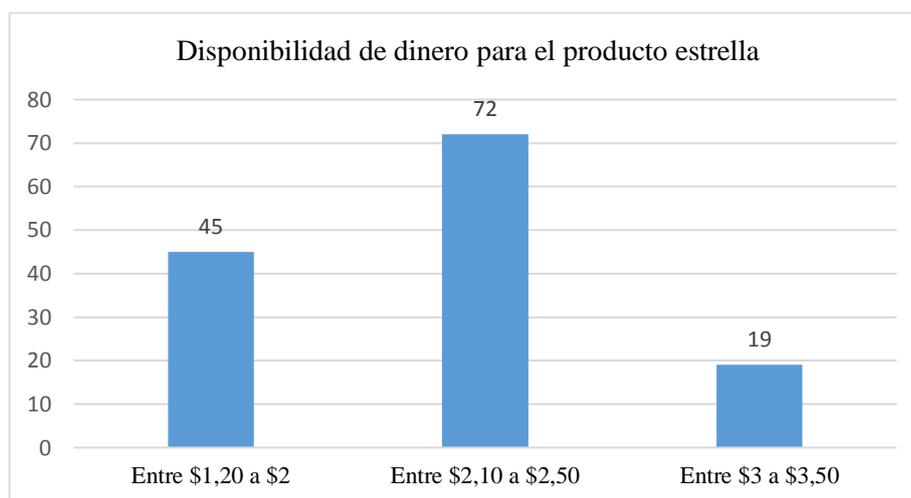


Gráfico 3-3: Disponibilidad de dinero para el consumo

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Conforme a los resultados obtenidos el 53% de las personas manifiestan que su gasto por el producto oscilaría entre \$2,10 a 2,50\$, mientras que un 34% acoge valores entre \$1 a 2\$. Con este resultado se determina que el valor más alto a pagar por el producto estrella es de \$2,50 lo cual es favorable, ya que el valor que se consideró a fijar en la carta con la ayuda de la receta estándar está considerado dentro de este precio, permitiendo una acogida positiva para esta bebida.

Pregunta N° 4

De los siguientes tipos de bebidas de café ¿Cuál es su favorito?

Tabla 6-3: Preferencia de tipo bebidas

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Frías	60	44%
calientes	76	56%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

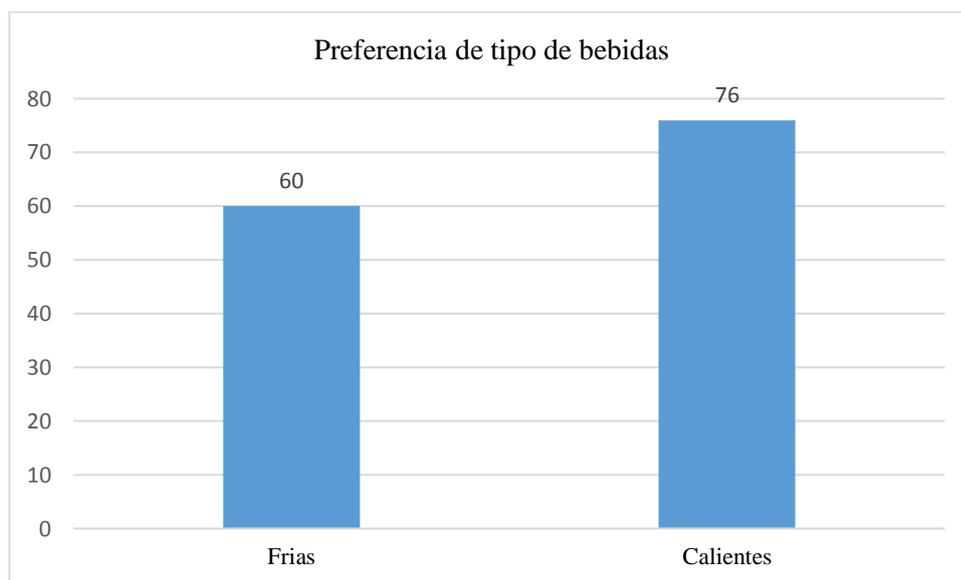


Gráfico 4-3: Preferencia de tipo de bebidas

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 56% de encuestados revela que tiene mayor afinidad por el consumo de bebidas calientes, mientras que el 44 % por las bebidas frías, los resultados obtenidos son beneficiosas para la cafetería debido a que existe en la carta del establecimiento mayor variedad de bebidas calientes a comparación de las frías, por tanto, el consumo será alto, permitiendo con esto la mayor obtención de ingresos económicos para la cafetería.

Pregunta Nro. 5

¿Qué es lo que habitualmente espera al momento de consumir en una cafetería?

Tabla 7-3: Aspectos importantes al consumir

Descripción	frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Servicio rápido y cortés	33	24%
Buen sabor en las preparaciones	53	39%
Ambiente acogedor y tranquilo	50	37%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

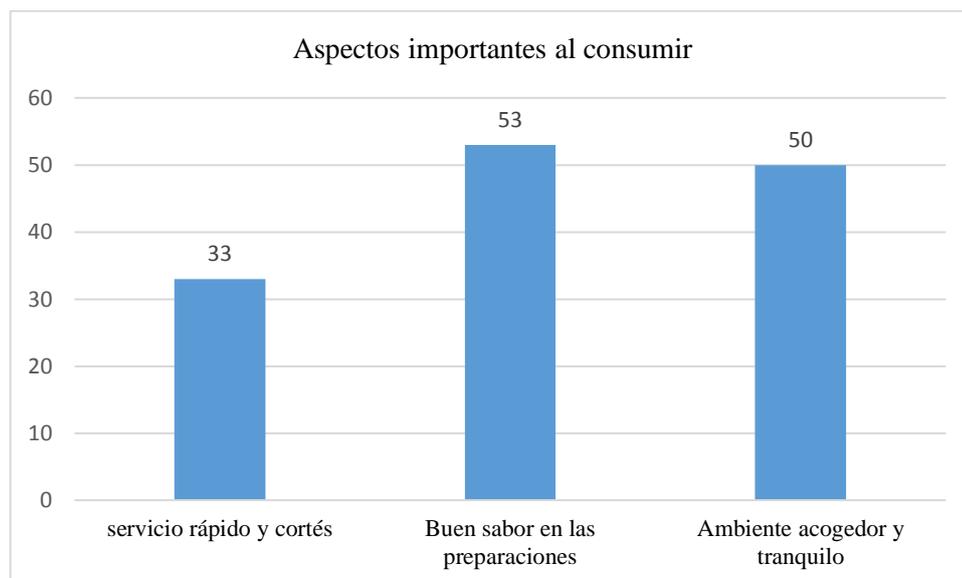


Gráfico 5-3: Aspectos importantes al consumir

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Según los resultados obtenidos el 39% de las personas encuestadas manifiestas que lo primero en tomar en cuenta es el buen sabor de las preparaciones, seguida de un ambiente acogedor con un 36%. Este resultado constituye una gran ventaja para el establecimiento debido a que ofrecerá preparaciones en el cual pueda el cliente disfrutar el aroma frutal, fino, así como el sabor delicado y penetrante del café lojano, sin dejar a un lado la calidad en el servicio, así como la cortesía, permitiendo que la persona pueda disfrutar de sus alimentos en un ambiente agradable.

Pregunta N° 6

¿Le gustaría que el establecimiento ofrezca servicio a domicilio sin costo adicional?

Tabla 8-3: Servicio de domicilio

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	101	74%
No	35	26%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

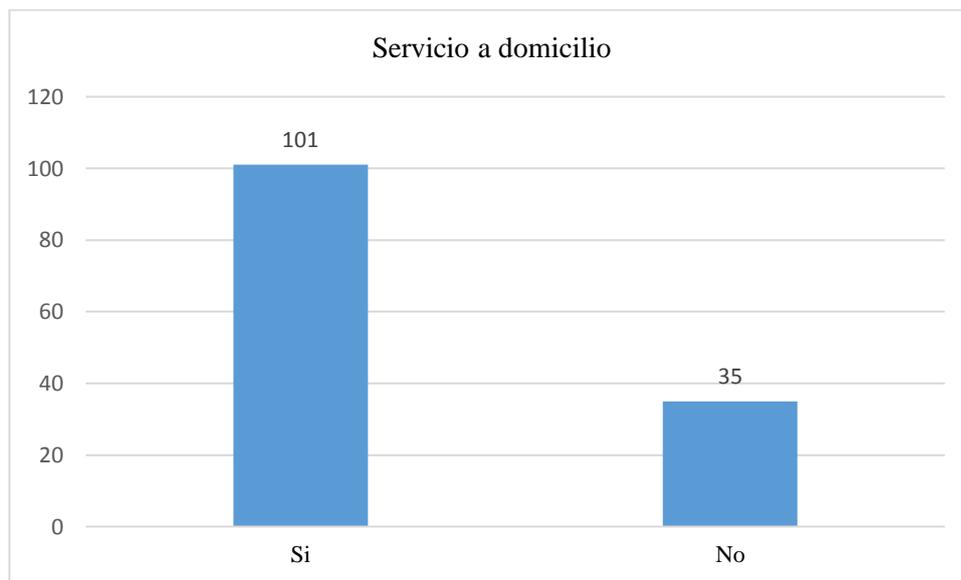


Gráfico 6-3: Servicio a domicilio

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 74% de las personas encuestadas manifiestan su aceptación por incluir el servicio a domicilio, mientras que un 26% no desearía este tipo de servicio, el porcentaje de aceptación se debe a que las personas no únicamente realizaría el pedido para su hogar sino también para sus lugares de trabajo que por falta de tiempo no podrían acudir al establecimiento personalmente, satisfactoriamente la cafetería se ubica cerca de los puestos de trabajo donde laboral los profesionales que no dispondría de tiempo para consumir nuestros productos.

Pregunta N° 7

¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría que el establecimiento promocione sus productos?

Tabla 9-3: Medios de comunicación para promocionar

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Periódico	12	9%
Afiches	17	13%
Redes sociales	87	64%
Radio	9	7%
Volantes	11	8%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

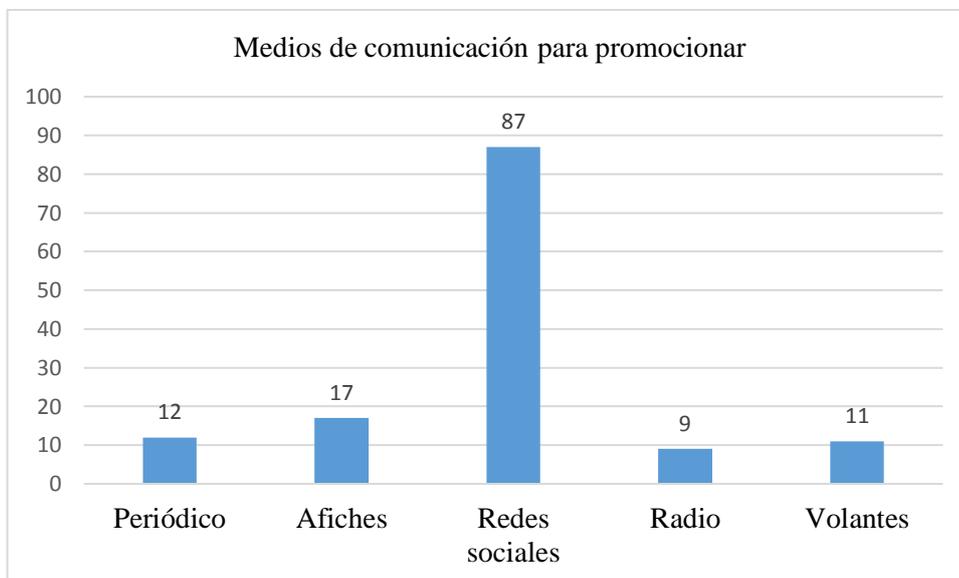


Gráfico 7-3: Medios de comunicación para promocionar

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

De acuerdo con los resultados de la encuesta el 64% de las personas prefieren la difusión del establecimiento mediante redes sociales, seguido de un 12% utilizando afiches. Esto constituye una gran ventaja debido a que casi la totalidad de las personas tiene el acceso a las redes sociales y representa para el establecimiento menos gastos (egresos) en lo que se refiere a publicidad.

Pregunta N° 8

¿En qué horario le gustaría que atienda el establecimiento?

Tabla 10-3: Horario de atención

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
13:00 a 21:00	31	23%
11:00 a 21:00	57	42%
12:00 a 22:00	48	35%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

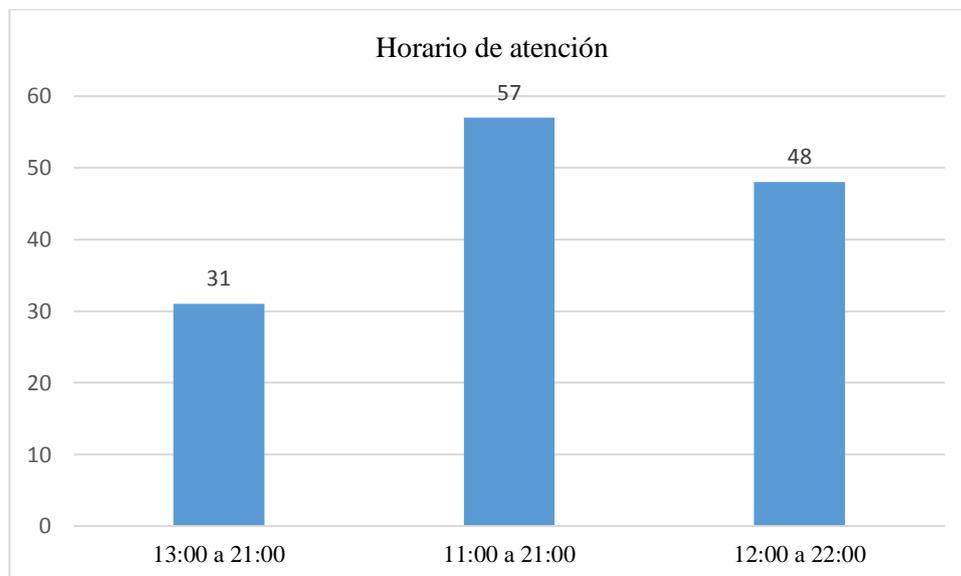


Gráfico 8-3: Horario de atención

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Un total de 42% señala que el mejor horario de atención sería entre las 11:00 a 21:00, esto debido a que gran parte de las personas incluyendo los universitarios dispone de tiempo en la tarde, como para relajarse en un ambiente agradable, acompañado de buenas preparaciones, por otra parte, el 35% manifiesta que el horario más óptimo sería a partir del medio hasta las 10 de noche ya que hasta esas horas también existe ciertos movimientos en la ciudad.

Pregunta N° 9

¿Qué tipo de promociones le gustaría que se ofrezca en la cafetería?

Tabla 11-3: Tipo de promociones

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
2 x 1 una vez a la semana	68	50%
Obsequiar un producto en fechas especiales	50	37%
Descuento del 10% compras > \$15	18	13%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

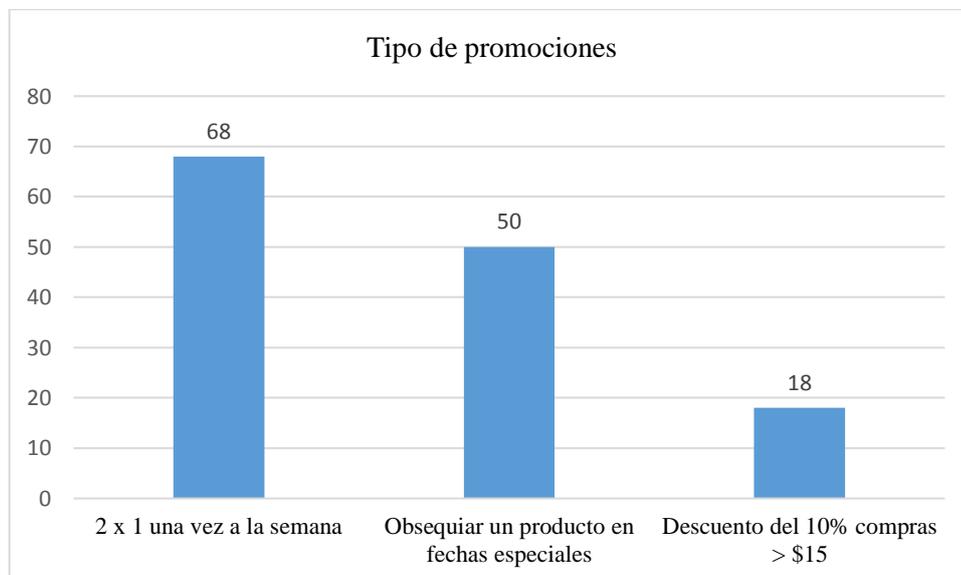


Gráfico 9-3: Tipo de promociones

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Del 100% de los encuestados el 50% manifiesta su aceptación por el 2x1, mientras que el 37% por el obsequio, los resultados obtenidos son satisfactorios debido a que dentro de las estrategias establecidas como métodos de capacitación de clientes se encuentra como primera opción la promoción del 2x1 consiguiendo con esto incrementar la fidelización del cliente.

Pregunta N° 10

¿Ha visitado otros establecimientos que ofrezcan productos y servicios de cafetería?

Tabla 12-3: Visitado establecimientos de cafetería

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	86	63%
No	50	37%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

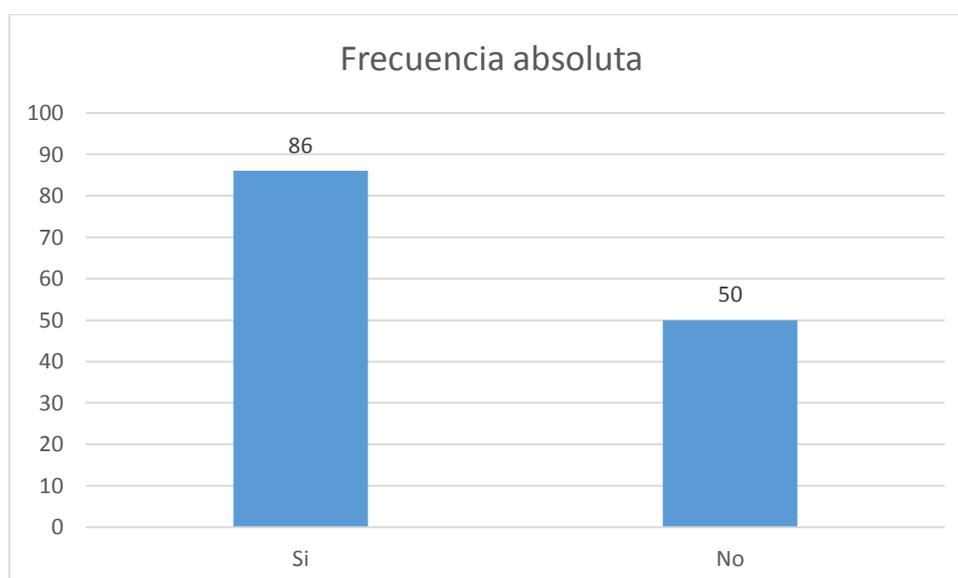


Gráfico 10-3: Visitado establecimientos de cafetería

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Un 63% de los encuestados manifiestan que han visitados establecimientos de cafetería, mientras que un 37% no han acudido a estados establecimientos, con estos resultados la cafetería se ofrecerá productos y servicios de calidad, esto dirigido al porcentaje de personas que acuden a estos establecimientos, además que se pretende fomentar al consumo de una variedad de café que produce el Ecuador como lo es el café arábigo cuyas características son una mayor concentración de sabor, aroma.

Pregunta N° 11

¿Según su criterio, estaría de acuerdo con la creación de una cafetería que utilice un café en el cual predomine el sabor y aroma (café arábigo lojano)?

Tabla 13-3: Estaría dispuesto a consumir en una cafetería que utilice el café lojano

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	122	89%
No	15	11%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

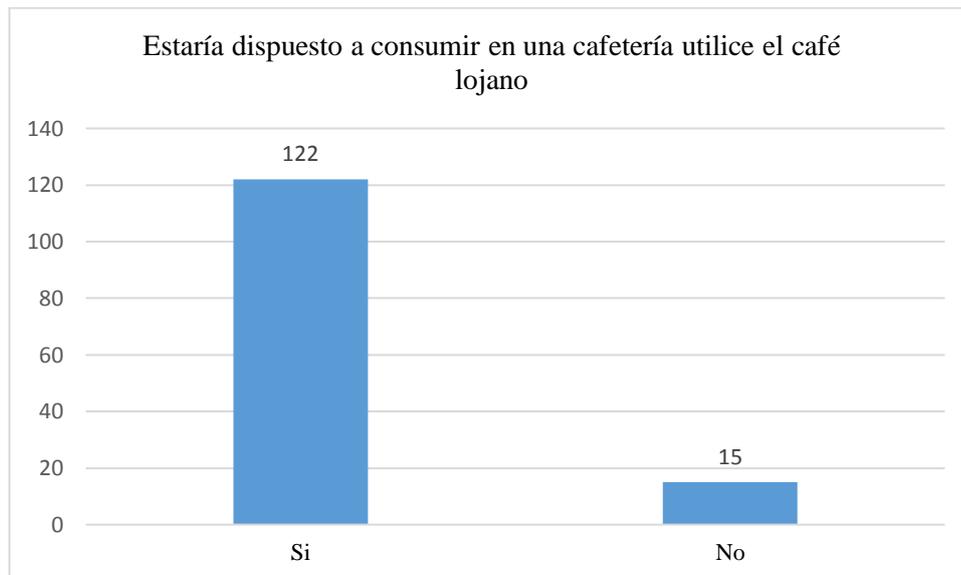


Gráfico 11-3: Estaría dispuesto a consumir en una cafetería que utilice el café lojano

Fuente: Encuesta a población urbana de Latacunga, 2018

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Del 100% de las personas encuestadas un total del 89% manifiestan su aceptabilidad mientras que un 11% no están de acuerdo con la implementación, esto debido a que han tenido una experiencia negativa en cuanto al sabor del café, por otra parte el porcentaje positivo manifiesta la atracción por algo nuevo, diferente y porque se trata de la utilización de uno de los mejores café de altura, en el cual predomina el sabor y aroma a comparación de los demás locales, además de ofrecer los servicios en un lugar acogedor, que la gente pueda disfrutar de música agradable.

CAPÍTULO IV

4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El desarrollo del emprendimiento consistió en un proceso de creación de un nuevo espacio de negocio, de nuevos productos, de una nueva marca, con el fin de satisfacer las necesidades insatisfechas de la ciudadanía. Este espacio va a ser conducido por personas que poseen un carácter emprendedor, capaces de identificar la necesidad, resolver problemas, crear nuevas necesidades para agilizar la vida cotidiana de la colectividad, estar continuamente con la competencia para identificar la debilidad o la decadencia del mismo.

La persona emprendedora es capaz de crear e iniciar la ejecución de un negocio tomando en cuenta los posibles riesgos que podría asumir durante la ejecución o el desarrollo de la dependencia, trata de cubrir una necesidad latente en las personas ya sea con la creación de un producto o servicio, la creación de la cafetería implicó realizar un estudio minucioso del sector al cual se estaba enfocando, tomar en cuenta a la competencia, debido a que no se trata de copiar sino de innovar, identificando las desventajas para mejorar. Es importante tomar en cuenta que no es lo mismo ser emprendedor que tener espíritu emprendedor, el ser emprendedor implica buscar ideas y utilizar todos recursos necesario para que su proyecto empresarial se vuelva tangible, de cierta manera es un sujeto visionario que tiene claras sus ideas y no admite errores en la ejecución, por otra parte tener el tener espíritu de emprendedor consiste en asumir riesgos, de innovar y de soñar, sabiendo que al emprender puede tener como no una exitosa acogida.

La persona emprendedora es visionaria, que busca la solución y no espera que las cosas se den esporádicamente, posee la capacidad de gestionar, está preparada para los cambios. Varias son las características que debe reunir un emprendedor entre ellas esta:

Perseverancia: La persona se aferra a la creación de su proyecto, vence el miedo los obstáculos que le impida concretar sus objetivos y metas, es capaz de cambiar sus estrategias cuantas veces sea necesario con el fin de encaminar su proyecto al éxito.

Compromiso y coraje de asumir riesgo: El emprendedor dedica su tiempo total al proyecto, siempre alertar de los cambios que ocurre en el mercado, posee valentía para asumir riesgos, buscando solución inmediata a los problemas, no tiene miedo a lo nuevo.

Calidad e innovación: se centra en la idea de mantener a su cliente, buscando mejorar los productos o servicios que brinde la competencia, para conseguir la fidelización de sus clientes.

4.1 Identificación de la Idea

Para el desarrollo de esta etapa fue necesario la recopilación de los posibles productos o servicios que sean escasos o insatisfechos dentro del mercado potencial donde se desea implementar el establecimiento, de esta manera se puede tener una clara noción sobre la idea que se desea realizar conjuntamente como el nivel de innovación a implantar, las necesidades insatisfechas que se desea cubrir y a la vez aportar con el desarrollo socio económico de ciudad y provincia.

4.1.1 Lluvia de ideas

Se establece un listado de las principales ideas que ayudará a implantar la propuesta del emprendimiento mediante la utilización de estrategias.

Tabla 1-4: Lluvia de ideas

Ideas	Características	Necesidad/problema que satisface
Diseño para la implementación de una cafetería de estilo clásico, utilizando café arábigo lojano.	Es un establecimiento que brinda un ambiente tranquilo, agradable, capaz de ofrecer un servicio rápido y con productos de alta calidad, lo característico del negocio es el tipo de diseño clásico, es decir una conjugación en colores, con elementos decorativos antiguos, y mobiliario de la época, que proyecte elegancia a la cafetería, y la vez consumir potencializar el consumo de la café de la variedad arábigo, con esto se pretende ofrecer al cliente un café recién molido en el cual se pueda apreciar el	La implementación de la cafetería tiene por objetivo potencializar el consumo de café, debido a que las personas de la ciudad carecen de una cultura en cuanto a este producto, tradicionalmente las personas consumen otro tipo de bebidas, propias de la zona. Por otra parte, las personas ya no priorizan únicamente la calidad del producto sino también en el tipo de servicios, ambiente en cual pueda disfrutar, sentirse relajados después una rutina de trabajo ardua.

	sabor delicado acompañado de un aroma refinado.	
Diseño de la implementación de pastelería y repostería utilizando como materia prima las frutas y granos tipos de la región sierra centro.	El emprendimiento en si consiste en elaborar distintos tipos de postre y tortas con la utilización harina de distintos tipos de granos tales como quinua, amaranto, maíz negro así mismo utilizado frutas tanto para los rellenos de las tortas, así como para elaboración de una variedad de postres	El tipo de necesidad que satisface este tipo de producto es la utilización de materia prima propios de la zona, que por contenido nutricional favorece a la salud de la persona que continuamente se encuentra en la búsqueda de productos que no posee contenidos altos de azúcar o productos sintetizados.
Creación de una línea de embutidos a base de carne de codorniz.	La carne de codorniz generalmente es consumida las personas ya sea asadas o en ocasiones en sopas, es por ello que nace la necesidad de proveer al consumidor otra forma distinta en la que puede consumir este tipo de carne, con la implementación de una línea determinada de embutidos.	La necesidad que se satisfacer es la alimentación de este tipo de carne, pero una forma distinta y a la vez que sea agradable, centrándose más a un segmento de mercado familiar, personas adultas saludables que conocer el beneficio de consumir la carne de codorniz por el valor nutricional que posee.

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.1.1.1 Selección y evaluación de la idea

Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea

Criterios ideas	Costos de materia	Innovación	Conocimiento técnico	Clientes satisfechos	Disponibilidad de materia	Total
Diseño para la implementación de una cafetería de estilo clásico.	4	4	4	5	5	22
Diseño de la implementación de pastelería y repostería utilizando como materia prima las frutas y granos tipos de la región sierra centro.	4	3	4	4	4	19
Creación de una línea de embutidos a base de carne de codorniz.	3	4	4	3	4	18

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 3-4. Valores de evaluación de la idea

Nulo	Bajo	Medio	Medio alto	Alto
1	2	3	4	5

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Para la evaluación de las tres ideas se ha establecido 5 variables las mismas que van ser calificadas con los valores del 1 a 5, que sumados da un total de 25, permitiendo con esto identificar la idea que es más factible para la implementación del emprendimiento.

4.1.1.2 Descripción de la idea seleccionada

Mediante la evaluación aplicada se pudo determinar que la idea seleccionada cuenta con un puntaje de 22 es la creación de una cafetería de estilo clásico, utilizando café arábigo lojano en la ciudad de Latacunga. Esta idea tiene una propuesta innovadora, creativa debido a que ofrecerá un servicio rápido, eficiente, con una gran variedad de preparaciones, que le permitirá al cliente instalarse en un lugar acogedor, que disponga de elementos decorativos referentes antiguos con referencia agradable que disfrute del aroma y sabor de un buen café.

4.1.2 Justificación

La ciudad de Latacunga dispone de pocos establecimientos de cafeterías que sean reconocidos por parte de la colectividad, según los datos obtenidos del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del 2016 del cantón Latacunga, en la tabla de establecimientos por número de patente-tipo de negocio la parroquia La Matriz dispone de 102 establecimientos restauranteros de los cuales 10 corresponde a establecimientos de cafeterías, con estos datos se pretende cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha que existe en la ciudad, conjuntamente con fomentar el consumo de una variedad de café, que pese a que el Ecuador es un país exportador de café, lastimosamente los ecuatorianos carecemos de una cultura en cuanto a su consumo.

La presente propuesta de factibilidad tiene por objetivo crear una cafetería que potencie el consumo de un café de calidad, y a la vez que priorice la comodidad del cliente ofreciendo un espacio cómodo llamativo mediante la utilización de lámparas colgantes, cuadros y la conjugación de colores que resalten y sean propio de un estilo clásico, palabra que se asemeja a la elegancia, además que aporte al desarrollo local, mediante la generación de fuentes de trabajo. Para la ejecución del proyecto se dispone de conocimientos teóricos y prácticos indispensables para la aplicación de los procesos de producción y de servicio, el mismo que constituyen una ventaja a diferencia de los otros establecimientos de la ciudad.

4.1.3 Nombre del emprendimiento

Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento

Atributo de la idea	Original	Descriptivo	Significativo	Agradable	Fácil de recordar	Claro	Total
Retrocoffee	4	5	4	4	5	5	27
Nuevo amanecer	4	4	4	3	4	4	23
Sweet & coffee	4	4	5	5	4	4	26

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 5-4: Valores de evaluación de la idea

Nulo	Bajo	Medio	Medio alto	Alto
1	2	3	4	5

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Los valores para la evaluación tendrán un rango de 1-5 que sumado dará un valor total de 30 puntos debido a que se dispone de 6 variables, con esto se permitirá identificar la identidad que se dese dar al establecimiento.

Análisis

Para la selección del nombre se eligió un grupo focal de 5 persona profesionales pertenecientes a la ciudad, la elección del nombre se debe a la originalidad, que es fácil de recordar para los clientes, hace referencia a la actividad del negocio asociado con el tipo de estilo al cual está enfocada el establecimiento.

4.1.4 Naturaleza de emprendimiento

Industrial

El establecimiento de cafetería se caracteriza por ser de tipo industrial debido a que en el área de producción se realiza la transformación de la materia prima, independiente si el lugar es pequeño o grande, o si se realiza o no una producción a gran escala, la materia prima utilizada en el establecimiento es el café, a partir de este producto se realiza diversas preparaciones que van desde bebidas hasta los postres. Dentro del área de producción la maquinaria y equipo que se dispone es óptima para realizar todo el proceso y con esto facilitando aplicar los estándares de calidad, el personal del área cuenta con todos los conocimientos y técnicas para poder desempeñar su trabajo.

Comercial

La cafetería es de tipo comercial debido a que se realiza un intercambio de las preparaciones existente en el establecimiento por un valor monetario, el mercado meta que se ha elegido son las personas comprendidas en un rango de edad de 34 a 64 años, es decir la población económicamente activa de la parroquia, con la ayuda del marketing el establecimiento implantará estrategias para llegar al mercado meta con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes de la ciudad. Una de las características sobresalientes de ser de tipo minorista es que los productos que expende la cafetería se comercializan en un espacio pequeño y los clientes habitualmente son los consumidores finales.

Servicio

Al ser la cafetería una empresa de servicio, el objetivo principal es la de brindar u ofrecer un servicio (intangibles) de alimentación a la colectividad es decir al mercado objetivo, con el fin de cumplir con las aspiraciones y necesidades del cliente a cambio de un fin lucrativo, uno de los aspectos importantes a tomar en cuenta es la de ofrecer un servicio de rápido, eficiente y de calidad. Para la cafetería la primera impresión es lo primero que cuenta, ya que al ser positiva se tiene la ventaja de que el consumidor regrese nuevamente y a la vez pueda difundir los aspectos positivos del establecimiento, esta defunción se conoce también como la promoción boca a boca la misma que más efectiva y confiable.

4.1.5 Descripción del emprendimiento

El establecimiento de cafetería “Retrocoffee” tiene por objetivo brindar un servicio rápido, eficiente y a la vez realizar preparaciones totalmente diferentes a lo que habitualmente se encuentra en la ciudad, con la utilización de un café lojano en el cual la clientela pueda disfrutar del aroma delicado, y sabor penetrante del café mediante la preparación de distintas bebidas frías-calientes, el estilo que se desea brinda al cliente es clásico permitiendo que el cliente escoja este establecimiento para realizar distintas actividades que pueden ir desde alejarse un momento de la rutina habitual hasta compartir una conversación amena con los amigos.

4.1.5.1 Misión

Retrocoffee es una micro-empresa encargada de elaborar distintas bebidas calientes-frías, y postres de excelencia, utilizando materia prima de calidad, prestando un servicio rápido y eficiente que permita al cliente disfrutar y relajarse en un ambiente distinto con música agradable.

4.1.5.2 Visión

Ser líder de las mejores cafeterías a nivel local y posteriormente nacional, persiguiendo siempre la perfección en el servicio y producto del café, con personal altamente calificado con el fin de satisfacer y cumplir con las exigencias de nuestros clientes en un periodo de 5 años.

4.1.5.3 Políticas y estrategias

Tabla 6-4: Políticas y estrategias

Políticas	Estrategias
Personal capacitado	<ul style="list-style-type: none">- Establecer un proceso de selección en el cual se tomen en cuenta las actitudes y aptitudes del personal.- Implantar un proceso de selección en el cual se tomen en cuenta las actitudes y aptitudes del personal.- Realizar una constante capacitación al personal.
Calidad en servicio y producto	<ul style="list-style-type: none">- La atención al cliente deberá ser rápido y afectuoso.- La elaboración de las preparaciones deberá cumplir con las distintas normas de sanidad.- La materia prima utilizada deberá cumplir con los parámetros empleados por la empresa en cuanto a sus cualidades organolépticas.
Eficiente trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none">- Incentivar la comunicación en las distintas áreas que forman parte del establecimiento.- Impulsar el apoyo mutuo entre personal de trabajo para la solución de conflictos.- Promover respeto con cada persona que la trabaja en el negocio.

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.1.5.4 Valores y principios

A. Valores axiológicos

- Sinceridad
- Respeto
- Amor
- Trabajo en equipo

B. Valores de trabajo

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Compañerismo
- Lealtad

4.1.5.5 Distingos y ventajas competitivas

A. Ventajas

- En fechas especiales (cumpleaños, día de la madre, día de la mujer, día del niño entre otras) podrán escoger un postre que se encuentre dentro de la carta destinada a fechas especiales.
- Para celebrar las fechas especiales (cumpleaños, aniversario), el personal de servicio dispondrá de música y baile para alegrar el ambiente.
- Promover un descuento del 15% por el consumo de más de 10 personas.

B. Distingo competitivo

- El diseño del lugar con un estilo clásico utilizando lámparas llamativas para las mesas.
- El uso de café arábigo lojano para la elaboración de las distintas preparaciones, debido a que existe cierto desconocimiento por el uso de este tipo de café en la gran mayoría de la ciudadanía.
- Disponibilidad de sillones minimalistas con mesas céntricas.

4.1.6. Aplicación del FODA

Tabla 7-4: Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">- Disponer de personal calificado, que conozca el producto, así como el proceso de elaboración.- El uso de un café lojano recién molido, con el fin de potencializar el consumo.- Contar con un ambiente agradable, acogedor, que tenga elementos decorativos, y mobiliario que haga referencia a lo antiguo, y a lavez que proyecte elegancia	<ul style="list-style-type: none">- Con el bajo presupuesto que se dispone no se podrá brindar una publicidad que abarque a todo el sector de la ciudad.- El personal que se encuentre laborando con se identifique con los objetivos de la empresa.- No contar con un local propio, puede acarrear una subida de precio en el arriendo o venta del mismo.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- La ubicación del establecimiento en un lugar comercial.- La competencia que expenden casi los mismos productos se encuentra alejados considerablemente de mi establecimiento.- Al encontrarse cerca del terminal los clientes no únicamente sería locales sino también de las otras provincias.	<ul style="list-style-type: none">- La competencia, aunque no se encuentre cercana al establecimiento ya posee la fidelización de sus clientes.- Cambio en las reformas sobre los permisos de funcionamiento.- La inseguridad de la ciudad, esto debido al incremento de la delincuencia.

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado empleado en el desarrollo de la proyecto permitió conocer el porcentaje de la demanda y de la oferta del segmento de mercado enfocado, la herramienta utilizada para determinar el porcentaje fue la aplicación de las encuestas, los resultados obtenidos permitió conocer que la viabilidad del proyecto es satisfactoria debido a la fuerza de la demanda, de la misma forma con el mix de mercado se establecer los precios en comparación con la competencia, se diseñara la marca, el eslogan de la cafetería que permitirá diferenciar al establecimiento de la competencia.

El mercado al cual se encuentra enfocado el proyecto es la parroquia La Matriz de la ciudad de Latacunga, específicamente a la población económicamente actividad que consta con un total 7817 habitantes. Para la determinar de la población objetiva se emplea la fórmula de interés compuesto, tomando en cuenta el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional que es de 1,85%., dato obtenido del plan de desarrollo y crecimiento territorial del cantón Latacunga.

Tabla 8-4: Fórmula de interés complejo

POBLACIÓN	7817	
$PO (1 + I)^{años}$		
PO=	7817	%
I=	1,85	0,0185

Fuente: INEC 2010

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 9-4: Crecimiento poblacional

AÑO	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2010	7817	7817
2011	7817	7962
2012	7817	8109
2013	7817	8259
2014	7817	8412
2015	7817	8567
2016	7817	8726
2017	7817	8887
2018	7817	9052
2019	7817	9219
2020	7817	9390
2021	7817	9563
2022	7817	9740
2023	7817	9920

Fuente: INEC 2010

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.



Gráfico 1-4: Crecimiento poblacional

Fuente: INEC 2010

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis Interpretativo - descriptivo

Mediante la aplicación de la fórmula y considerando la tasa de crecimiento población que hasta el 2016 es de 1,85% datos obtenidos de GAD del cantón Latacunga, se pudo determinar el promedio del crecimiento población en la parroquia La Matriz de la ciudad de Latacunga que, en un periodo de 5 años, existe una variación de crecimiento de 145 a 180 personas al año.

4.2.1. Demanda proyectada

Los datos proporcionados por el Instituto ecuatoriano de estadísticas y censos (INEC) más la aplicación de la fórmula se pudo determinar el crecimiento poblacional. Con estos datos más porcentaje de aceptabilidad sobre la implementación de la cafetería (datos fueron obtenidos de la aplicación de las encuestas en la parroquia La Matriz de la ciudad de Latacunga) se podrá determinar la demanda del mercado al cual se encuentra enfocado el proyecto.

Tabla 10-4: Demanda proyectada

AÑO	POBLACIÓN	CONSUMO	DEMANDA PROYECTADA
2018	9052	89%	8056
2019	9219	89%	8205
2020	9390	89%	8357
2021	9563	89%	8511
2022	9740	89%	8669
2023	9920	89%	8829

Fuente: Estudio de Merado

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

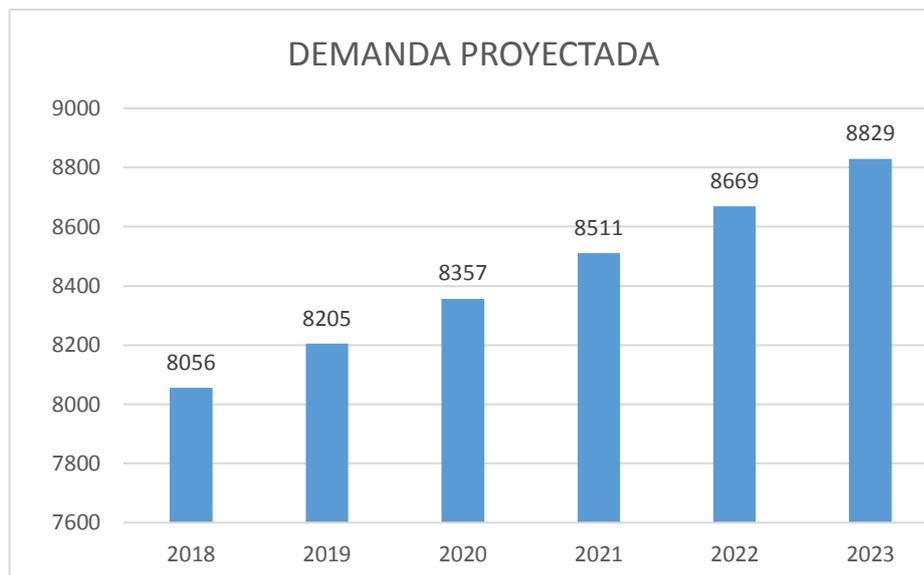


Gráfico 2-4: Demanda proyectada

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis Interpretativo - descriptivo

Se logró la proyección de la demanda en un periodo de 5 años, se tomó en cuenta el porcentaje de la aceptabilidad que fue de 89% datos obtenidos de la aplicación de las encuestas en la parroquia La Matriz.

4.2.2. Oferta

En la oferta se considera a aquellos locales que oferten bienes o servicios con respecto a la alimentación, para la determinación de la oferta se utilizará los porcentajes obtenidos de la aplicación de las encuestas en la ciudad de Latacunga, con respecto a la pregunta sobre la existencia de establecimientos de cafetería de estilo que use el café lojano.

Tabla 11-4: Oferta proyectada

AÑO	POBLACIÓN OBJETIVA	OFERTA LOCAL	OFERTA PROYECTADA
2018	8.056	63%	5.075
2019	8.205	63%	5.169
2020	8.357	63%	5.265
2021	8.511	63%	5.362
2022	8.669	63%	5.461
2023	8.829	63%	5.562

Fuente: Estudio de Mercado

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

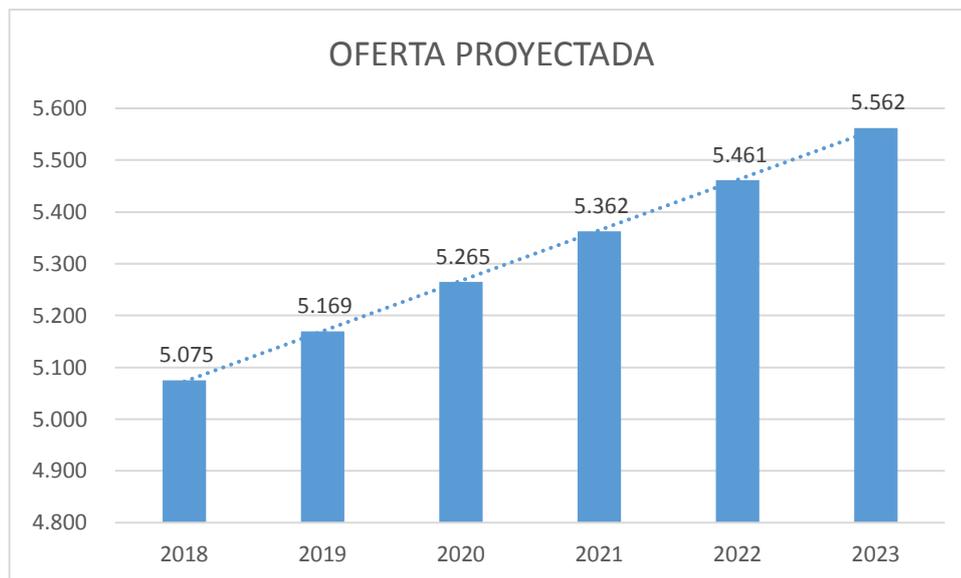


Gráfico 3-4: Oferta proyectada
Fuente: Estudio de Merado
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis interpretativo- descriptivo

En la proyección de la oferta se pudo determinar que un 63% de la colectividad visitado cafeterías pero que no ofrecen preparaciones utilizando el café arábigo lojano, con esta ventaja se pretender ofertar a la clientela un producto con características organolépticas distintas en el cual se aprecien el aroma, sabor delicado del café, en un ambiente distinto a lo que habitualmente se encuentra en la ciudad.

4.2.3. Demanda insatisfecha

Para la determinación de la demanda insatisfecha se procede a realizar una resta entre la demanda y la oferta, en el caso de ser positivo el resultado se determinará la viabilidad del proyecto de factibilidad, para continuar con las siguientes fases.

Tabla 12-4: Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	8.056	5.075	2.981
2019	8.205	5.169	3.036
2020	8.357	5.265	3.092
2021	8.511	5.362	3.149
2022	8.669	5.461	3.207
2023	8.829	5.562	3.267

Fuente: Estudio de Merado
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

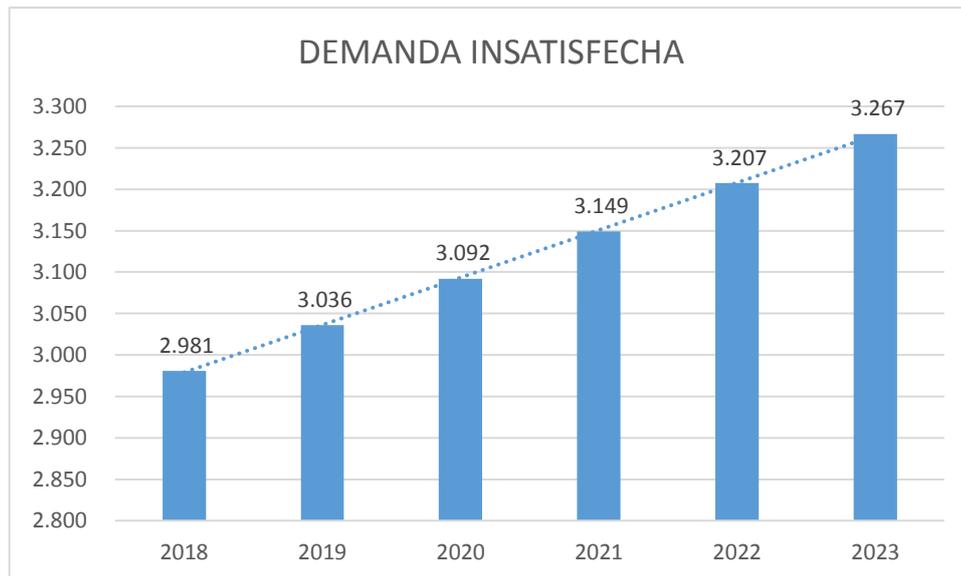


Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha

Fuente: Estudio de Mercado

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis interpretativo- descriptivo

Con la aplicación de la fórmula se pudo determinar que existe demanda insatisfecha, debido a que la demanda de la localidad no puede ser cubierta por la oferta existente, un total del 37% de las personas encuestadas manifiesta que no existen locales que utilicen este tipo de café, con estos datos positivos se procederá a la continuación de los siguientes estudios para la realización del emprendimiento.

4.2.4. Mix de mercado

El mix de mercado es considerado la segunda fase importante para realizar el estudio de mercado, en esta etapa se llega a determinar las necesidades insatisfechas que presenta el mercado potencial y también aquellas que se mostrará en un futuro, se cubrirá las necesidades mediante la aplicación de estrategias proyectadas para los cuatros variables que conforman el mix de mercado como son: el producto, precio, plaza y promoción.

4.2.4.1. Producto

Los productos que la cafetería “Retrocoffee” ofrecerá a los consumidores serán elaborados con un café netamente lojano, el cual posee el registro sanitario pertinente y a la vez que garantice la provisión de materia prima durante todo el año con la finalidad de poseer la fidelidad del cliente; con esto se trata de potencializar el consumo de café, en la ciudad de Latacunga, esto debido a la

falta de cultura con respecto al consumo, el Ecuador se dedica al cultivo de uno de los mejores café del mundo, los mismo que son exportados a varias partes de mundo, lo que se pretende es que la ciudadanía conozca este producto como parte de su cultura.

Los productos que se elaboran en el establecimiento están enfocados a las personas que gustan del café, y además que desean alejarse un momento de la rutina diaria, para entablar una conversación amena con los amigos o únicamente solo, el producto está enfocado a la población económicamente activa de la parroquia, la aplicación de las normas BPM Y HACCP durante la producción garantizará la calidad de producto. Se considerará que la mayor demanda de la cafetería serán los días lunes a sábado en horario de 12:00 a 22:00.

Las preparaciones que ofrece el establecimiento van desde una variedad de bebidas frías y calientes, se diferencia de la competencia debido a que el tipo de café utilizado tiene un mayor pronunciación en el aroma y sabor, además que se utiliza la maquinaria adecuada que permita la preparación en el instante que se realiza el pedido, la preparación de la mayoría de bebidas comienza de la molienda de los granos de café previo a la preparación, posteriormente la máquina debe encontrarse encendida para comenzar con el proceso, en caso de utilizar leche, este debe estar previamente refrigerada para realizar la texturización, siempre pendiente para evitar la formación de burbujas grandes.

En cuanto a los distintos tipos de sándwiches, se dispondrá de materia prima fresca y de calidad, se tomará en cuenta la manipulación evitando una posible contaminación cruzada, a la vez el control de temperatura en caso de tratarse de carnes.

En la elaboración de postres lo más importante a tomar son las cantidades, que deben ser exactas para evitar alteraciones el producto final, el tipo de relleno depende del producto que se desea ofrecer, el control de temperatura en el caso de postres calientes es de suma importancia, de la mismo que sucede con el postre frío.

A. Slogan

“Transportate con el aroma de café”

Análisis

El eslogan elegido hace referencia al ambiente que el establecimiento ofrecerá al cliente, un estilo clásico donde aparte de realizar su pedido podrá disfrutar de una música agradable, relajante y además que el tipo de café utilizado posee un aroma penetrante, acidez regulada, sabor intenso y agradable al paladar.

B. Logo de la empresa



Figura 1-4: Logotipo
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

C. Colores de la empresa

Café: este color transmite calidez, deleite, confianza, de cierta forma trasmite fuerza, vigor hacia la persona. También emite una sensación de dulce o amargo y a la vez evoca una sensación de otoño provee la impresión de equilibrio.

Rojo oscuro: Evoca energía, furia, ayuda en la estimulación del apetito, tiene como fin la estimulación de los sentidos de la vista.

Negro: El color negro proyecta elegancia, valentía, poder y seriedad en el producto o servicio, desde el enfoque del marketing refleja exclusividad, alta calidad y de cierto modo estatus. Este color refleja sencillez ya que posee ausencia de otra gama de colores. (Ildefonso Grande, 2006, p. 86)

D. Imagen corporativa



Figura 2-4: Imagen corporativa
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.2.4.2. Precio

La determinación del precio se realizó mediante la utilización de la receta estándar en la etapa financiera, tomando en cuenta aspectos importantes como la localización del establecimiento, la competencia por la que estaría rodeada, los costos de producción que se realizaron durante el proceso de investigación.

Una de la estrategia que el establecimiento utilizó es la de los precios psicológicos, es decir varios de los consumidores pueden asociar un precio alto en relación con la calidad y también se guían por los precios mágicos en la cual la persona al ver un producto con un valor terminado .95 o .99, se le viene a la mente que el costo es menor, por ejemplo si un café cremoso está en un valor de \$1,95 indica que su precio es económico y que no debe pagar \$2. (Espinoza, 2007, p. 34)

4.2.4.3. Plaza o distribución

La fase de distribución radica en una serie de tareas o actividades utilizada para transportar el producto terminado hacia el punto de venta (cliente final), tomando en cuenta el tiempo y lugar adecuado de distribución, existen varios aspectos que se deben tener en cuenta como

almacenamiento, transporte, proceso de pedidos, entre otras. El canal de distribución elegido para el emprendimiento será el canal directo (del productor al consumidor), permitiendo con ello garantizar un producto fresco, de calidad conjuntamente supervisando la manera correcta de servicio y producción de las distintas elaboraciones hacia el cliente.

4.2.4.4. Promoción

Para la fase de promoción del emprendimiento en cuanto a los productos que va a ofrecer, se aplicaran ciertas estrategias como la difusión en medios de comunicaciones (radio, redes sociales) donde se dará una breve reseña de la cafetería, también bajos precios en las preparaciones, descuentos.

- Ofrecer un descuento especial del 10% por la compra mayor a \$15 todos los fines de semana.
- Promocionar el 2 x 1 una vez a la semana, independientemente del día.
- Ofrecer productos sorpresas como regalo durante toda la tarde una vez por semana.

4.2.5. Competencia

De acuerdo con la competencia existen en el mercado enfocado, se puede determinar que no existe una competencia directa, varios de los establecimientos de alimentos y bebidas establecido en el mercado objetivo son la mayoría restaurantes, pastelerías y panaderías.

Estos establecimientos forman parte de la competencia indirecta que posee una demanda media alta, debido al tiempo que se encuentra en la ciudad y al grado de fidelidad de sus actuales clientes, pero no brindan el servicio y producto que una cafetería ofrecer.

Tabla 13-4: Competencia

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
Panadería Casa del pan	Av. Amazonas y 5 de junio
Asadero el Leñador	Av. Amazonas y Guayaquil
Restaurante Su Casita	Av. Amazonas y Guayaquil
Restaurante Amazonas	Av. Amazonas y 5 de junio

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.2.6. Análisis del sector

La cafetería Retrocoffee se encontrará ubicado en el centro de la ciudad de Latacunga, en la parroquia La Matriz, debido el movimiento comercial que se genera en la ciudad, así como la cercanía al terminal terrestre, permitiendo obtener una acogida no solo por los habitantes de la ciudad sino también de otros cantones y provincias del Ecuador. El establecimiento se caracterizará por el uso de café arábigo lojano en sus preparaciones complementado con el estilo clásico del local que le permitirá brindar al cliente un ambiente diferente, acogedor y agradable.

4.2.7. Cargos y funciones del área comercial

El área comercial o también conocido área de ventas posee como función principal la atención al cliente, para ello el personal de servicio será quien atienda los requerimientos del cliente, con respeto y rapidez, además que deberán cuidar la limpieza de las mesas, piso, espejos, y al finalizar el horario de trabajo será quien realizar el cierre de caja con la presencia del administrador del establecimiento.

Tabla 14-4: Profesiograma profesional servicio

RetroCoffee		
	Puesto o cargo	Mesero/ Cajero
	Departamento	Servicio
	Código	00004
OBJETIVO DEL PUESTO		
Efectuar el servicio de cafetería de acuerdo con las funciones para el área.		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> - Verificar la limpieza de los baños, los espejos, los vidrios. - Controlar la limpieza de los pisos - Verificar el stock de materiales para el servicio. - Verificar la limpieza de toda la cristalería. - Control el orden de las mesas, sillas. - Conocer todos los productos que se va a emprender en el establecimiento. - Revisar la presentación de los platos a ser consumidos. - Agilidad en el servicio, mostrar una actitud amigable. - Reponer los cubiertos en las mesas en caso de ser necesario - Revisar el buen estado de las mesas, sillas, lámparas. - Limpieza de los baños, espejos, pisos tras su cierre. - Ayudar al área de cocina en caso de ser necesario. 		
FORMACIÓN EXIGIDA		
Educación	Bachillerato,	
Experiencia	Cocimientos en servicio Atención al cliente	
Educación continua	Servicio al cliente Higiene y Seguridad Industrial	
Conocimientos	Manejo de equipo y maquinaria de café, Manejo de temperaturas y tiempo en las preparaciones.	
Salario	\$386	
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL		

<p>En la decoración de área de servicio</p> <p>Posibles conflictos con el cliente</p> <p>En la toma de decisiones</p> <p>En solución de contingencias</p> <p>Organización de trabajo</p> <p>Baja probabilidad de sufrir enfermedades de la piel y sufrir daños de audición, visión.</p>	
<p>SISTEMAS DEL TRABAJO</p>	
<p>Horarios</p>	<p>12:00-22:00(lunes a sábado)</p>
<p>Esfuerzo físico</p>	<p>Laborar constantemente de pie.</p>
<p>Esfuerzo mental</p>	<p>Trabajo bajo presión.</p>
<p>Ambiente</p>	<p>Buena temperatura</p>
<p>Riesgos</p>	<p>Posibles quemaduras, caídas por piso resbaloso.</p>
<p>FIRMA DEL GERENTE</p>	<p>FIRMA DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO</p>

Realizado por: Myriam Guanoltuisa, 2018.

4.2.8. Determinación de inversiones

Tabla 15-4: Inversiones del área comercial

MUEBLES Y ENSERES			
BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LETRERO CON NOMBRE DEL LOCAL	1	250,00	250,00
MESAS DE MADERA REDONDA	9	40,00	360,00
VITRINA PARA POSTRES 1,70M X 1 M	1	250,00	250,00
MESA RECTANGULAR	3	38,50	115,50
SILLONES	6	60,00	360,00
SILLAS DE MADERA	45	15,00	675,00
BARRA DE MADERA MOVIL	1	280,00	280,00
FLOREROS	5	10,00	50,00
CUADROS DECORATIVOS	7	20,00	140,00
ESTANTERIA METALICA 4 SEPARADORES	3	80,00	240,00
TOTAL		1.203,50	2.880,50

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Gatos del área comercial

Tabla 16-4: Gastos de publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD				
TIPO	CANTIDAD	PROVEEDOR	C. \$ MENSUAL	C. \$ ANUAL
CARTA MENÚ	13		52,00	52,00
TARJETA DE PRESENTACIÓN	1000		35,00	70,00
TRÍPTICO	100		35,00	35,00
REDES SOCIALES	1	FACEBOOK	-	-
RADIO	2	COLOR ESTEREO	24,00	48,00
TOTAL			146,00	205,00

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como fin establecer el correcto funcionamiento de operatividad del establecimiento, mediante la aplicación de técnicas para la elaboración de los distintos productos a ofertar en relación con el servicio. Para este estudio es indispensable la determinación del tamaño de la empresa, la capacidad de producción, la cantidad de muebles, enseres, el diseño, requerimiento humano y organización para el proceso de producción.

4.3.1. Determinación del tamaño

Para establecer la capacidad del establecimiento es necesario aplicar la siguiente fórmula.

Tabla 17-4: Determinación del tamaño

CI= CR + CO	
CR= Capacidad Real	32
CO= Capacidad ociosa	8
CI= Capacidad instalada	40
40=8+32	

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

Mediante la aplicación de la fórmula se pudo determinar que el establecimiento posee una capacidad instalada de 40 pax diarios, esto por efecto de que la capacidad real bordea los 32 pax y la capacidad ociosa es de 8 pax, con estos datos se puede establecer la capacidad que posee la cafetería para realizar el proceso de producción.

4.3.2. Capacidad del emprendimiento

Tabla 18-4: Capacidad del emprendimiento

NOMBRE DE RECETA ESTÁNDAR	CANT. DIARIA	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
CAFÉ EXPRESS	4	24	96	1.152
CAFÉ BOMBÓN	4	24	96	1.152
CAFÉ EXPRESO DOBLE	3	18	72	864
CAPUCCINO TRADICIONAL	4	24	96	1.152
CAPUCCINO DE VAINILLA	4	24	96	1.152
CAPUCCINO DE ALMENDRAS	4	24	96	1.152
MOCACCINO	3	18	72	864
CAFÉ AMERICANO	3	18	72	864
CAFÉ CORTADO	3	18	72	864
CAFÉ LATTE	3	18	72	864
CAFÉ DE NARANJA	2	12	48	576
CAFÉ VIENÉS	2	12	48	576
CAFÉ GRANIZADO	2	12	48	576
FRAPUCCINO	5	30	120	1.440
CREMOSO FRIO	5	30	120	1.440
CAFÉ AHOGADO	5	30	120	1.440
FRAPE DE CAPUCCINO	4	24	96	1.152
HUMITAS	9	54	216	2.592
BOLONES	9	54	216	2.592
CHICHA DE JORA	5	30	120	1.440
TOSTADA DE QUESO Y JAMÓN	5	30	120	1.440
TOSTADA DE QUESO	3	18	72	864
SANDWICH SIMPLE	3	18	72	864
SANDWICH DE POLLO	3	18	72	864
SANDUCHE COMPLETO	5	30	120	1.440
SANDUCHE RETRO	5	30	120	1.440
TORTA MOJADA DE CHOCOLATE	5	30	120	1.440
MOUSSE DE NARACUYA	3	18	72	864
PAY DE DURAZNO	3	18	72	864
MOUSSE DE CAFÉ	4	24	96	1.152
TIRAMISÚ	5	30	120	1.440
TOTAL	132	792	3.168	38.016

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

La tabla de la capacidad de producción refleja el número de preparaciones que se va a ofrecer de manera diaria, semanal, mensual y anual. El establecimiento podrá cumplir con la demanda de producción gracias al espacio que dispone (8m x 14m) contando con dos áreas principales, la de producción y el área de servicios o ventas, la capacidad de esta última área es de 46 pax.

4.3.3. Localización

Se refiere a la ubicación donde se llevará a cabo la implementación del establecimiento. La cafetería se instalará en la ciudad de Latacunga, parroquia La Matriz, debido al constante movimiento comercial que existe en el sector conjuntamente por los escasos de buenas cafeterías

A. Macro localización

La macro localización contempla la región de influencia en el cual se va a situar el proyecto, para ejecutar este proceso es necesario realizarlo en tres momentos que son: la elección de la región, selección de la localidad y la ubicación exacta del sitio en el que se va a implementar.

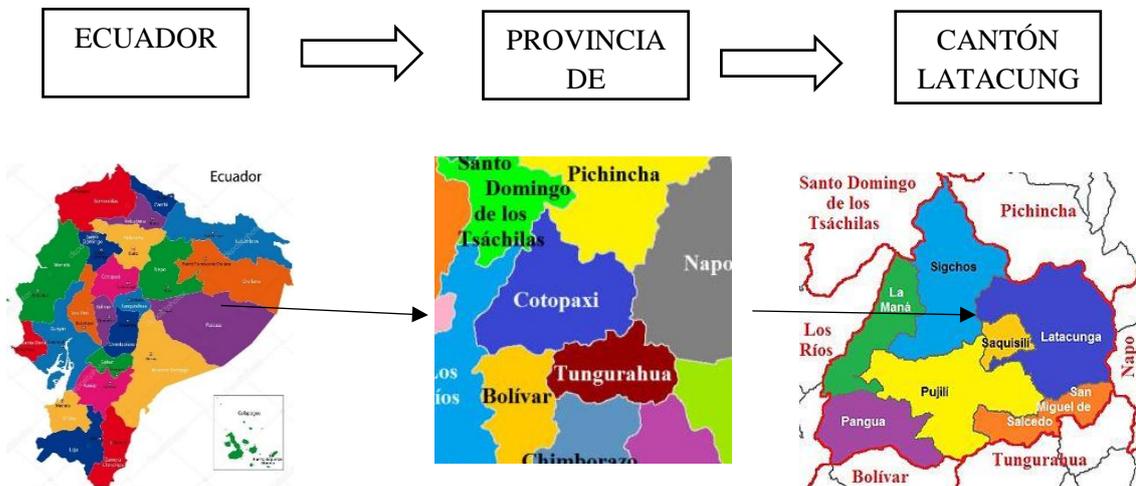


Figura 3-4: Macro localización

Fuente: <https://ecuador.travel/descarga/cotopaxi-map/>

B. Micro localización

Se determina la ubicación específica del establecimiento, tomando en cuenta la región o zona determinada en la fase de macro localización, los aspectos importantes a considerar, son: uso de suelo, ubicación de la posible competencia, accesibilidad al lugar, punto de venta, concurrencia de la clientela, (Fajardo, 2017, pp. 96-97).

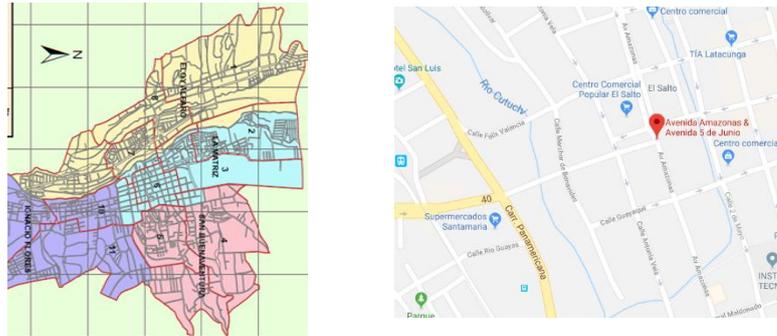


Figura 4-4: Micro Localización
Fuente: Gab de Cantón Latacunga y google Map

Análisis

El establecimiento de cafetería se encontrará ubicado en la parroquia La Matriz entre las calles 5 de junio y Av. Amazonas, cercana al terminal terrestre de la ciudad de Latacunga, la ubicación del establecimiento en este lugar es muy beneficiosa, debido al movimiento comercial, la cercanía existente con los establecimientos educativos.

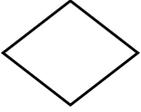
4.3.4. Proceso de producción

Para iniciar con el proceso de producción es indispensable contar con los equipos necesarios para la transformación de materia prima, así como los suministros y materiales, materia prima de calidad, profesional capacitado, entre otros. A partir de ello el establecimiento RETROCOFFEE, proveerá al cliente un producto de calidad, con un servicio rápido y eficiente, la selección de los proveedores es de suma importancia, ya que esto beneficiará la obtención de materia prima de calidad, a precios menores, con el fin de disminuir los costos de la materia prima. Para cumplir con todo el proceso de producción debe cumplir con lo siguiente.

1. Compra de materia prima.
2. Recepción y control de alimentos.
3. Lavado, etiquetados del alimento.
4. Almacenamiento según el género alimenticio.
5. Verificación de limpieza del área de trabajo.
6. Mise en place (puesta a punto).
7. Producción.
8. Montaje de la elaboración.
9. Venta del producto.
10. Servicio – empaquetado.

4.3.4.1. Diagrama de flujo

Tabla 19-4: Figuras del diagrama de flujo

FLUJOGRAMA	
	Terminal: Indica el inicio o la terminación del proceso
	Actividad: Simboliza la actividad que se lleva a cabo.
	Decisión: representa un punto en el cual se toma la decisión de seguir o retroceder. En el proceso (“SI” o” NO”).
	Línea de flujo: Indica la dirección del proceso.
	Documento: Simboliza a un documento que se utiliza en el proceso.

Fuente: (Lara, 2010)

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

A. Flujograma de café expreso

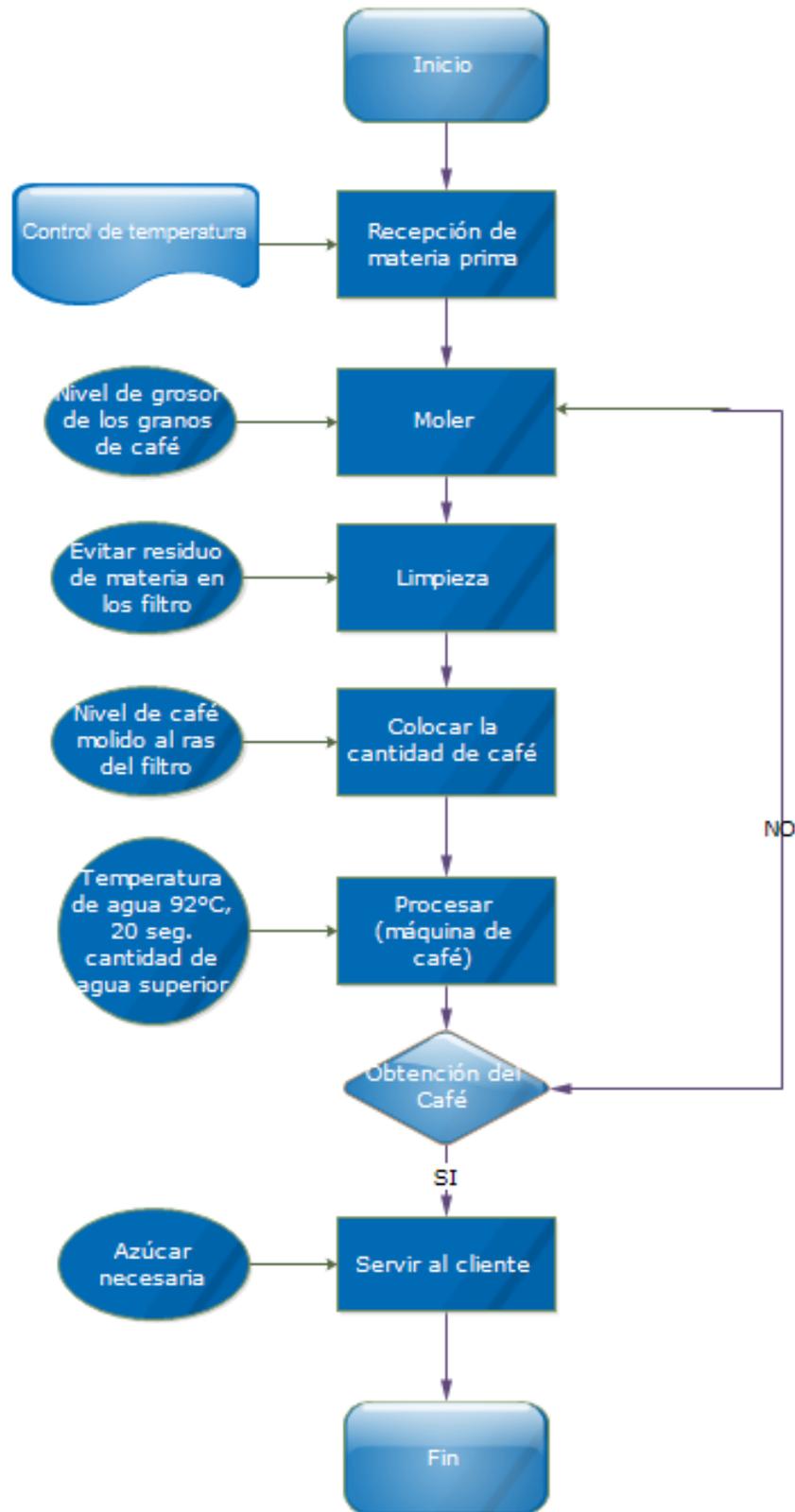


Gráfico 5-4: Diagrama de flujo de café expreso
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

B. Flujograma de café bombo

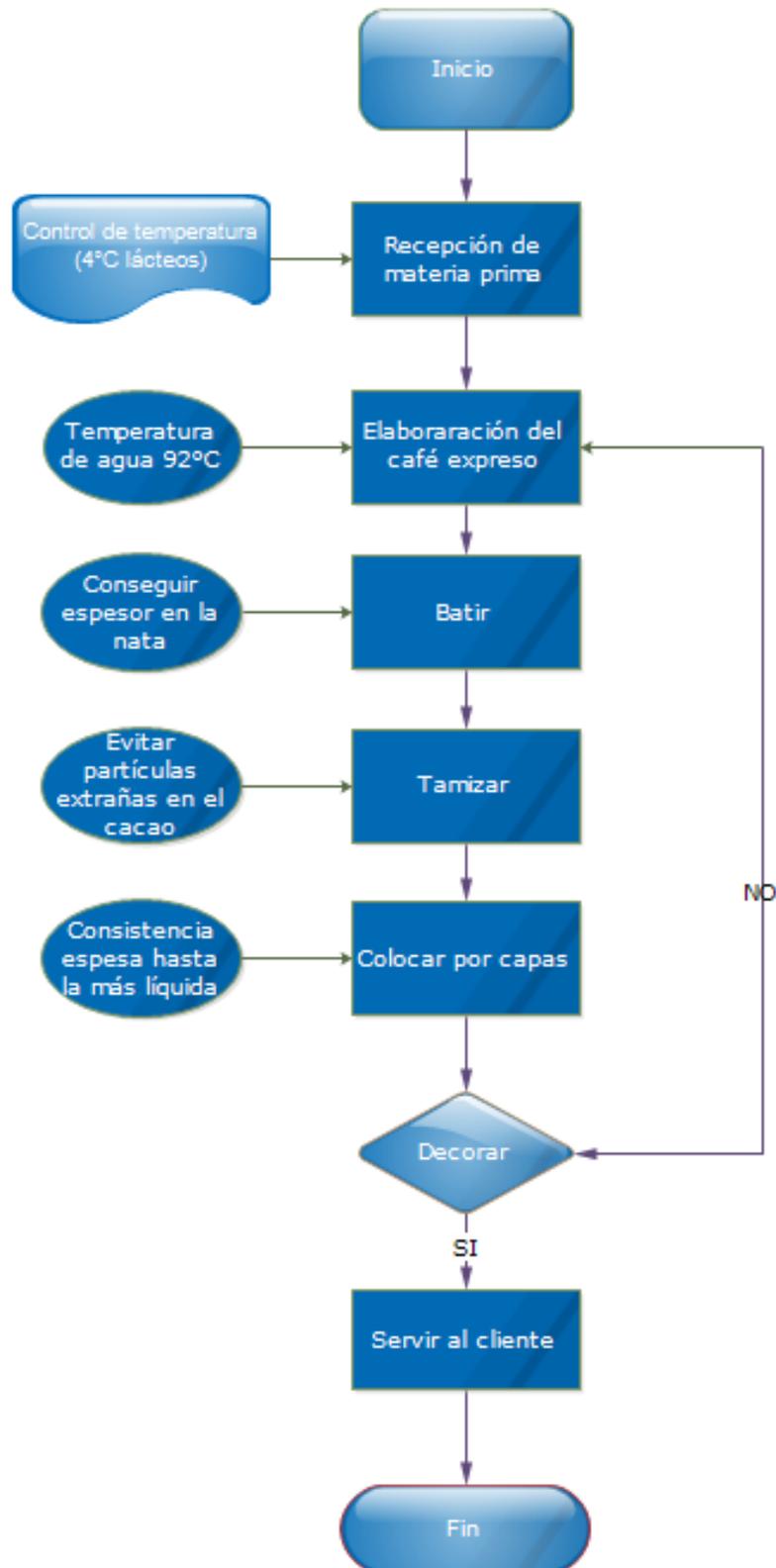


Gráfico 6-4: Flujograma de café bombón
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

C. Flujograma de capuccino tradicional

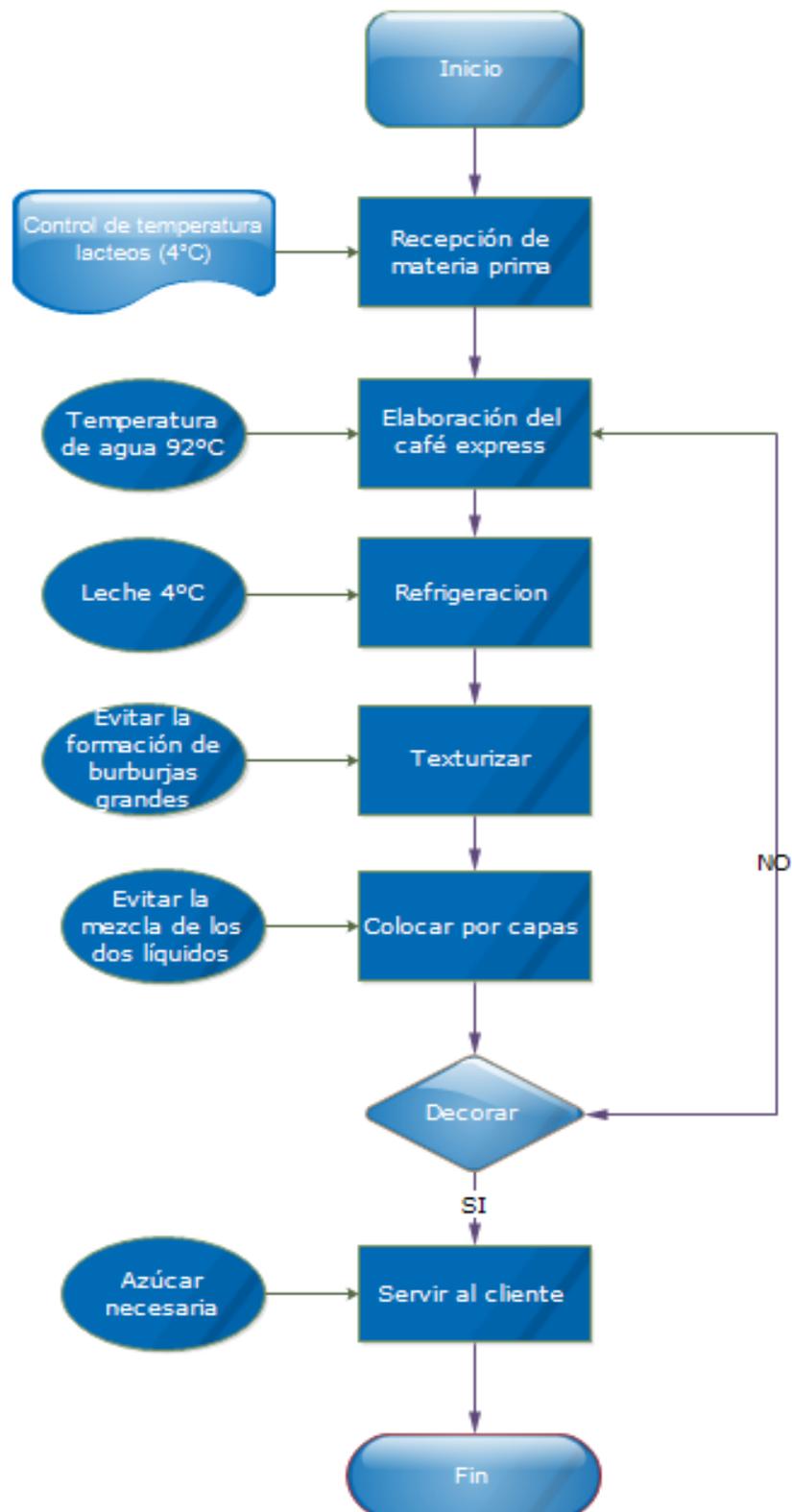


Gráfico 7-4: Flujograma de capuccino tradicional
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

D. Flujograma de capuccino de almendras /vainilla

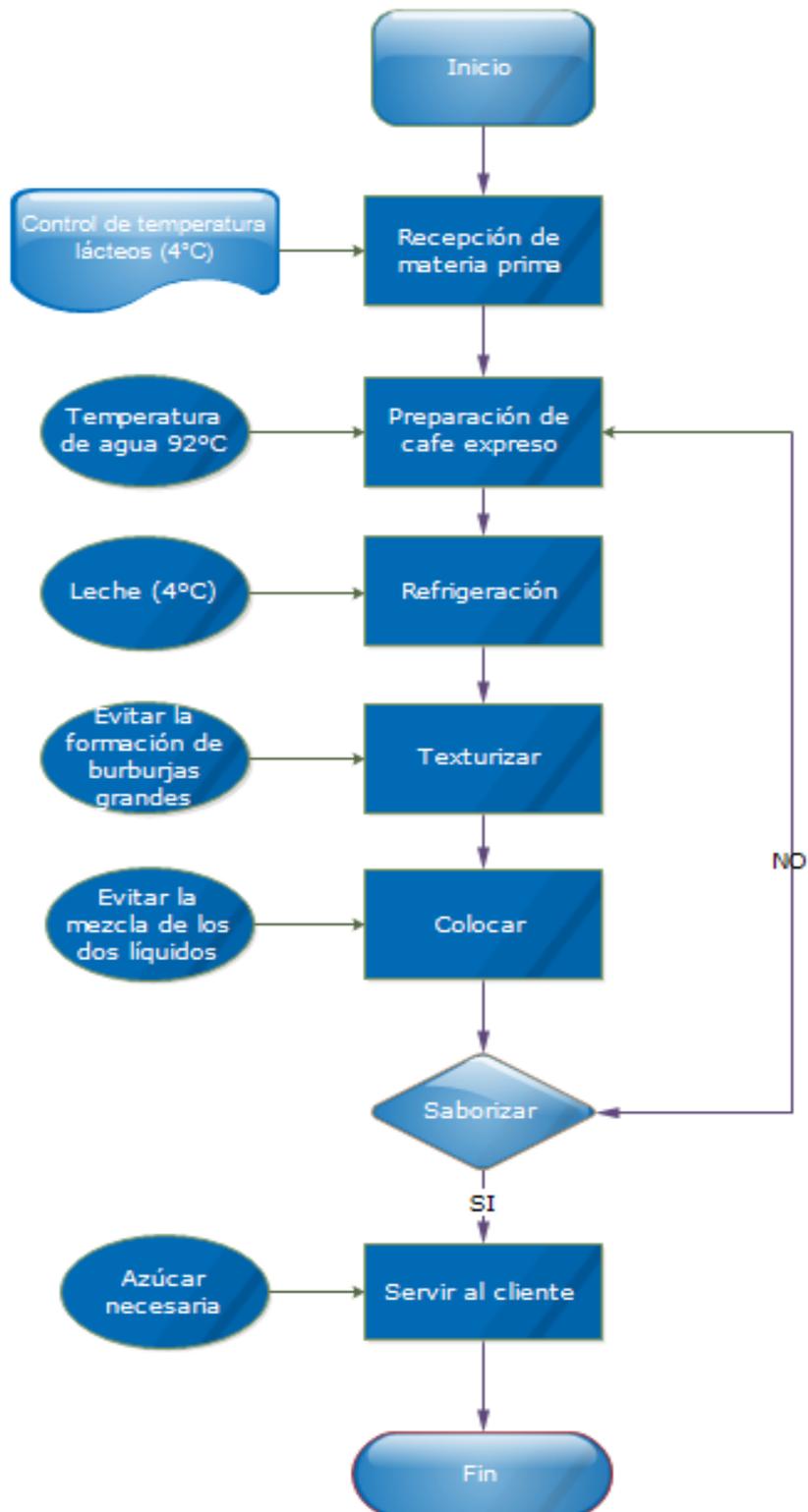


Gráfico 8-4: Flujograma de capuccino de almendras/vainilla
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

E. Flujograma de mocaccino

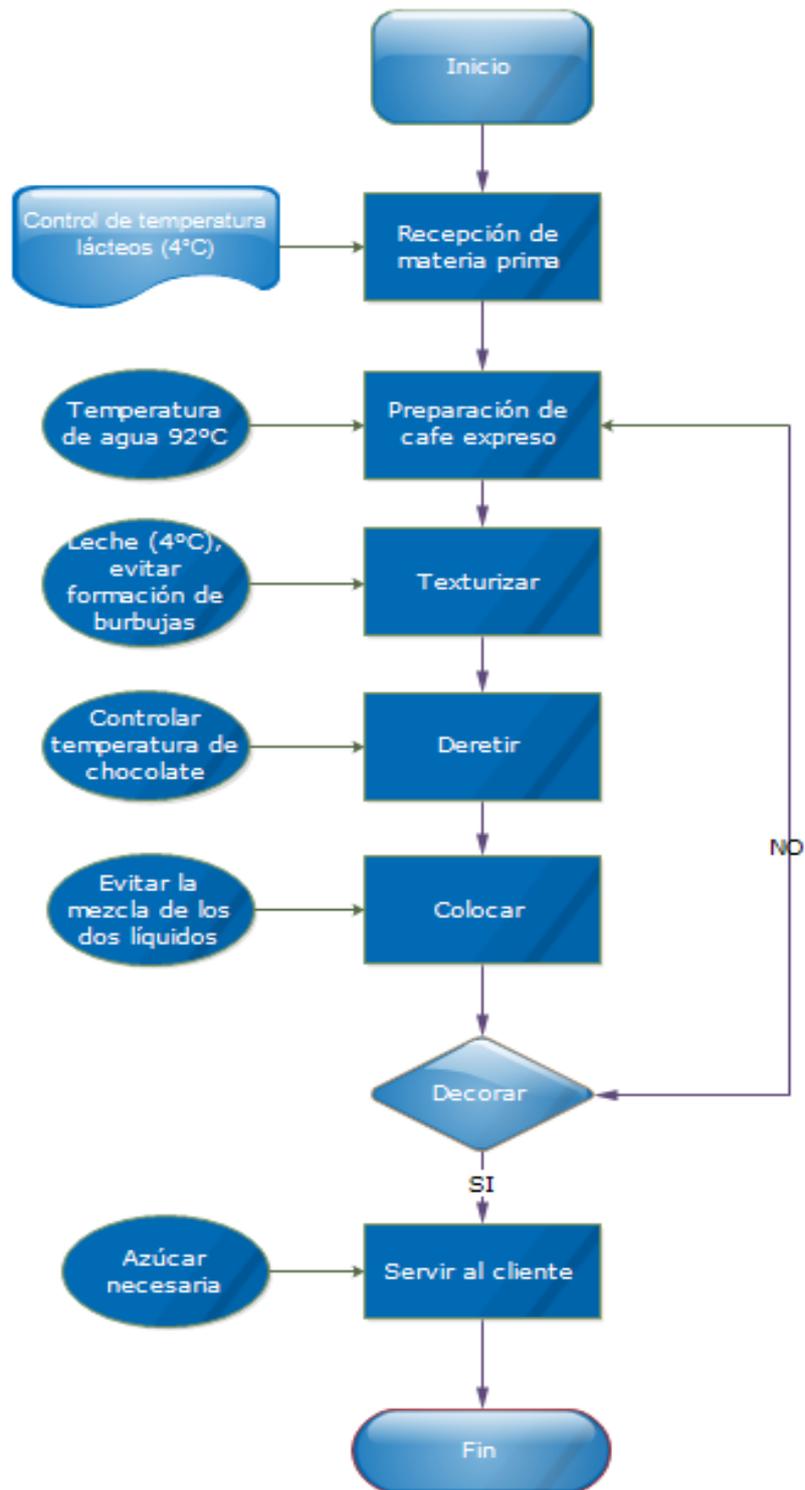


Gráfico 9-4: Flujograma de mocaccino
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

F. Flujograma de café americano

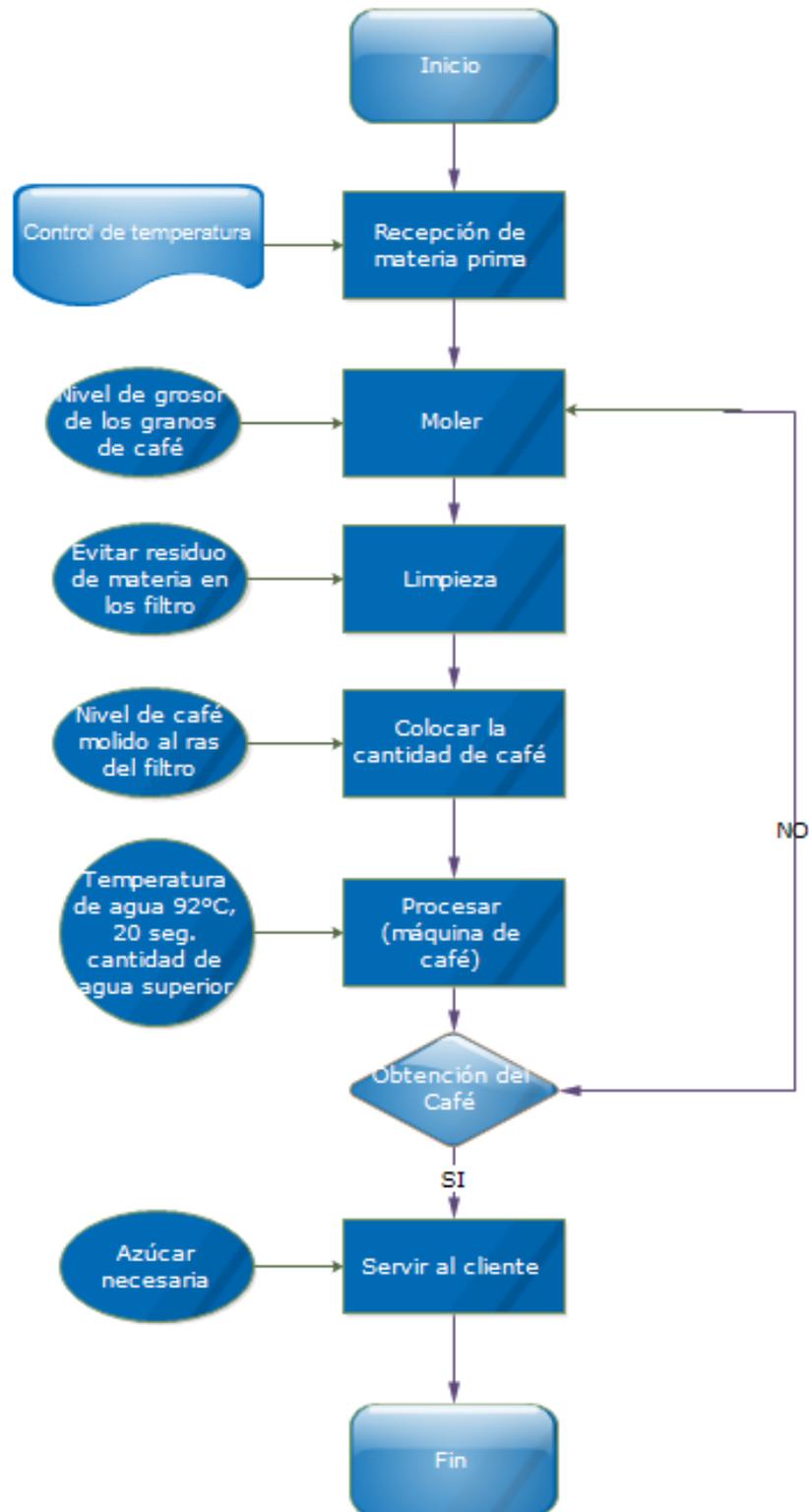


Gráfico 10-4: Flujograma de café americano
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

G. Flujograma de café latte/ cortado

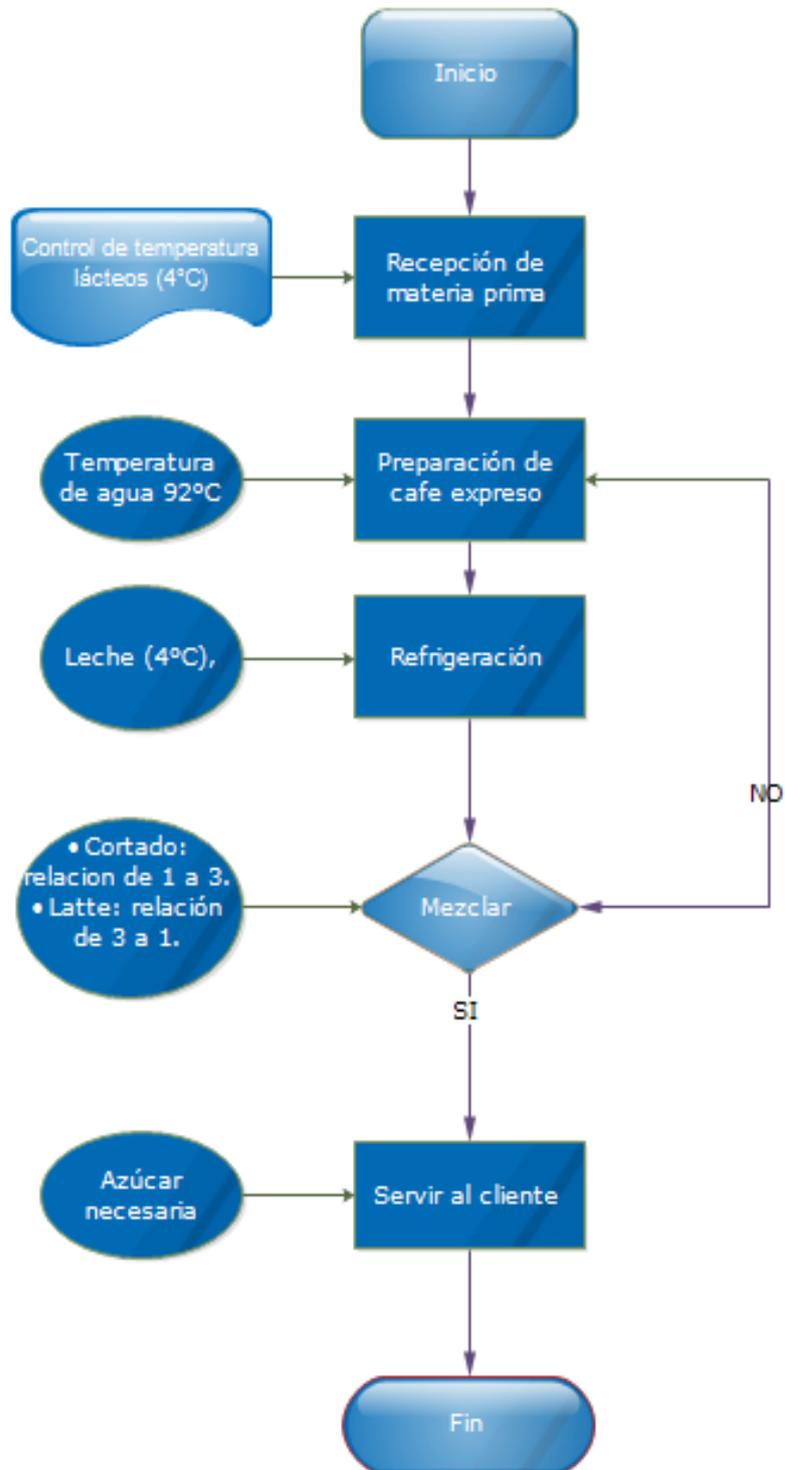


Gráfico 11-4: Flujograma de café latte /cortado
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

H. Flujograma de café de naranja

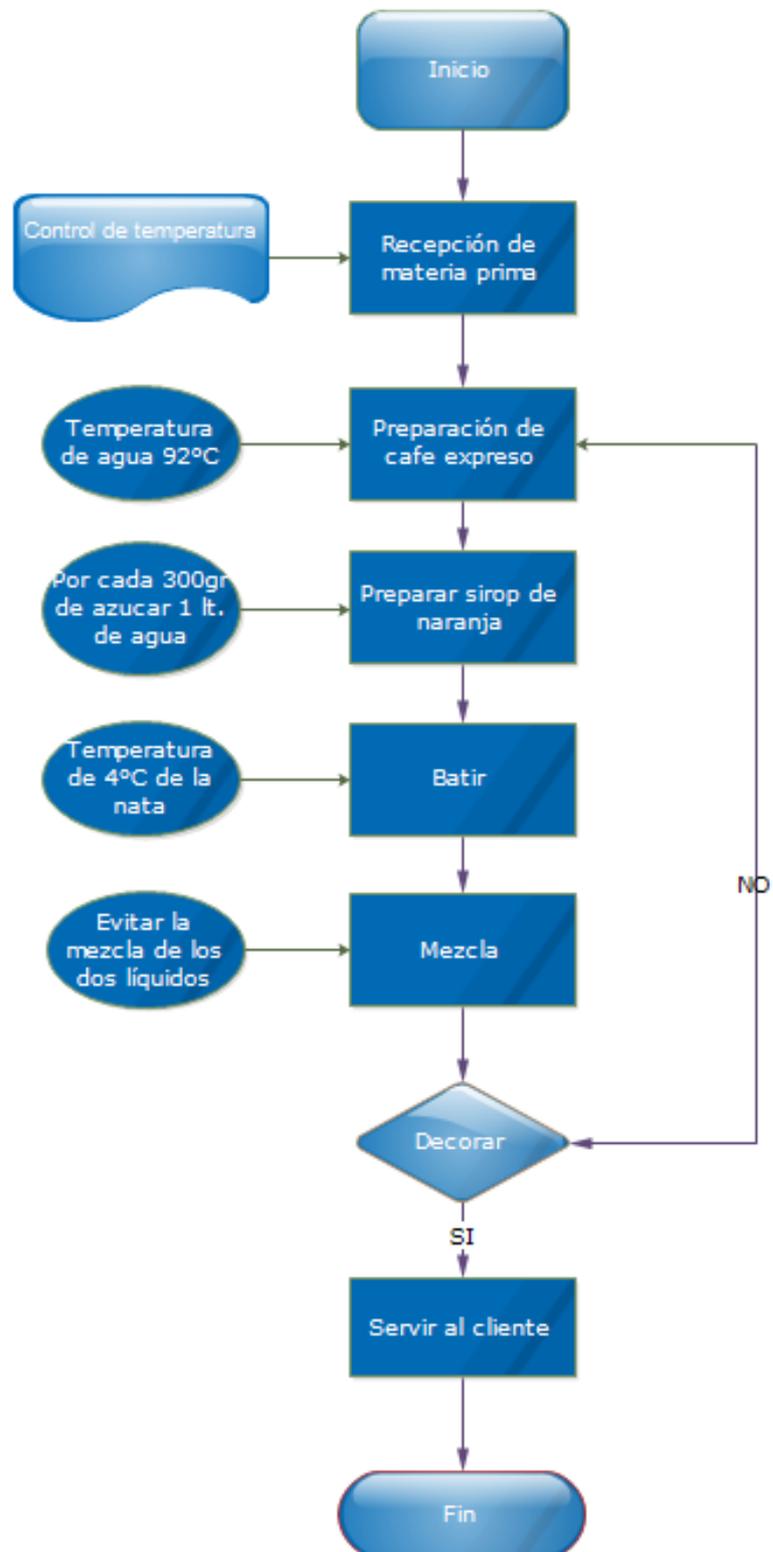


Gráfico 12-4: Flujograma de café naranja
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

I. Flujograma de café vienés

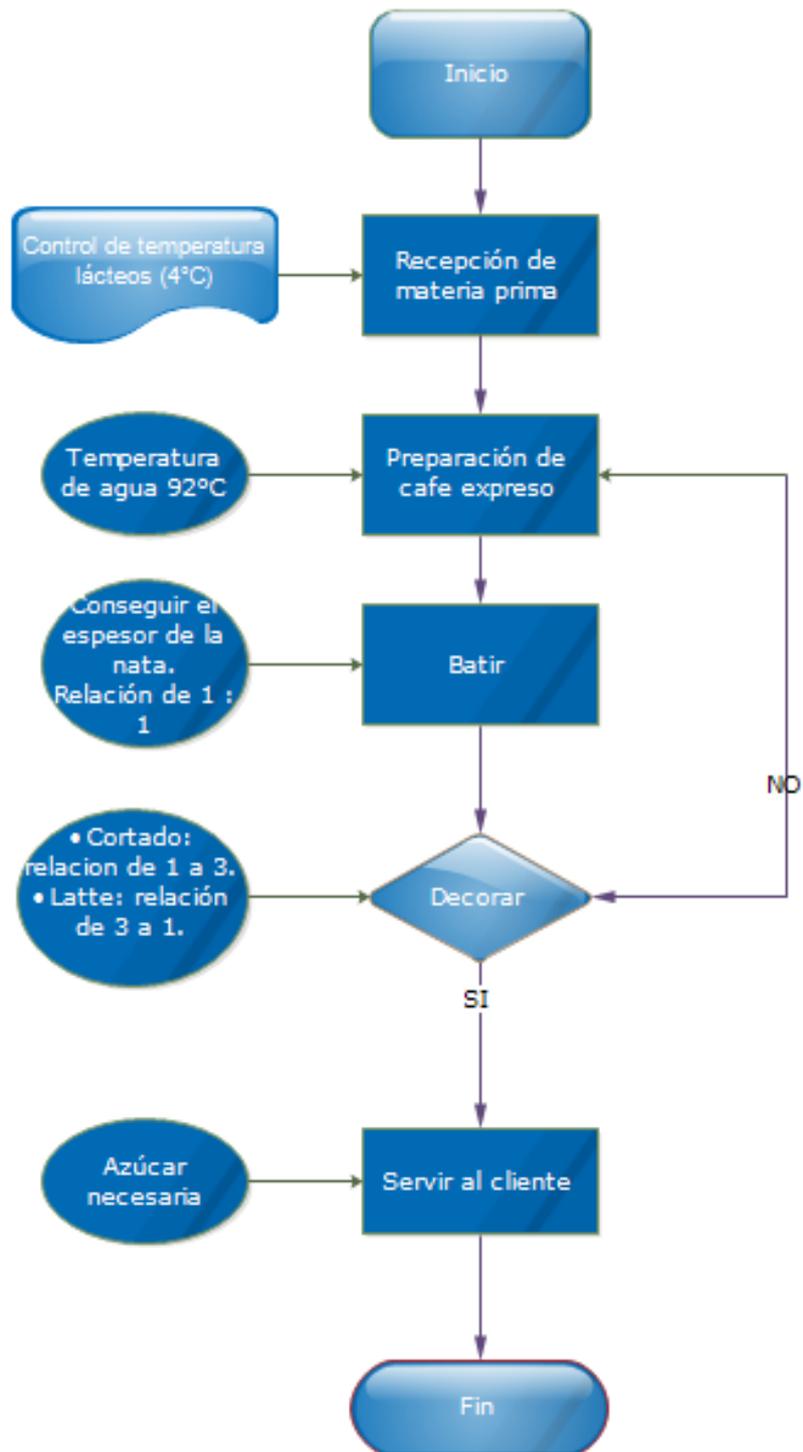


Gráfico 13-4: Flujograma de café vienés
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

J. Flujograma de café granizado

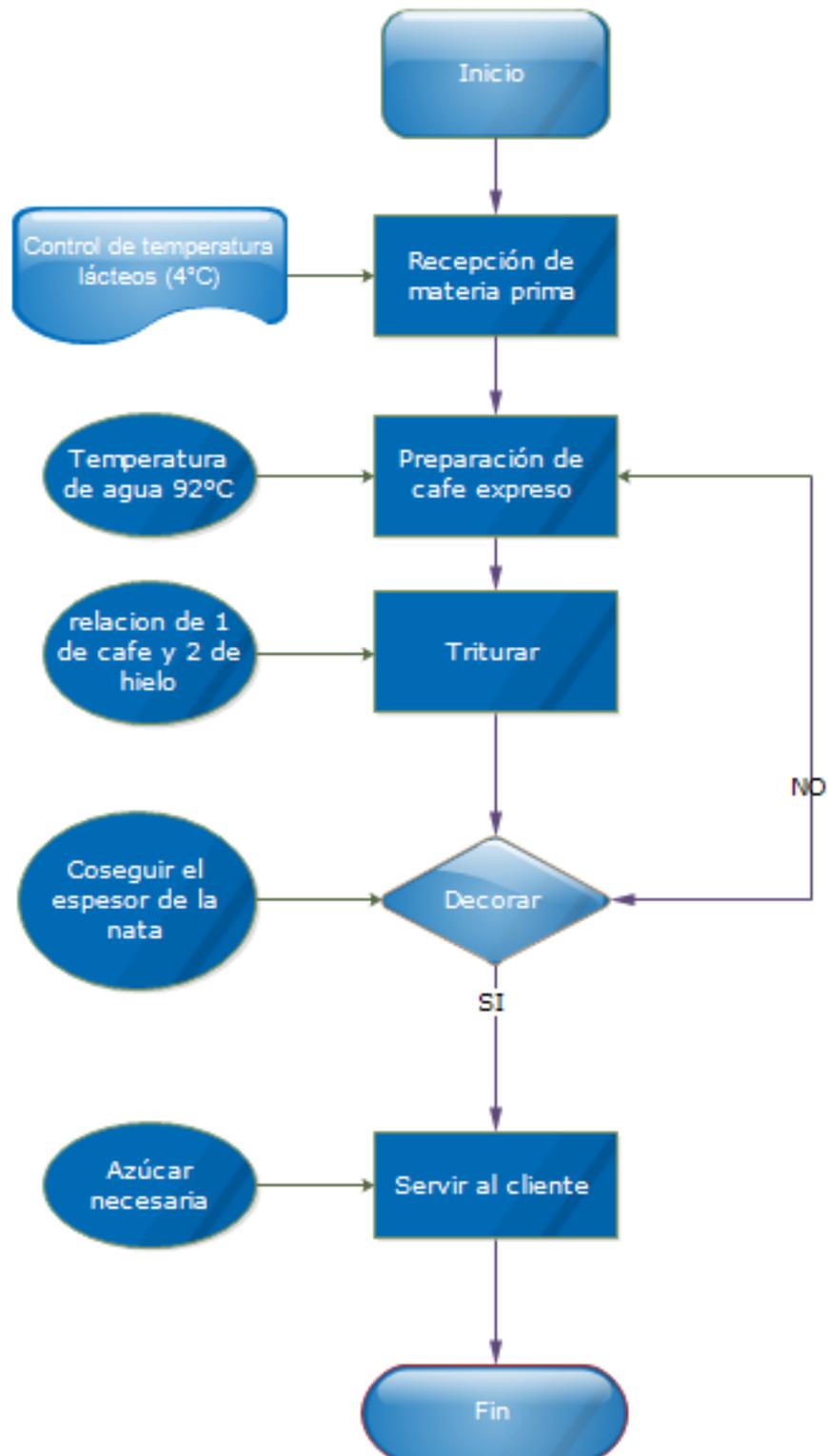


Gráfico 14-4: Flujograma de café granizado
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

K. Flujograma de frapuccino

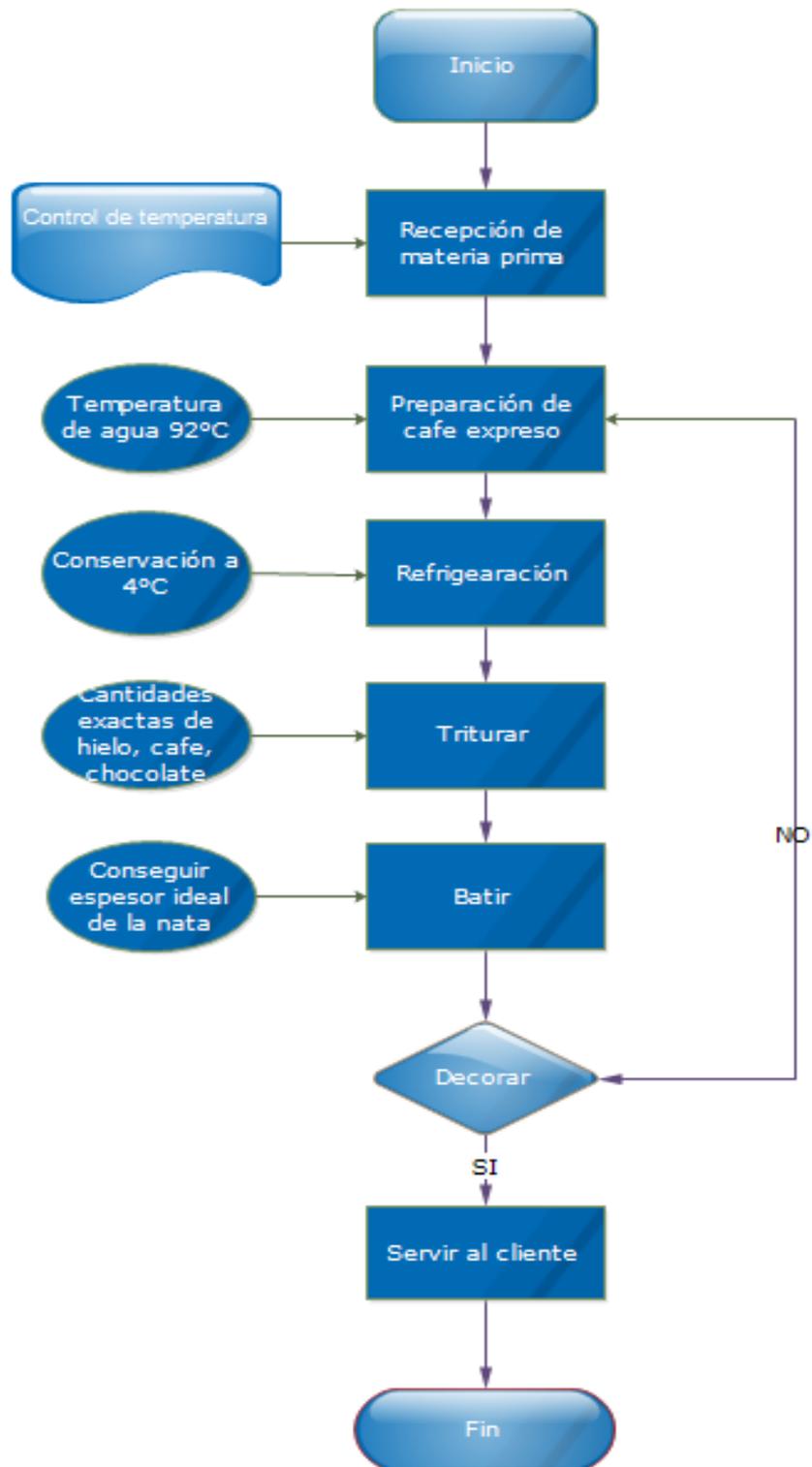


Gráfico 15-4: Flujograma de frapuccino
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

L. Flujograma de cremoso frío

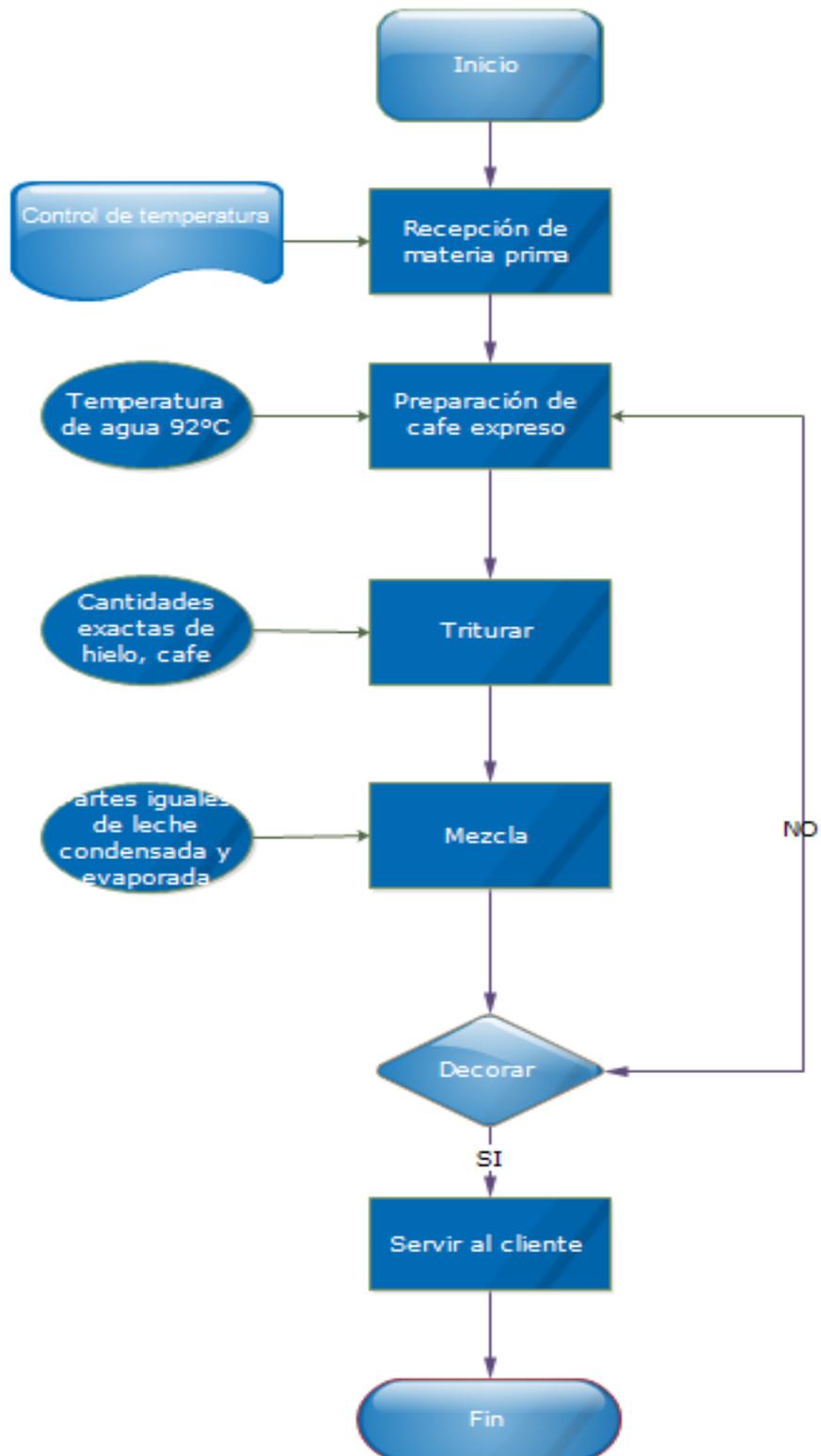


Gráfico 16-4: Flujograma de cremoso frío
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

M. Flujograma de café ahogado

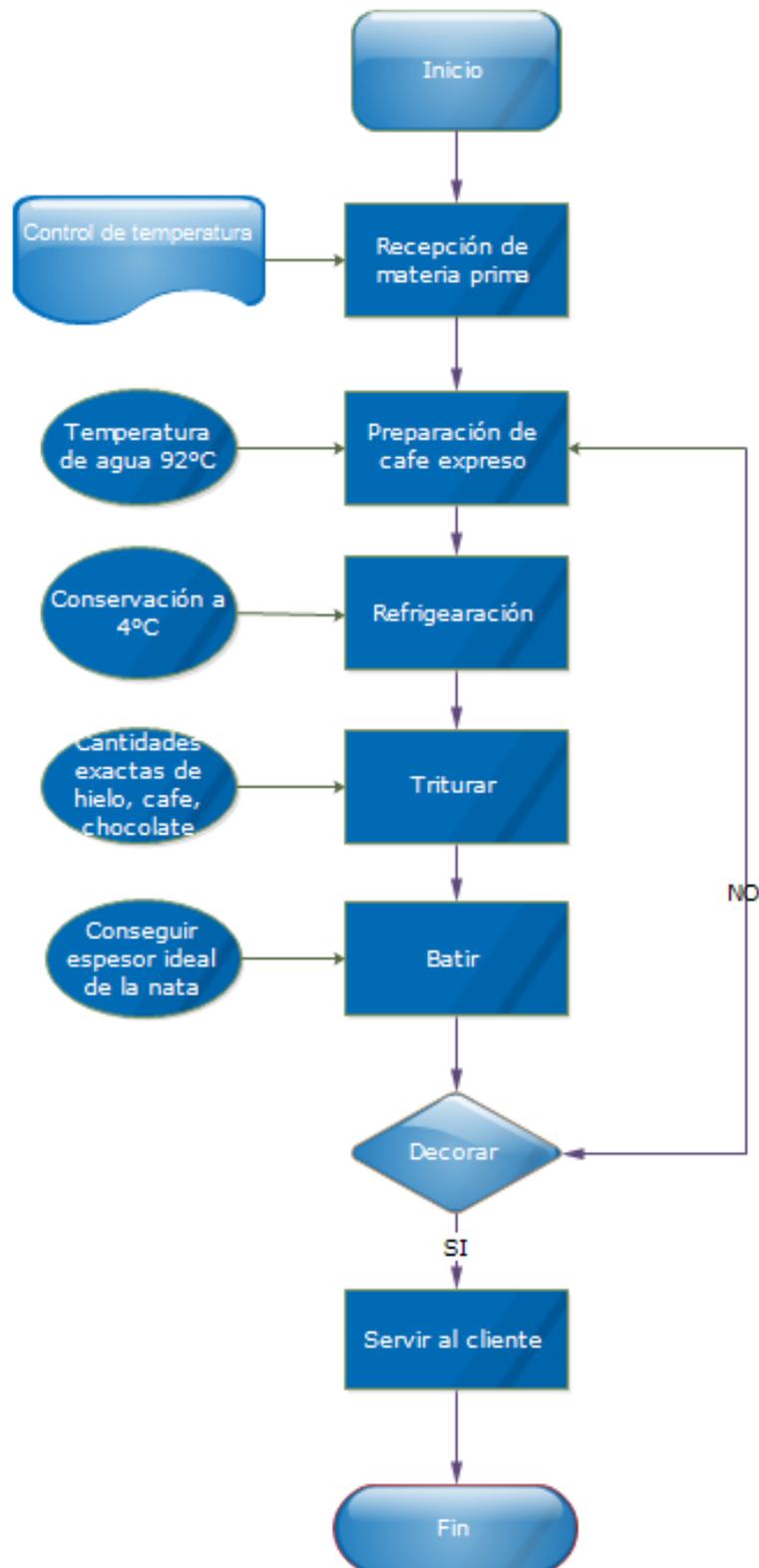


Gráfico 17-4: Flujograma de café ahogado
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3.4.2. Receta estándar

Para establecer la receta estándar se utilizó el siguiente formato.

Tabla 20-4: Formato de receta estándar

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ EXPRESSO				APORTE ENERGÉTICO: Kcal./porción:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café lojano	10	gr	Molido	Directa	Bebida	5,00	0,11
0002	Agua	40	ml		Directa	Bebida		0,00
0003	Azúcar	5	gr			Bebida	0,50	0,01
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		0,12
C.I.F 30% (PV)	0,12				7%	% VARIOS		0,01
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,25		FC=1+D			TOTAL		0,13
U1=PV- Σ CP	0,16		D=10%			C. PAX		0,13
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK		30%	C.M.P O VENTA		0,30
U neta= U1+U2	0,16					P.V.P		0,41

Realizado por: Myriam Guanoluiza, 2018.

Análisis

Para la determinación del costo de materia prima y del precio de venta al público de cada una de las preparaciones que el establecimiento de cafetería ofertará, se ha utilizado un formato de receta el cual detallará el tipo de menú al que pertenece, el código, la unidades, cantidad, el mise en place, método de cocción, el costo total de compra y costos de venta mediante la aplicación de

30%, además que se detallará la utilidad neta a obtener con la preparación, las demás recetas se encuentran. (Anexo B).

4.3.5. *Requerimiento humano*

Área de producción

Tabla 21-4: Ficha profesiográfica de producción

RetroCoffee		
	Puesto o cargo	Gerente/Chef
	Departamento	Gerencia
	Código	00001
OBJETIVO DEL PUESTO		
Supervisión y manejo de la cafetería.		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> - Controlar el desempeño laboral del personal de cocina y servicio. - Buscar proveedores que brinden productos de buena calidad a costos accesibles. - Verificar los estándares de calidad en el procesamiento de alimentos y el servicio. - Realizar reuniones continuas con el personal para conocer novedades del negocio. - Elaborar horarios del personal. - Realizar los pagos respectivos del establecimiento, así como del personal. - Revisar el cierre de caja. - Se encargará de realizar el reclutamiento del nuevo personal. - Realizar capacitaciones que promuevan el desarrollo del negocio. - Realizar pagos a los proveedores - Mantendrá una comunicación con el cliente permitiendo conocer las novedades del mismo. - Cobro de alimentos consumidos - Promover varios descuentos. 		
FORMACIÓN EXIGIDA		
Educación	Licencia en gestión gastronómica	
Experiencia	Barismo,	

Educación continua	Costos de alimentos y bebidas Preparación de distintas bebidas (café)
Conocimientos	Manejo de hoja de costos Conocer de manejo de personal, liderazgo.
Salario	\$450
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL	
En la toma de decisiones Organización de trabajo Baja probabilidad de sufrir enfermedades de la piel y sufrir daños de audición, visión.	
SISTEMAS DEL TRABAJO	
Horarios	12:00 a 22:00 lunes a sábado
Esfuerzo físico	Laborar constantemente de pie.
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión.
Ambiente	Buena temperatura
Riesgos	Cansancio mental.
FIRMA DEL GERENTE	FIRMA DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 22-4: Ficha profesiográfica de cocinero

RetroCoffee		
	Puesto o cargo	Cocinero
	Departamento	Área de cocina
	Código	00002
OBJETIVO DEL PUESTO		
Elaboración y control de las distintas preparaciones en la cafetería.		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> - Vigilar la limpieza de toda el área de cocina - Verificar el estado de la materia prima durante su recepción. - Realizar un correcto almacenamiento y etiquetado de la materia prima - Agilidad al momento de realizar las preparaciones - Conocer las normas de BPM, para su posterior aplicación. - Verificar constantemente el buen estado de la materia prima. - Proveer ideas para la modificación de la carta en un periodo de tiempo. - Verificar la limpieza y estado de los equipos de cocina. - Revisar el buen estado de los equipos, utensilios, etc. - Verificar la presentación, temperatura de cada elaboración antes del servicio. - Mantener un estricto control del horario de ingreso y salida del personal a su cargo. - Mantener el orden y limpieza del área de cocina durante todo el horario de trabajo. - Realizar la limpieza de la cocina durante la hora de trabajo por lo menos 2 veces. - Al finalizar la jornada realizar una limpieza total del área. - Desechar la basura cada día, evitando con esto los focos de infección. 		
FORMACIÓN EXIGIDA		
Educación	Tecnólogo o licenciado en gastronomía	
Experiencia	Cocimientos en la cocina y barismo	
Educación continua	Preparación de alimentos Servicio al cliente Higiene y Seguridad Industrial	
Conocimientos	Manejo de equipo y maquinaria de cocina, Manejo de temperaturas y tiempo en las preparaciones.	

Salario	\$ 386
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL	
<p>En la decoración de platillos</p> <p>En la toma de decisiones</p> <p>En solución de contingencias</p> <p>Organización de trabajo</p> <p>Baja probabilidad de sufrir enfermedades de la piel y sufrir daños de audición, visión.</p>	
SISTEMAS DEL TRABAJO	
Horarios	12:00 a 22:00 lunes a sábado
Esfuerzo físico	Laborar constantemente de pie.
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión.
Ambiente	Buena temperatura
Riesgos	Posibles quemaduras, caídas por piso resbaloso, corte a causa de los cuchillos.
FIRMA DEL GERENTE	FIRMA DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3.6. Diseño de la planta

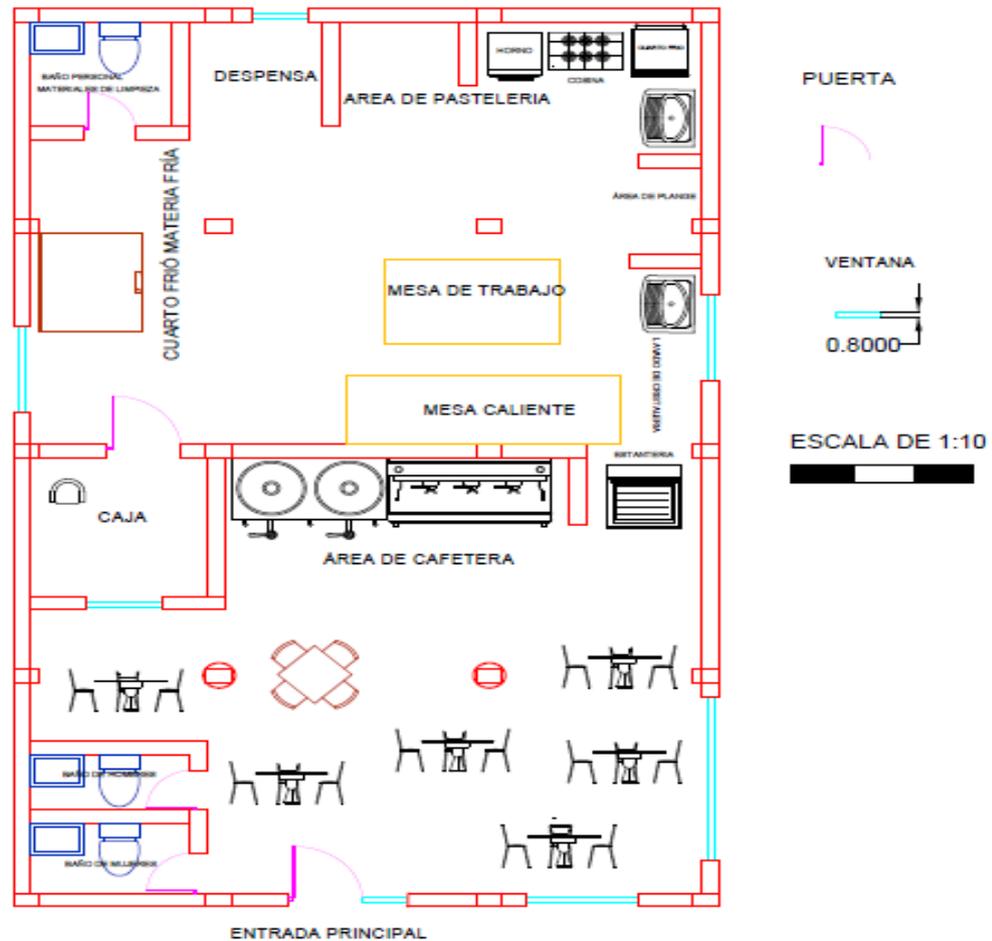


Figura 5-4: Diseño de planta
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Analysis

La microempresa Retrocoffee se encuentra distribuida en 2 áreas, la cual consta del área comercial-ventas en donde los clientes podrán realizar pedidos para consumir en el establecimiento, acompañado de un ambiente agradable y música, esta área dispone de dos baños para damas y caballeros, la segunda área es la de producción donde se realiza el mise en place antes de comenzar con la producción, tomando en cuenta las temperaturas, la correcta manipulación de los alimentos y la última área correspondiente al de almacenamiento donde se mantiene un control de temperaturas en el caso de elementos cárnicos, el etiquetado de la materia prima, el cuidado de elementos químicos de limpieza, esta área dispone de un baño especialmente para el personal.

4.3.7. Estructura de costos y gastos

Consumo de servicios básicos

Tabla 23-4: Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS						
TIPO	CANT.	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	260	0,13	kw/h	33,89	101,66	406,64
Teléfono	100	0,09	mm	9,00	27,00	108,00
Internet	ilimitado	27,50	Megas	27,50	82,50	330,00
Agua	35	0,22	m3	7,70	23,10	92,40
TOTAL				78,09	234,26	937,04

100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN 50%	ADMINISTRACIÓN 25%	VENTAS 25%
937,04	468,52	234,26	234,26

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Combustible

Tabla 24-4: Combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES						
Combustibles	Cant. Semanal	Cant. Mensual	Costo unit.	Costo mensual	Costo trimestral	Costo anual
Gas doméstico	2,00	8,00	2,50	20,00	60,00	240,00
TOTAL					60,00	240,00

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Costos de mantenimiento

Tabla 25-4: Mantenimiento

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANT.	TIEMPO	PROVEEDOR	VALOR	COSTO ANUAL
Horno de acero inoxidable	1	1 AÑO	Electro tech	40,00	40,00
Máquina de café marca casadio	1	AÑO	Electro tech	55,00	55,00
Congelador indurama de 1m x 1m	1	AÑO	Electro tech	40,00	40,00
Molino de café 8 nivel de grosor	1	AÑO	Electro tech	20,00	20,00
Refrigeradora indurama dos compartimientos.	1	1 AÑO	Electro tech	55,00	55,00
Microondas panasonic 0,9 pies cúbicos nest 342 m	1	1 AÑO	Electro tech	20,00	20,00
Campana extractora de olor 1,40 x 0,90 m	1	1 AÑO	Proveedor	20,00	20,00
Batidora hamiltón beach 64695 power deluxe 4 lt	1	1 AÑO	Electro tech	15,00	15,00
Mesón de trabajo	1	AÑO	Proveedor	15,00	15,00
Cocina industrial 4 quemadores acero inoxidable	1	1 AÑO	Proveedor	20,00	20,00
Licuada óster y sanduchera	1	1 AÑO	Electro tech	30,00	30,00
TOTAL				330,00	660,00

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Depreciación

Tabla 26-4: Depreciación

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	VALOR RESIDÚAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	7.736,00	10,00	773,60	696,24
EQUIPO DE CÓMPUTO	650,00	3,00	216,65	144,45
MUEBLES Y ENSERES	2.770,00	10,00	277,00	249,30
TOTAL	11.156,00		1.267,25	1.089,99

BIEN	VALOR	%	PRODUCCIÓN	%	VENTAS	ADMINISTRACIÓN
MAQUINARIA Y EQUIPO	696,24	10 0%	696,24	0%	-	
MUEBLES Y ENSERES	249,30	8,7 5%	21,81	91,25 %	227,49	
EQUIPO DE CÓMPUTO	144,45					100%

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3.7.1. Materia prima

Tabla 27-4: Materia prima

NOMBRE DE RECETA ESTÁNDAR	CANT. DIARIA	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL ANUAL \$
CAFÉ EXPRESS	4	24	96	1.152	0,12	142,54
CAFÉ BOMBÓN	4	24	96	1.152	0,71	812,80
CAFÉ EXPRESO DOBLE	3	18	72	864	0,18	152,72
CAPUCCINO TRADICIONAL	4	24	96	1.152	0,34	390,61
CAPUCCINO DE VAINILLA	4	24	96	1.152	0,34	396,77
CAPUCCINO DE ALMENDRAS	4	24	96	1.152	0,35	401,70
MOCACCINO	3	18	72	864	0,56	483,81
CAFÉ AMERICANO	3	18	72	864	0,16	135,59
CAFÉ CORTADO	3	18	72	864	0,37	321,00

CAFÉ LATTE	3	18	72	864	0,36	310,21
CAFÉ DE NARANJA	2	12	48	576	0,50	285,33
CAFÉ VIENÉS	2	12	48	576	0,58	331,37
CAFÉ GRANIZADO	2	12	48	576	0,38	216,23
FRAPUCCINO	5	30	120	1.440	0,61	880,23
CREMOSO FRIO	5	30	120	1.440	0,78	1.122,22
CAFÉ AHOGADO	5	30	120	1.440	0,64	914,81
FRAPE DE CAPUCCINO	4	24	96	1.152	0,55	634,47
					-	
HUMITAS	9	54	216	2.592	0,27	701,73
BOLONES	9	54	216	2.592	0,21	550,35
CHICHA DE JORA	5	30	120	1.440	0,72	1.037,64
TOSTADA DE QUESO Y JAMÓN	5	30	120	1.440	0,34	494,71
TOSTADA DE QUESO	3	18	72	864	0,26	221,22
SANDWICH SIMPLE	3	18	72	864	0,26	221,99
SANDWICH DE POLLO	3	18	72	864	0,61	528,13
SANDUCHE COMPLETO	5	30	120	1.440	0,74	1.068,35
SANDUCHE RETRO	5	30	120	1.440	1,15	1.650,52
TORTA MOJADA DE CHOCOLATE	5	30	120	1.440	0,50	714,78
MOUSSE DE NARACUYA	3	18	72	864	0,54	468,59
PAY DE DURAZNO	3	18	72	864	0,45	387,89
MOUSSE DE CAFÉ	4	24	96	1.152	0,54	624,33
TIRAMISÚ	5	30	120	1.440	0,65	931,95
TOTAL	132	792	3.168	38.016	15,21	17.832,21

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluiza, 2018.

4.3.7.2. Mano de obra directa

Tabla 28-4: Sueldo administrativo

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
GERENTE/ COCINERO	450,00	1.350,00	5.400,00	656,10
TOTALES:	450,00	1.350,00	5.400,00	656,10

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluiza, 2018.

Tabla 29-4: Sueldo producción

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
AYUDANTE DE COCINA	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79
TOTALES:	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 30-4: Sueldo ventas

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
MESERO/ CAJERO	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79
TOTALES :	386,00	1.158,00	4.632,00	562,79

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3.7.3. Costos Indirectos de fabricación

Tabla 31-4: CIF

COSTOS	MENSUAL	COSTOS DIARIOS DEL SERVICIO DE LOCAL
SERVICIOS BÁSICOS	78,09	2,79
MANTENIMIENTO	55,00	1,96
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE	20,00	0,71
AMORTIZACIÓN COSTOS DE EXPERIMENTACIÓN	9,23	0,33
SUMINISTROS Y MATERIALES	124,05	4,43
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	90,83	3,24
TOTAL	377,20	13,47

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3.8. Determinación de activos fijos para producción

Tabla 32-4: Activos fijos

ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	6.285,00	7.736,00
MUEBLES Y ENSERES	1.208,50	2.770,00
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		10.664,50

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.3.9. Programa pre operativo

Tabla 33-4: Programa pre-operativo

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF/PROPIETARIO	2:00	15	2,73	17,73
MUESTRAS	CHEF/PROPIETARIO	1:00	5	2,73	7,73
DEGUSTACIONES	CHEF/PROPIETARIO	1:00	0	2,73	2,73
CONTROL DE CALIDAD	PROFESIONAL	1:00	0	0,00	-
TOTAL				8,20	28,20

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.4. Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

Durante la ejecución del proyecto la fase administrativa consiste en establecer estrategias con el fin de cumplir las metas de la empresa, mediante la organización estructural, planeación de objetivos, procesos de reclutamiento laboral, la persona encargada de esta área será un Chef/Gerente General, quien además realizará la planificación de menús, el costeo de materia prima, mantendrá un contacto directo con los proveedores, reclutará al personal tomando en cuenta el perfil profesional que necesita la empresa. En la fase legal se establecerá los requisitos imprescindibles para la instalación y operación del establecimiento, se tomará en cuenta los sistemas de contratación laboral, los beneficios sociales que este bajo la ley se encuentre aparado la cafetería. Durante la de fase ambiental se evaluará los impactos ambientales que se producirá durante el proceso de producción del establecimiento, se deberá encontrar con un plan de contingencia que permita mitigar o disminuir la una posible contaminación.

4.4.1. Áreas y funciones

Tabla 34-4: Área administrativa

Cargo	Funciones	Responsabilidades
Chef / Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el proceso de reclutamiento del personal. • Realizar estados financieros de la empresa. • Manejar sistemas contables. • Planificación de menú. • Mantener constante contacto con los proveedores. • Verificar horarios y establecer salarios del empleado. • Capacitar al personal a su cargo. • Establecer estrategias de motivación laboral. • Verificará los pedidos a despachar. 	La persona encarga de la gerencia deberá llevar un registro ordenando de las cuentas, estados financiero, los mismos que contarán con respaldo de los ingresos y egresos que se realizará

Fuente: (Madrid, 2012)

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 35-4: Área de producción

Cargo	Funciones	Responsabilidades
Cocinero	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el mise en place del área de producción. • Encargado de etiquetado de los productos. • Estar a disposición del Chef en la toma de decisiones. • Verificaciones de la limpieza del área. • Despacho de comandas. 	Será el segundo al mando de la cocina, tiene bajo su responsabilidad la producción de la carta, del mise en place.

Fuente: (Madrid, 2012)

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 36-4: Área de ventas

Cargo	Funciones	Responsabilidades
Mesero/ Cajero	<ul style="list-style-type: none">• Realizar la apertura y cierre de la caja.• Realizar los pedidos al cliente• Vigila la limpieza del área de servicio.• Responsable de la rúbrica en los recibos.	Será la persona encargada de recibir y entregar el dinero de caja al finalizar la jornada laboral, tomando en cuenta la atención que deberá brindar al cliente.

Fuente: (Madrid, 2012)

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.4.2. Organización

El establecimiento en la fase administrativa realiza la departamentalización de la empresa cuyo fin consiste en dividir toda la entidad de trabajo según las funciones, departamentos o áreas; y para ello se hace uso de los organigramas funcionales y estructurales, que permiten agilizar este proceso (Orozco, 2007, p. 72).

El establecimiento de cafetería dispondrá del organigrama funcional y estructural, permitiendo la departamentalización según las áreas que conforma la entidad y a la vez estableciendo el personal encargado con sus respectivas funciones.

4.4.2.1. Organigrama Estructural

Se establece los distintos cargos con la que contara el establecimiento de una manera jerárquica, utilizando una representación gráfica.

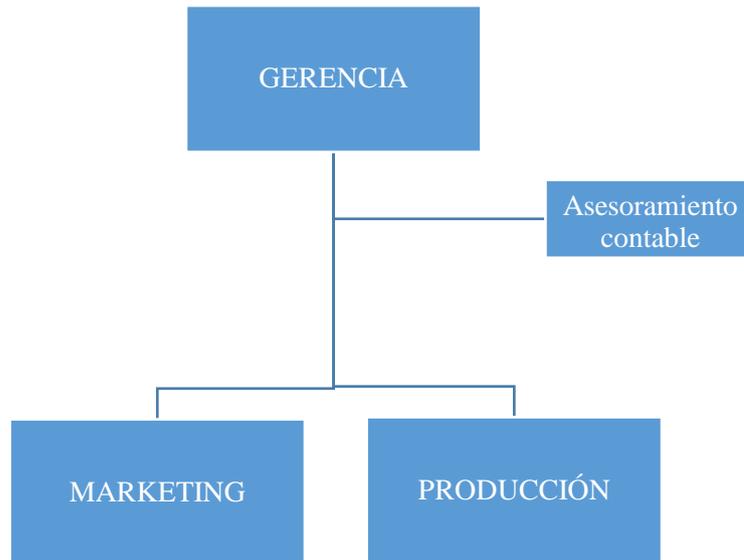


Gráfico 18-4: Organigrama estructural
 Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Leyenda
Nivel de dirección
— Nivel operativo
Realizado por: Myriam Guanoluisa
Fecha de elaboración: 28/06/2018

Departamentos

Gerencia

Esta área tiene por objetivo realizar la planificación y organización de área administrativa, control y seguimiento del manejo contable, la contratación, reclutamiento del personal, verificación y selección de proveedores, a partir de este departamento funcional las demás áreas.

Producción

Área destinada para la transformación de insumos o recursos que dispone la empresa, mediante la utilización de procesos, determinación de inventarios, evaluación de la calidad del producto a obtener, fijación de número de personal. Al tratarse de establecimientos de alimentos y bebidas se toma en cuenta normas de manipulación de alimentos, control de temperaturas, etiquetado del producto con el fin de evitar pérdidas en el alimento.

Ventas

El área de ventas al igual que los otros departamentos también tiene su grado de importancia, debido a que mantiene un contacto directo con el comensal, se requiere de un personal capacitado

capaz de persuadir y vender al cliente el servicio de alimentación. La persona encargada tendrá la responsabilidad de recibir y realizar el cierre de caja al día.

4.4.2.2. Organigrama Funcional

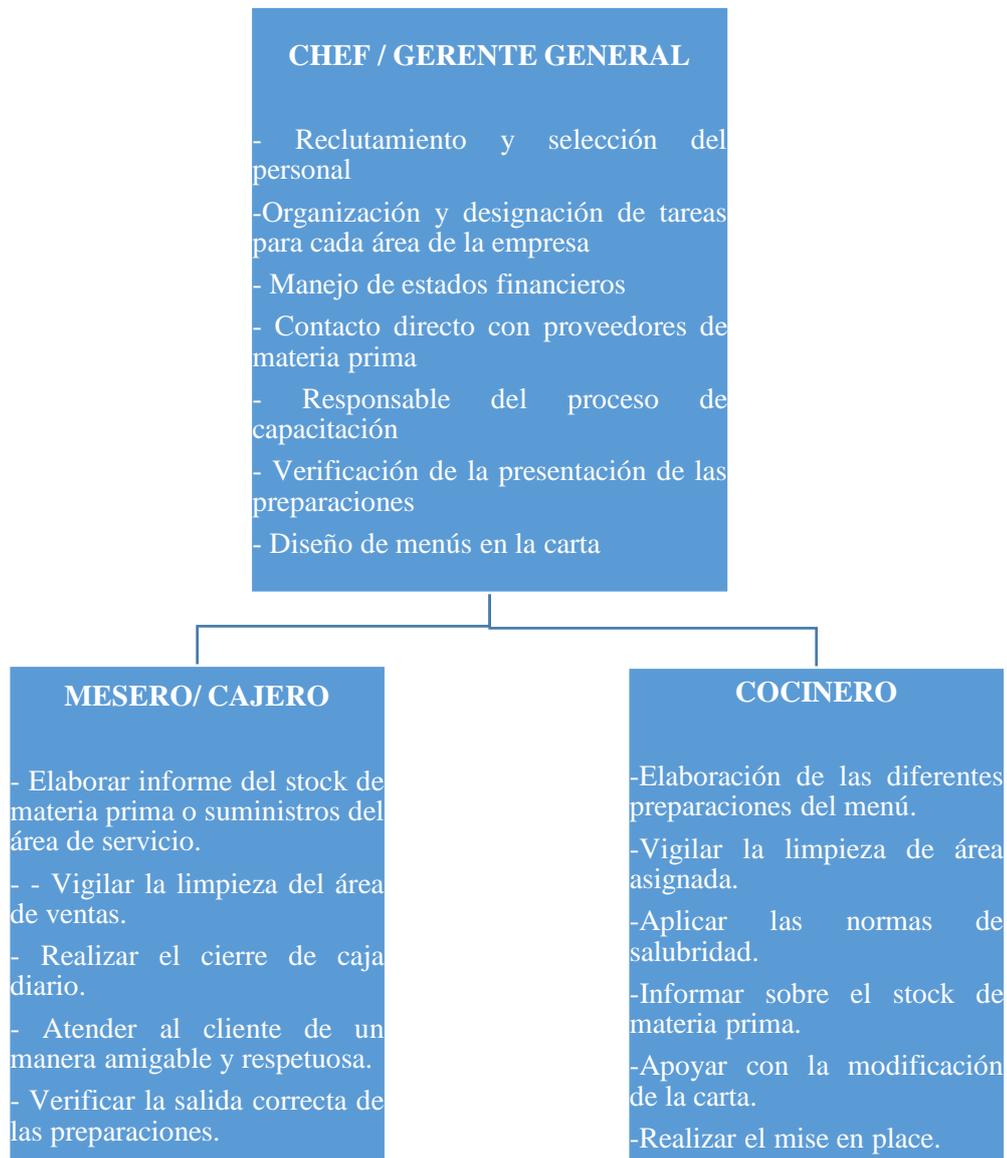


Gráfico 19-4: Organigrama funcional
Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Leyenda
Nivel de dirección
— Nivel operativo
Realizado por: Myriam Guanoluisa
Fecha de elaboración: 28/06/2018

4.4.2.3. Proceso de Selección y contratación del talento humano

El establecimiento para el proceso de selección dispondrá de mecanismos que permitan la contratación de un personal apto, tomando en cuenta las cualidades, destrezas, aptitudes que requiere la empresa para su funcionamiento.

A. Reclutamiento

El proceso de reclutamiento tienen como fin atraer nuevo personal cuyos valores, actitudes, destrezas, habilidades cumplan con las requerimientos de la organización, para el presente reclutamiento la empresa toma de referencia tanto a fuentes internas como externas, varios de los establecimientos realizan una fijación de puesto, lo cual permite que la persona adquiera mayor experiencia, habilidad en el área designada, por otro lado algunas prefieren la contratación de nuevo personal, capaz de inyectar nuevas ideas, una atmosfera de trabajo diferente, cualquier métodos que se pretenda tomar en cuenta deberá estar enfocado a los lineamientos establecidos por la empresa.

Tabla 37-4: Reclutamiento de personal

Tipo de fuente	Fuente
Interna	Promoción: reducción de cambio de área, promover motivación en el personal
Externa	Recomendación: contratación con referencia. Anuncios: número elevado de candidatos, Perfil con especialidad. Escuelas universidades: No requiere un costo, motivación, innovación de conocimientos.

Fuente: (Sierra, 2014, p. 124)

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

B. Selección

Al concreta con el proceso de reclutamiento, se realiza la fase de selección, en el cual por medio del curriculum se analizará los siguientes aspectos, nivel de estudios, referencias de trabajo, conocimiento del área correspondiente, entre otras, en el caso de cumplir con los requisitos impuesto por la empresa, se realizar el proceso de entrevista, se evaluará de una manera más

cercana a la persona, se establecerá un periodo de prueba de conocimientos teóricos y prácticos de ser el caso, la persona encargada de la selección determinará si es o no apto para el puesto de trabajo, en el caso de pasar la etapa se le aplicará otro un examen psicológico y también de salud física. Con forme cumpla con los requerimientos se procederá con la siguiente etapa (Sierra, 2014, p. 126).

C. Contratación

El empleado tiene el compromiso de prestar su trabajo personal con el fin de conseguir una retribución por parte de la empresa contratante, por ende es obligación del empleador cumplir con todos los aspectos legales de contratación conforme a las reformas laborales que se encuentran vigentes, la empresa tiene la obligación de informar la carga horaria, los días de trabajo, el sueldo, las bonificaciones en caso de tenerlo, los derechos y obligaciones que posee como empleado, y sobre todo se especificará en el contrato el tiempo que necesitará la empresa de sus servicios. En cualquiera de las situaciones el empleado al momento de firmar su contrato de trabajo posee la seguridad de una estabilidad, retribución monetaria y las obligaciones que deberá cumplir dentro del área en el que se vaya a desempeñar (Sierra, 2014, p. 126).

D. Orientación

Una vez realizado el proceso de selección y contratación, se procede a la fase de orientación en el cual se brinda al empleado un pequeño programa de inducción, ofreciendo toda la información pertinente a su puesto de trabajo, de manera que pueda tener una noción más amplia acerca de las actividades que deberá desarrollar; consiguiendo con esto la empresa una adaptación más rápida en cuanto a las normas, políticas y procedimientos por parte del empleador (Sierra, 2014, p. 126).

Varias de las empresas especialmente grandes manejan un programa de bienvenida enfocada para los nuevos empleados, el mismo que permite realizar un proceso inducción amigable, creando en el nuevo personal el grado de importancia que es su presencia para la empresa, con esto se pretende incentivar y motivar (Sierra, 2014, p. 127).

E. Evaluación

Al transcurrir un tiempo determinado sobre el desempeño de su trabajo se procede a la evaluación de las actividades desarrolladas dentro de área asignada, con el fin de conocer los logros que ha conseguido durante su periodo de trabajo, en el caso de ser satisfactorio se brindará un incentivo, caso contrario se tomará medidas como una capacitación. La persona encargada del proceso de evaluación puede ir desde Gerente general (propietario) hasta su jefe inmediato de área y la evaluación se realizará de forma individual (Sierra, 2014, p. 127).

F. Capacitación

Consiste en un proceso sistemático, importante para la empresa, porque permite el fortalecimiento de conocimientos, habilidades, destrezas que son necesarias para desempeñar las tareas exigidas dentro del área de trabajo, a diferencia de todos los conocimientos académicos o de experiencia adquiridos por el personal, la capacitación tiene como fin ofrecer conocimientos de especialización, dirigido al perfil que necesita la empresa, el proceso debe ser continuo garantizando de esta forma estar al nivel de un mundo que se encuentra en competencia constante (Sierra, 2014).

4.4.2.4. Manual de funciones

El manual de funciones tiene como propósito brindar una guía al personal que forma parte del establecimiento, dando a conocer las políticas, funciones, visión, misión de la empresa, obligaciones, procesos de manipulación, control de temperatura y generalidades que debe conocer, permitiendo con esto colaborar de manera activa con los objetivos establecidos por la empresa. (Anexo Y)

4.4.3. Marco Legal

Para el funcionamiento del establecimiento de cafetería en la ciudad de Latacunga, deberá cumplir con todos los requisitos dispuestos por las leyes que se encuentran vigentes en la constitución de la República de Ecuador aprobado en el 2008, apegada a la ley del artesano.

Ley del artesano

Bajo la presente ley, será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller, artesano autónomo, que se encuentre calificado por JNDA y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, aquella persona que desempeñe su trabajo o actividad personalmente, tomando en cuenta que la inversión realizada en maquinaria, implementos de trabajo, materia prima que no supere el 25% del capital fijado por la pequeña empresa industrial (87500), con o sin operarios (15 max) y aprendices (5 max), de la misma se considerará artesano aquella persona que realice trabajos manuales aunque no haya invertido ninguna cantidad de dinero en implementos, materia prima o que carezca de personal de trabajo (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014).

Tabla 38-4: Ley del artesano

LEY DEL ARTESANO	
BENEFICIOS	OBLIGACIONES
<ul style="list-style-type: none">• Exoneración hasta el 100% de impuestos arancelarios de importación de maquinaria, materiales, etc, que no produzca el país.• Exoneración del IVA (0%).• No está obligado a llevar contabilidad.• Exoneración de pago de los décimos tercero y cuarto, fondo de reserva, 15% de utilidades.• Incentivos en el desarrollo de la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Vender únicamente los bienes a los que se refiere la calificación por parte de la JND.• No exceder el momento de activos fijos permitido por la ley del artesano.• Afiliación al seguro obligatorio con el 11,15% para maestro y 9,45% para operarios y aprendices.• Comunicar al SRI cualquier tipo de cambio de nombre, dirección, número telefónico.• Archivar por 7 años los comprobantes de venta.

Fuente: (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014)

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

A. REQUISITOS PERSONALES

- Actividad eminentemente artesanal
- El establecimiento se encuentra a cargo del Maestro de taller

B. REQUISITOS GENERALES PARA LA CALIFICACIÓN

- Copia de RUC
- Solicitud a la JNDA (adquirir formulario en la junta)
- Copia de cédula y papeleta de votación (hasta 65 año)
- Copia de título artesanal (1 año de estudio)
- Declaración juramentada de ser artesano
- Copia de tipo de sangre
- Foto tamaño carnet

C. RECALIFICACIÓN

- En caso de recalificación es necesario la copia de la calificación anterior.

PROCEDIMIENTOS

La persona que se encuentra interesado para obtener la calificación del artesano deberá cumplir con todos los requisitos pertinentes, y a la vez deberá presentarlo en la Junta del Artesano correspondiente a su lugar de residencia. Una vez cumplido con lo requerido se procederá con la inspección del taller (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014).

D. DUPLICADO DE CALIFICACIONES

Requisitos:

1. Solicitud (juntas cantonales)
2. Declaraciones de datos
3. Copia de cédula

4.4.4. Permisos requeridos para su funcionamiento

Para comenzar con el funcionamiento del establecimiento se debe obtener todos los permisos necesarios que se detallan a continuación.

Tabla 39-4: Gastos de organización

GASTOS DE ORGANIZACIÓN		
TIPO	GASTO ANUAL	OBSERVACIÓN
INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO (CURSO Y CARNET)	25,00	Tasa única
PERMISO EN EL MINISTERIO DEL AMBIENTE	10,00	no tiene costo
INSCRIPCIÓN AL SRI (RUC)	-	no tiene costo
BOMBEROS	5,00	Tasa única
PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD ARCSA	40,58	categoría del local
PATENTE MUNICIPAL	60,00	dimensión de local
REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO	45,00	Cédula, rise
TOTAL	185,58	

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.4.5. Mitigar el impacto ambiental

Con el fin de mitigar o reducir en lo posible el impacto ambiental que puede ocasionar las actividades realizadas por el establecimiento, se ha visto en la necesidad de implantar el

mecanismo de las 3R contribuyendo con esto a la disminución de un porcentaje considerable de la basura que generará a diario el local.

- **Reciclar:** el establecimiento clasificará la basura que genera a diario, dependiendo del tipo de material que este sea, como por ejemplo cartones, botellas plásticas, botellas de vidrio, recipientes de metal, esto con el fin de que sean utilizados para nuevos productos, gracias a esta actividad se podrá obtener un ingreso económico adicional para el emprendimiento y además que el volumen de basura disminuirá evitando con esto cualquier tipo de contaminación.
- **Reducir:** el fin que posee esta acción es la de simplificar o disminuir la compra de productos que sea directos contaminadores y al mismo tiempo que perjudique al dinero del negocio, para llevar a cabo este accionar, es responsabilidad de la empresa evitar el uso de envoltorios plásticos excesivos durante la compra de materia prima
- **Reutilizar:** el establecimiento también aplicará el proceso de reutilización, que tiene como fin el darles una prolongada vida a ciertos materiales antes de ser sometidos al reciclaje, en este caso el establecimiento reutilizará todos los envases clásticos con el fin de guardar cualquier alimento no perecedero (azúcar, sal, granos secos), el uso extra de las fundas de compras también serán otras de las opciones.

4.4.5.1. Acciones remediales

Tabla 40-4: Acciones remediales

Daños ocasionados por los procesos de producción y actividades operativas	Impactos	Medidas de mitigación	Requerimientos	Costos
Agua	Contaminantes producidos por desechos líquidos	Instalar señaléticas informativas, sobre el manejo y deposición de desechos sólidos.	Letrero informativo plásticos.	\$15
	Contaminación por los desechos que son expulsados por maquinaria y equipo.	Revisión y control periódico de maquinaria y equipo para evitar el desecho materia innecesaria.	-	\$0,00
Suelo	Contaminación por desechos inorgánicos emitidos por el establecimiento.	Adquirir basureros para el desecho de elementos inorgánicos.	3 basureros de distintos colores	\$45,00

	Contaminación generada por desechos orgánicos.	Manejo adecuado de desechos orgánicos generados por el área de producción.	Instalar un contenedor destinado únicamente para desechos orgánicos.	\$20,00
Aire	Contaminación por humo u otro tipo de contaminantes.	Controlar el uso de aerosoles para el local, así como la quema de cualquier tipo de material que afecte directa o indirectamente.	-	-
TOTAL				80,00

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Suelo

El establecimiento al comenzar con las sus actividades de apertura generará un impacto ambiental, principalmente por el desecho de elementos sólidos que se produzca tas alguna remodelación del establecimiento y en especial cuando las actividades de producción se comiencen a generar, las acciones remediales que se tomará en cuanta será la instalación de basureros, los mismos que ayudará con la clasificación de los desechos orgánicos e inorgánicos.

Agua

La utilización de un elemento principal como es el agua deberá ser la más cautelosa posible, ya que su uso va desde el lavado de elementos que forman parte del local, hasta la misma utilización para el proceso de producción, se establecerá como medidas correctivas la utilización de un letrero en donde se detalle sobre manejo de los desechos sólido generados, así como un control en los tiempos en las que será utilizada el agua, evitando con esto el desperdicio innecesario y una disminución del costo por el servicio.

Aire

El aire constituye uno de los factores más vulnerables en sufrir contaminación, la cafetería tomara medidas preventivas con el fin de evitar daños, las metidas a utilizar será prohibir la quema de materiales indistintamente del tipo que este sea como plásticos, papeles u otros.

4.5. Estudio Financiero

4.5.1. Análisis de la inversión

Tabla 41-4: Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSIÓN
1. INVERSIONES FIJAS	0,00	12.553,29	12.553,29
MAQUINARIA Y EQUIPO		7.736,00	7.736,00
EQUIPO DE CÓMPUTO		650,00	650,00
MUEBLES Y ENSERES		2.770,00	2.770,00
MENAJE Y VAJILLA		1.273,00	1.273,00
IMPREVISTOS (1%)		124,29	124,29
2. ACTIVOS DIFERIDOS	84,24	469,65	553,89
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		185,58	185,58
GASTOS DE INSTALACIÓN		210,25	210,25
GASTOS DE PUBLICIDAD		68,33	68,33
GASTOS EXPERIMENTACIÓN	84,24		84,24
IMPREVISTOS (1%)		5,48	5,48
3. CAPITAL DE TRABAJO	500,00	11.368,19	11.868,19
MATERIA PRIMA		4.458,05	4.458,05
MATERIALES INDIRECTOS		514,80	514,80
MANO DE OBRA DIRECTA		2.812,72	2.812,72
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		60,00	60,00
SERVICIOS BÁSICOS		234,26	234,26
GASTO ARRIENDO		1.500,00	1.500,00
SUELDOS VENTAS		1.298,70	1.298,70
SUMINISTROS Y MATERIALES		372,15	372,15
CAJA - BANCOS	500,00	-	500,00
CONTINGENCIA (1%)		117,51	117,51
TOTAL DE INVERSIÓN	584,24	24.391,13	24.975,37

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.1.1. Fuentes y usos

Tabla 42-4: Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
1. INVERSIONES FIJAS		7.774,74	4.778,55	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.736,00	5.000,00	2.736,00	
EQUIPO DE COMPUTO	650,00	650,00	-	
MUEBLES Y ENSERES	2.770,00	2.000,45	769,55	
MENAJE Y VAJILLA	1.273,00		1.273,00	
IMPREVISTOS (1%)	124,29	124,29		
2. ACIVOS DIFERIDOS		84,24	469,65	-
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185,58		185,58	
GASTOS DE INSTALACIÓN	210,25		210,25	
GASTOS DE PUBLICIDAD	68,33		68,33	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	84,24	84,24	-	
IMPREVISTOS (1%)	5,48		5,48	
3. CAPITAL DE TRABAJO		4.158,33	3.251,81	4.458,05
MATERIA PRIMA	4.458,05			4.458,05
MATERIALES INDIRECTOS	514,80		514,80	
MANO DE OBRA DIRECTA	2.812,72	2.812,72	0,00	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	60,00		60,00	
SERVICIOS BASICOS	234,26		234,26	
GASTO ARRIENDO	1.500,00		1.500,00	
SUELDOS DE VENTAS	1.298,70	799,31	499,39	
SUMINISTROS Y MATERIALES	372,15	46,30	325,85	
CAJA - BANCOS	500,00	500,00	-	
CONTINGENCIA (1%)	117,51		117,51	
TOTAL	24.975,37	12.017,31	8.500,00	4.458,05

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.2. Presupuestos

4.5.2.1. Presupuestos de costos de producción

Tabla 43-4: Presupuesto de costos de producción

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
MATERIA PRIMA	17.832,21	18.188,85	18.552,63	18.923,68	19.302,16
MANO DE OBRA DIRECTA	11.250,89	11.475,91	11.705,42	11.939,53	12.178,32
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	514,80	525,10	535,60	546,31	557,24
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	660,00	673,20	686,66	700,40	714,41
SERVICIOS BÁSICOS	468,52	477,89	487,45	497,20	507,14
SUMINISTROS Y MATERIALES	893,16	911,02	929,24	947,83	966,79
AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	696,24	633,58	576,56	524,67	477,45
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	21,81	19,85	18,06	16,44	14,96
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	31.180,19	31.899,89	32.605,06	33.318,26	34.040,19

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.2.2. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 44-4: Presupuesto de costos de administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO ARRIENDO	6.000,00	6.120,00	6.242,40	6.498,96	6.628,94
SERVICIOS BÁSICOS	234,26	238,95	243,72	248,60	253,57
SUMINISTROS Y MATERIALES	148,86	151,84	154,87	157,97	161,13
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO	144,45	112,35	87,38	67,96	52,86
AMORTIZACIÓN DE GASTOS ORGANIZACIÓN	37,12	37,12	37,12	37,12	37,12
AMORTIZACIÓN DE GASTOS INSTALACIÓN	42,05	42,05	42,05	42,05	42,05
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	6.606,74	6.702,30	6.807,55	7.052,66	7.175,67

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.2.3. Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 45-4: Presupuesto de costos de ventas

3. GASTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AMORTIZACIÓN GASTO PUBLICIDAD	13,67	13,67	13,67	13,67	13,67
SUELDOS	5.194,79	5.298,68	5.404,66	5.512,75	5.623,01
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	227,49	207,01	188,38	171,43	156,00
SERVICIOS BÁSICOS	234,26	238,95	243,72	248,60	253,57
SUMINISTROS Y MATERIALES	446,58	455,51	464,62	473,91	483,39
TOTAL GASTO DE VENTAS	6.116,78	5.779,32	5.938,29	6.077,50	6.217,64

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.2.4. Presupuesto de gastos financieros

Tabla 46-4: Presupuesto de costos financieros

GASTOS FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERÉS BANCARIO	1.232,50	821,67	410,83		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.232,50	821,67	410,83		
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	45.136,20	45.203,18	45.761,73	46.448,42	47.433,50

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.3. Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 47-4: Estado de resultados

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	54.962,09	56.061,33	57.182,56	58.326,21	59.492,73
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	31.180,19	31.899,89	32.605,06	33.318,26	34.040,19
(=) UTILIDAD BRUTA	23.781,90	24.161,44	24.577,50	25.007,95	25.452,54
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	6.606,74	6.702,30	6.807,55	7.052,66	7.175,67
(-) GASTO DE VENTAS	6.116,78	5.779,32	5.938,29	6.077,50	6.217,64
(=) UTILIDAD OPERATIVA	11.058,39	11.679,82	11.831,66	11.877,79	12.059,24
(-) GASTO FINANCIERO	1.232,50	821,67	410,83	-	
(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	9.825,89	10.858,16	11.420,83	11.877,79	12.059,24
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	9.825,89	10.858,16	11.420,83	11.877,79	12.059,24

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.4. Estado de Situación Financiera

Tabla 48-4: Estado de situación financiera

BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	11.496,04	19.733,68	21.555,88	22.908,49	21.322,05	22.704,27
ACTIVO FÍJO	11.280,29	11.280,29	11.280,29	11.280,29	11.280,29	11.280,29
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-1.089,99	-2.179,98	-3.269,98	-4.359,97	-5.449,96
DIFERIDOS (Valor amortización anual)	553,89	443,11	332,34	221,56	110,78	-
TOTAL ACTIVOS	24.975,37	30.367,09	30.988,53	31.140,37	28.353,15	28.534,60
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario)		1.232,50	821,67	410,83		
PASIVO LARGO/PLAZO (Crédito Bancario)	8.500,00	2.833,33	2.833,33	2.833,33		
TOTAL PASIVO	8.500,00	4.065,83	3.655,00	3.244,17	-	-
PATRIMONIO						
Capital	16.475,37	16.475,37	16.475,37	16.475,37	16.475,37	16.475,37
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)		9.825,89	10.858,16	11.420,83	11.877,79	12.059,24
TOTAL PATRIMONIO	16.475,37	26.301,25	27.333,52	27.896,20	28.353,15	28.534,60
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	24.975,37	30.367,09	30.988,53	31.140,37	28.353,15	28.534,60

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

4.5.5. Estado de Flujo del Efectivo

Tabla 49-4: Estado de flujo del efectivo

RUBROS	0	1	2	3	4	5
Ventas		54.962,09	56.061,33	57.182,56	58.326,21	59.492,73
Costos Producción		31.180,19	31.899,89	32.605,06	33.318,26	34.040,19
Gasto Administrativo		6.606,74	6.702,30	6.807,55	7.052,66	7.175,67
Gasto Ventas		6.116,78	5.779,32	5.938,29	6.077,50	6.217,64
Gasto Financieros		1.232,50	821,67	410,83		
Amortización act. Diferido		110,78	110,78	110,78	110,78	110,78
Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		9.825,89	10.858,16	11.420,83	11.877,79	12.059,24
Utilidad Neta		9.825,89	10.858,16	11.420,83	11.877,79	12.059,24
Depreciaciones		1.089,99	1.089,99	1.089,99	1.089,99	1.089,99
Amort. Act. Nominal		110,78	110,78	110,78	110,78	110,78
Inversión Maq. Y Equipo.	7.736,00					
Inv. Terreno y Obra Física						
Inversión Otros	4.693,00					
Inv. Act. Nominal	553,89					
Inv. Capital de Trabajo	11.868,19					
Vehículo						
Imprevisto	124,29					
Recup. Capital Trabajo						
Préstamo						
Amort. Préstamo		-2.833,33	-2.833,33	-2.833,33		
FLUJO DE CAJA	24.975,37	8.193,32	9.225,59	9.788,27	13.078,56	13.260,01

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

A. Evaluación Económica

Tabla 50-4: Evaluación económica

PRUEBA ÁCIDA	
ACTIVO CORRIENTE	19.733,68
INVENTARIOS	12.925,44
PASIVO CORRIENTE	1.232,50
PRUEBA ÁCIDA	5,52

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

La prueba ácida es utilizada como un indicador de evaluación económica, el fin de la prueba consiste en medir la liquidez de la empresa, son según los datos obtenidos no ayudaría a cubrir los pasivos corrientes a un corto plazo, lo cual se interpreta que la empresa depende de sus ventas para cumplir con sus obligaciones, es decir por cada dólar que se debe a corto plazo se cuenta con \$5, 52 para poder pagarlos sin recurrir a la venta de inventarios.

4.5.6. Evaluación Financiera

A- Flujo neto del efectivo (FNE)

Tabla 51-4: Flujo neto del efectivo

FLUJO NETO DEL EFECTIVO	
Nº	FNE
INVERSION	- 24.975,37
1	8.193,32
2	9.225,59
3	9.788,27
4	13.078,56
5	13.260,01

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

Con la tabla del flujo neto del efectivo se pudo determinar que desde el primer año el establecimiento generar ganancias que consecutivamente en los próximos 5 años se irán incrementando, lo cual representa la factibilidad de emprendimiento

B. Valor actual neto (VAN)

Tabla 52-4: Valor actual neto (VAN)

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)				
Nº	FNE	(1 + i)ⁿ	FNE /	(1 + i)ⁿ
INVERSION	- 24.975,37		-	24.975,37
1	8.193,32	1,10		7.454,92
2	9.225,59	1,21		7.637,66
3	9.788,27	1,33		7.373,18
4	13.078,56	1,46		8.963,80
5	13.260,01	1,60		8.269,12
TOTAL				14.723,32
VAN	\$	14.723,32		

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

El resultando de la tabla de valor actual neto (VAN) se obtiene sumando los valores del flujo de caja que va desde el año 1 hasta llegar al año 5, mediante el empleo de la fórmula se lograr alcanzar un valor de \$ 14.723,32 sin contar con el valor de la inversión.

C. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 53-4: Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa interna de retorno (TIR)		Año	FNE
TASA DE DESCUENTO	VAN	0	- 24.975,37
0%	\$28.570,38	1	8.193,32
5%	\$20.800,48	2	9.225,59
10%	\$14.723,32	3	9.788,27
15%	\$9.716,94	4	13.078,56
20%	\$5.629,94	5	13.260,01
25%	\$2.255,64	TIR	29%
28%	\$507,69		

TIR	28,84%
------------	---------------

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

El porcentaje obtenido de la tasa interna de retorno (TIR) es de 28,84%, el cual representa a la tasa de interés generado por el capital que está invertido en el proyecto.

D. Periodo de recuperación

Tabla 54-4: Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)			
AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN
0	- 24.975,37		- 24.975,37
1	8.193,32	8.193,32	-16.782,05
2	9.225,59	17.418,91	-7.556,46
3	9.788,27	27.207,18	2.231,81
4	13.078,56	40.285,74	15.310,37
5	13.260,01	53.545,75	28.570,38

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Fórmula

$$PRR = \text{Año de recuperación} + \frac{\text{Costo por recuperar}}{\text{Último flujo}}$$

$$PRR = 2 + \frac{7.556,46}{9.788,27}$$

$$PRR = 2 + 0,77$$

$$PRR = 2,77$$

Periodo de recuperación		
2,77	AÑOS	2
9,24	MESES	9
6,72	DIAS	7

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

Con la tabla del periodo de recuperación se obtuvo como resultado que para un periodo de 2 años, 9 meses y 7 días se obtendrá la recuperación del total de la inversión utilizada para el poner en marcha el proyecto

E. Punto de equilibrio

Tabla 55-4: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	16.445,68
PRECIO	1,16
COSTO VARIABLE	0,35
PUNTO DE EQUILIBRIO	20.213
UTILIDAD	0

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Tabla 56-4: Tabla del punto de equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	RESULTADOS
1.152	1.339,01	16.445,68	401,70	16.847,38	- 15.508,37
2.304	2.678,02	16.445,68	803,41	17.249,08	- 14.571,06
3.456	4.017,04	16.445,68	1.205,11	17.650,79	- 13.633,75
4.608	5.356,05	16.445,68	1.606,81	18.052,49	- 12.696,44
5.760	6.695,06	16.445,68	2.008,52	18.454,19	- 11.759,13
6.912	8.034,07	16.445,68	2.410,22	18.855,90	- 10.821,82
8.064	9.373,09	16.445,68	2.811,93	19.257,60	- 9.884,52
9.216	10.712,10	16.445,68	3.213,63	19.659,31	- 8.947,21
10.368	12.051,11	16.445,68	3.615,33	20.061,01	- 8.009,90
11.520	13.390,12	16.445,68	4.017,04	20.462,71	- 7.072,59
12.672	14.729,13	16.445,68	4.418,74	20.864,42	- 6.135,28
13.824	16.068,15	16.445,68	4.820,44	21.266,12	- 5.197,97
14.976	17.407,16	16.445,68	5.222,15	21.667,82	- 4.260,66
16.128	18.746,17	16.445,68	5.623,85	22.069,53	- 3.323,36
17.280	20.085,18	16.445,68	6.025,56	22.471,23	- 2.386,05
18.432	21.424,20	16.445,68	6.427,26	22.872,93	- 1.448,74
19.584	22.763,21	16.445,68	6.828,96	23.274,64	- 511,43
20.736	24.102,22	16.445,68	7.230,67	23.676,34	425,88
21.888	25.441,23	16.445,68	7.632,37	24.078,05	1.363,19
23.040	26.780,25	16.445,68	8.034,07	24.479,75	2.300,50

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

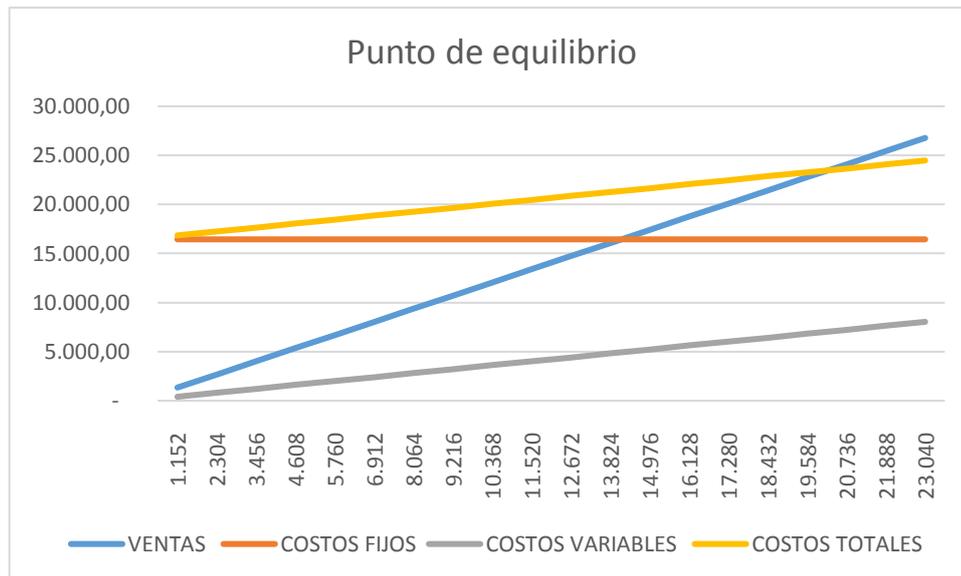


Gráfico 20-4: Punto de equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

Para la obtención del punto de equilibrio se utilizaron valores de los costos fijos, costos variables, el precio; estos valores fueron obtenidos del producto estrella del establecimiento, aplicando la fórmula nos da un valor de a 0, es decir no existe ni pérdida ni ganancia.

F. Relación beneficio costo

Tabla 57-4: Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	10%		
Nº	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
	- 24.975,37		
1		54.962,09	31.180,19
2		56.123,89	31.899,89
3		57.311,49	32.605,06
4		58.525,52	33.318,26
5		59.766,62	34.040,19
		TOTAL INGRESO	217.026,99
		TOTAL COSTO	123.403,35
		(=) COSTO+INVERSIÓN	98.427,98
		RB/C	1,76

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

En la relación beneficio costo se toman en cuenta al total de ingresos y costos (se excluye al total de inversión inicial) generados por emprendimiento, los resultados obtenidos de esta relación son positivos debido a que, por cada dólar empleado se tiene una recuperación de \$0,76.

4.5.7. Evaluación Social

Tabla 58-4: Evaluación social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN COTOPAXI	150707	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0,0020%

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Myriam Guanoluisa, 2018.

Análisis

La aplicación de la evaluación social tiene como fin determinar el porcentaje de contribución al progreso y crecimiento económico social de la ciudad de Latacunga, con la implementación del establecimiento se dará empleo a 3 personas lo cual representa un porcentaje de 0,0020%, aunque el valor del porcentaje no es tan alto, si disminuye un poco el índice del desempleo que tiene la ciudad.

4.5.8. Evaluación Ambiental

En la evaluación ambiental del proyecto de factibilidad, se estableció medidas de mitigación ambiental, con el fin de reducir y atenuar los posibles impactos ambientales a generar por parte de la implementación de la cafetería, a la vez se hizo uso de las 3R (reciclar, reducir y rehusar) con el objetivo de dar un destino a todos desechos inorgánicos generados a diario durante los procesos de venta, almacenamiento, producción y posteriormente la venta del producto en sí, el principal material al cual se ha enfocado es al material plásticos, esto debido a que el proceso de descomposición del material es largo, lo que se pretende es que pase por las fase de rehusar, reciclar y sobre todo reducir la comprar de este material.

CONCLUSIONES

- Mediante la aplicación del estudio de mercado en la parroquia La Matriz de la ciudad de Latacunga se obtuvo un porcentaje de 89% de aceptabilidad para la implementación de una cafetería de estilo clásico, utilizando el café arábigo lojano para la elaboración de las distintas bebidas frías y calientes.
- Se diseñó una carta con distintas variedades de bebidas frías y calientes, cuya materia prima es la utilización de café lojano, con el fin de ofrecer un producto que otorgue un aroma delicado, fino y un sabor frutal y floral, en las diversas bebidas. Para cada bebida se estableció una receta estándar con el objetivo de determinar el costo y el precio de venta al público.
- Con el desarrollo del estudio técnico se estableció un valor promedio de producción de 40pax, mientras que en el estudio administrativo se identificó las áreas principales del proyecto que son: producción, administración y ventas, además el emprendimiento es de tipo de artesanal permitiendo ampararse a los beneficios de la ley del artesano vigente.
- Con la aplicación del estudio económico-financiero se determinó que el proyecto de factibilidad es viable con relación a los siguientes valores: el valor actual neto (VAN) es positivo con monto de \$14.723,32; la tasa interna de retorno corresponde a un porcentaje 28,86%; la relación beneficio costo es de \$1,76 y el periodo de recuperación se dará del segundo año permitiendo concluir la factibilidad del emprendimiento.

RECOMENDACIONES

- Es necesario mantener constante innovación y diversificación de bebidas en la carta del establecimiento, con el fin de atraer a la mayor cantidad de clientes y a la vez conseguir la fidelidad de los mismos, al momento de proveer un producto y servicio de excelencia.
- Se recomienda la estandarización de los procesos de producción, con el fin de llevar un control además que la utilización de materia prima local ayudará a fortalecer en un porcentaje la economía de la ciudad.
- Al ser factible la implementación de la cafetería se recomienda su ejecución, debido a que los resultados obtenidos durante diferentes de etapas de estudio son positivos, permitiendo con esto su viabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2014). *Ley de Defensa del Artesano*. Recuperado el 04 de Julio de 2018, de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu168907.pdf>
- Real academica española. (2017). *Diccionario de la lengua española (clásico)*. Recuperado el 14 de Julio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=9Pp71kN>
- 3presupuestos. (2018). *Restaurante clásico con lampara de araña*. Recuperado el 16 de Julio de 2018, de <https://www.3presupuestos.com/fotos/restaurante-clasico-lampara-de-arana/>
- Anacafé. (2010). *Laboratorio de catación*. Recuperado el 11 de Julio de 2018, de http://www.anacafe.org/glifos/index.php/09SERV:Catacion_servicios#Precio_para_los_servicios_del_departamento_de_cataci%C3%B3n
- Ballesteros, A., & Guerrero, D. (2011). *Camarero servicios de sala* (3.1 ed.). Madrid, España: Elearning. Recuperado el 22 de Junio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=Hi5WDwAAQBAJ&pg=PA343&dq=cafeterias+de+primera+categoria&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjD55Hf0JfcAhVErIkKHdFqC7IQ6AEILzAC#v=onepage&q=cafeterias%20de%20primera%20categoria&f=false>
- Berdegú, J., & Félix Modrego, B. (2012). *De Yucatán a Chiloé: dinámicas territoriales en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Teseo. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=poxKqRBMJKcC&pg=PA256&lpg=PA256&dq=caracter%C3%ADsticas+de+los+granos+de+cafe+de+cariamanga&source=bl&ots=tg647vSz6k&sig=9egZLd3Bu1e2EViJTOoHgedvyVc&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwirqM3oianbAhXE1lMKHXBcA_EQ6AEIbzAM#v=onepag
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Bogotá -Colombia: Pearson.
- Bustamante Rogel, B. J. (2013). *Análisis del posicionamiento del café lojano en el mercado externo, y las proyecciones hacia (tesis)(Ingeniería)*. Recuperado el 21 de Junio de 2018
- Café saula. (2005). *Que es un barista*. Recuperado el 29 de Junio de 2018, de <http://www.cafesaula.com/blog/es/que-es-un-barista/>
- Capdevilla, P. (2012). *Las cafeterías, escenas de la historia*. Recuperado el 16 de Julio de 2019, de http://www.forumdelcafe.com/sites/default/files/biblioteca/f_02-cafeterias.pdf
- Casalins, E. (2017). *Una historia de sabor y aromas. Blends & recetas* (Segunda ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Lea S.A. Recuperado el 16 de Junio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=6jzZDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Una+historia+de+sabor+y+aromas.+Blends+%26+recetas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjDu9HRxJfcAhVMs1kKHVbpBMcQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Una%20historia%20de%20sabor%20y%20aromas.%20Blends%20%26%2>

- CATIE. (1986). *Fundamentos Del Manejo de Cuencas* (Segunda ed.). Guatemala: Universidad del Valle.
- Charley, H. (1987). *Tecnología de alimentos* (Primera ed.). Mexico: Limusa.
- COFENAC. (2003). *Caracterización física y organoléptica de cafés arábigos en los principales agrosistemas del Ecuador*. Manta-Ecuador: INIAP archivos históricos. Recuperado el 29 de Junio de 2018
- COFENAC. (2014). *Variedades mejoradas de café arabigo*. Quevedo-Los Rios, Ecuador: Ediciones INIAP archivo historico. Recuperado el 12 de Junio de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=b4EzAQAAAMAAJ&printsec=frontcover&dq=variedades+mejoradas+de+caf%C3%A9+arabigo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiUk_jPxZfcAhWFylkKHTqLAGQQ6AEIJAA#v=onepage&q=variedades%20mejoradas%20de%20caf%C3%A9%20arabigo&f=false
- Dirección de promoción de Exportaciones. (2013). Análisis sensorial del café. *PRO ECUADOR*,
- Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Fajardo, H. C. (2017). *Proyectos de inversión 1, 2, 3: de la teoría a la práctica: Una guía para los no expertos*. Madrid España: Autoreseditore S.A.S.
- Galán, R., & Setién, M. (2011). *Bar Y Cafetería: manual profesional* (Segunda ed.). Madrid, España: Editorial Norma. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de https://books.google.com.ec/books/about/Bar_y_cafeter%C3%ADa.html?hl=es&id=Vo-StvHEKycC&redir_esc=y
- Gallegos, F. J. (2006). *Manual practico de cafeteria y bar* (Onceava ed.). Madrid: Paraninfo.
- Ildefonso Grande, E. (2006). *Conducta real del consumidor y marketing efectivo*. Madrid - España: Editorial ESIC.
- La Menorquina. (2016). *Cafeteras profesionales: tipos, características, puntos fuertes y débiles*. Recuperado el 16 de Julio de 2018, de <https://blog.menorquina.com/cafeteras-profesionales-tipos-caracteristicas-y-puntos-fuertes-y-debiles>
- Lara, B. (2010). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito -Ecuador: Oseas Espín.
- Madrid, A. V. (2012). *Restaurante: cafeterías, bares y catering. Manual práctico* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo. Obtenido de Las cafeterías, escenarios de la historia.
- Melgosa, F. J. (2004). *Derecho y turismo* (Primera ed.). Madrid: Universidad Salamanca. Recuperado el 29 de Junio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=mZIJPkOcAGAC&pg=PA366&dq=clasificacion+de+establecimientos+de+cafeterias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiCjLK6zpfAhXCtFMKHWQKD34Q6AEIQzAE#v=onepage&q=clasificacion%20de%20establecimientos%20de%20cafeterias&f=false>
- Merino Ávila, P. (2011). *La evaluación ambiental de planes y programas* (Segunda ed.). Madrid, España: Dykinson S.L.

- Moguel, E., & Rodríguez. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Moreno Vasquez, J. A. (2016). *El Emprendimietno Empresarial. La Importancia de ser Emprendedores 2 da. edicion* (Segunda ed.). IT Campus Academy.
- Mundo del cafe. (2015). *Historia del cafe*. Recuperado el 16 de Junio de 2018, de <http://mundodelcafe.es/historia-del-cafe/>
- Nelson Gusqui, V. B. (2015). *El aroma del Ecuador, método nacional de café*. Ecuador: tiraje .
- Orozco, C. H. (2007). *Análisis Administrativo. Técnicas Y Métodos*. San José - Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Parra Alvíz, M., & al., e. (2017). *emprendimiento y creatividad: aspectos esenciales para crear empresa* (Primera ed., Vol. Primer). Bogotá: Ediciones ECOE.
- Plataforma nacional de cafe sostenible-SCAN. (2015). *Evaluación sensorial del café*. Recuperado el 19 de Junio de 2018, de <http://scanprogram.org/wp-content/uploads/2012/08/20151026-Evaluacion-sensorial-del-cafe.pdf>
- Ramírez, E. (2004). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversion con vision emprendedora estrategica* (Segunda ed.). Colombia: Feriva S.A.
- Romero, R., & Sánchez, A. (2011). *Bebidas: servicios de bar y cafetería* (Primera ed.). Madrid: Editorial IC.
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). Bogotá-Colombia: McGraw W-Hill.
- Sierra, C. P. (2014). *Emprendimientos: concepto y plan de negocio*. México: Editorial Pearson.
- Talaya Ambrona. (2015). *Mobiliario de h015osteleria: Estilos y tendencias*. Recuperado el 16 de Julio de 2018, de <https://www.talaya-ambrona.com/mobiliario-de-hosteleria-estilos-y-tendencias-2015/>
- Telégrafo. (2011). *Centro de acopio de café beneficia a 157 familia de 4 cantones*. Recuperado el 29 de Junio de 2018, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/centro-de-acopio-de-café-beneficia-a-157-familias-de-4-cantones-de-loja.html>
- Vicente, A. M. (2012). *Restaurante: cafeterías, bares y catering. Manual practico* (Segunda ed.). Madrid -España: Editorial Paraninfo.
- Wagner, R. (2001). *Historia del cafe de Guatemala* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones Villegas Asociados.
- Westwing. (2016). *Estilo clásico*. Recuperado el 16 de Julio de 2018, de <https://www.westwing.es/estilo-clasico/>

ANEXOS

Anexo A Encuesta



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



ENCUESTA

Reciba un cordial saludo, sírvase por favor a llenar la siguiente encuesta.

OBJETIVO

Recolectar datos del grupo objetivo para la elaboración del proyecto de titulación con la creación de una cafetería de estilo clásico utilizando café arábigo lojano en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Café arábigo lojano

Es una variedad de café perteneciente a la provincia de Loja posee una acidez aceptable, aroma delicado, dulzor intenso y balanceado, lo que hace irresistible al paladar.

INSTRUCCIONES: Marque con una x la respuesta que usted considere conveniente.

1. ¿Con que frecuencia consume un café?

- a. Diariamente
- b. Semanalmente
- c. Mensualmente

2. Al momento de visitar una cafetería ¿Qué es lo que consumiría aparte de bebidas calientes y frías?

- a. Postres
- b. Distintos tipos de sándwich y tostadas
- c. Comida rápida
- d. Aperitivos tradicionales (humitas, bolones, etc)

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café ahogado (producto estrella de la cafetería)?

- a. Entre \$1,20 a \$2
- b. Entre \$2,10 a \$2,50
- c. Entre \$3 a \$3,50

4. De los siguientes tipos de bebidas de café ¿Cuál es su favorito?

- a. Frías
- b. Calientes

5. ¿Qué es lo que habitualmente espera al momento de consumir en una cafetería?

- a. Servicio rápido y cortés
- b. Buen sabor en las preparaciones
- c. Ambiente acogedor y tranquilo

6. ¿Le gustaría que el establecimiento ofrezca servicio a domicilio sin costo adicional?

- a. Si
- b. No

7. ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría que el establecimiento promocióne sus productos?

- a. Periódico
- b. Afiche
- c. Redes sociales
- d. Radio
- e. Volantes

8. ¿En qué horario le gustaría que atienda el establecimiento?

- a. 13:00 a 21:00
- b. 11:00 a 21:00
- c. 12:00 a 22:00

9. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que se ofrezca en la cafetería?

- a. 2 x 1 una vez a la semana
- b. Obsequiar un producto en fechas especiales
- c. Descuento del 10% por la compra mayor a \$15

10. ¿Ha visitado otros establecimientos que ofrezcan productos y servicios de cafetería?

- a. Si
- b. No

¿Por qué?.....

.....

11. ¿Según su criterio, estaría de acuerdo con la creación de una cafetería que utilice un café en el cual predomine el sabor y aroma (café arábigo lojano)?

- a. Si
- b. No

Gracias por su colaboración

Anexo B Receta estándar del café bombón.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ BOMBÓN					APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración	# PAX	1	
					15/5/2018				
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Café expreso	100	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,22	
0002	Leche condensada	40	ml		Directa	Bebida	2,25	0,36	
0003	Nata montada	10	gr	Batido	Inderecta	Decoración	1,55	0,06	
0004	Cacao	3	gr	Tamizado	Inderecta	Decoración	1,45	0,02	
CÁLCULO	RESULTADO				% imprevisto		C. VARIABLE	0,66	
C.I.F 30% (PV)	0,71					7%	% VARIOS	0,05	
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	1,41			FC=1+D			TOTAL	0,71	
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,94			D=10%			C. PAX	0,71	
$U2 = P.V.S - PV$	0,00			CR=FC* CK	30%		C.M.P O VENTA	0,30	
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,94						P. V	2,35	
							P.V. P	2,35	

Anexo C Receta estándar del cappuccino.

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAPUCCINO TRADICIONAL				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	MI	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,11
0002	Espuma de leche	200	MI	Texturizada	Directa	Bebida	0,85	0,19
0003	Canela en polvo	2	G		Indirecta	Decoración	0,45	0,02
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		0,32
C.I.F 30% (PV)	0,34					% VARIOS	0,02	
$\Sigma \text{ C.P} = \text{C} \times \text{P} + \text{C.I. F}$	0,68		FC=1+D			TOTAL	0,34	
$U1 = \text{PV} - \Sigma \text{CP}$	0,45		D=10%			C. PAX	0,34	
$U2 = \text{P.V. S-PV}$	0,00		CR=FC* CK	30%		C.M.P O VENTA	0,30	
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,45					P. V	1,13	
						P.V. P	1,13	

Anexo D Receta estándar del mocaccino.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: MOCACCINO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración	# PAX:	1	
					15/5/2018			
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		otros	
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Espuma de leche	150	ml	Texturizada	Directa	Bebida	0,85	0,14
0003	Chocolate	50	ml		Directa	Bebida	2,35	0,24
CÁLCULO	RESULTADO				% imprevisto		C. VARIABLE	0,52
C.I.F 30% (PV)	0,56					7%	% VARIOS	0,04
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	1,12			FC=1+D			TOTAL	0,56
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,75			D=10%			C. PAX	0,56
$U2 = P.V. S - PV$	0,00			CR=FC* CK	30%		C.M.P O VENTA	0,30
$U_{neta} = U1 + U2$	0,75						P. V	1,87
							P.V. P	1,87

Anexo E Receta estándar del café americano.

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ AMERICANO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Agua	200	ml	Texturizada	Directa	Bebida	0	0,00
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		0,15
C.I.F 30% (PV)	0,16						% VARIOS	0,01
$\Sigma \cdot C.P = C \times P + C.I.F$	0,31		FC=1+D				TOTAL	0,16
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,21		D=10%				C. PAX	0,16
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK	30%			C.M.P O VENTA	0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,21						P. V	0,52
							P.V. P	0,52

Anexo F Receta estándar del café cortado.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ CORTADO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	150	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,10	0,30
0002	Leche	50	ml		Directa	Bebida	0,85	0,05
CÁLCULO	RESULTADO				% imprevisto		C. VARIABLE	0,35
C.I.F 30% (PV)	0,37					7%	% VARIOS	0,02
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,74			FC=1+D			TOTAL	0,37
U1=PV- Σ CP	0,50			D=10%			C. PAX	0,37
U2=P.V. S-PV	0,00			CR=FC*CK	30%		C.M.P O VENTA	0,30
U neta= U1+U2	0,50						P. V	1,24
							P.V. S	1,24

Anexo G Receta estándar del café latte.

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ LATTE					APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15	
0002	Leche	200	ml		Directa	Bebida	0,85	0,19	
CÁLCULO	RESULTADO				% imprevisto		C. VARIABLE	0,34	
C.I.F 30% (PV)	0,36					7%	% VARIOS	0,02	
$\Sigma. C.P = CxP + C.I.F$	0,72				FC=1+D		TOTAL	0,36	
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,48				D=10%		C. PAX	0,36	
$U2 = P.V. S - PV$	0,00				CR=FC*CK	30%	C.M.P O VENTA	0,30	
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,48						P. V	1,20	
							P.V. S	1,20	

Anexo H Receta estándar del café de naranja.

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ DE NARANJA				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018		# PAX: 1	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Nata montada	30	gr	Batida	Directa	Bebida	1,55	0,19
0003	sirop de naranja							
0004	Cáscara de naranja	15	mg	Lavada	Directa	Bebida	0,1	0,10
0005	Agua	75			Directa	Bebida	0	0,00
0006	Azúcar	25	ml		Directa	Bebida	0,55	0,03
CÁLCULO	RESULTADO			% imprevisto		C. VARIABLE		0,46
C.I.F 30% (PV)	0,50				7%	% VARIOS		0,03
$\Sigma \cdot C.P = C \times P + C.I.F$	0,99			FC=1+D		TOTAL		0,50
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,66			D=10%		C. PAX		0,50
$U2 = P.V. S - PV$	0,00			CR=FC* CK	30%	C.M.P O VENTA		0,30
$U neta = U1 + U2$	0,66					P.V		1,65
						P.V.P		1,65

Anexo I Receta estándar del café vienés.

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ VIENÉS				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración	# PAX: 1		
					15/5/2018			
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		otros	
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Nata montada	55	gr	Batida	Directa	Bebida	1,55	0,34
0003	Pajillo	5	gr			Decoración	0,05	0,05
CÁLCULO	RESULTADO				% imprevisto		C. VARIABLE	0,54
C.I.F 30% (PV)	0,58					7%	% VARIOS	0,04
$\Sigma \cdot C.P = C \times P + C.I.F$	1,15			FC=1+D			TOTAL	0,58
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,77			D=10%			C. PAX	0,58
$U2 = P.V. S - PV$	0,00			CR=FC *CK	30%		C.M.P O VENTA	0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,77						P. V	1,92
							P.V. P	1,92

Anexo J Receta estándar del café granizado.

 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ GRANIZADO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Nata montada	30	gr	Batida	Directa	Bebida	1,55	0,19
0003	Hielo	150	gr	Triturado		Bebida	0	0,00
0004	Azúcar	15	gr		Directa	Bebida	0,55	0,02
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		0,35
C.I.F 30% (PV)	0,38						% VARIOS	0,02
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	0,75		FC=1+D				TOTAL	0,38
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,50		D=10%				C. PAX	0,38
$U2 = P.V. S - PV$	0,00		CR=FC*CK	30%			C.M.P O VENTA	0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,50						P. V	1,25
							P.V. P	1,25

Anexo K Receta estándar del frapuccino

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: FRAPUCCINO					APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15	
0002	Hielo	100	gr	Triturado	Directa	Bebida	0	0,00	
0003	Leche	100	gr			Bebida	0,85	0,09	
0004	Azúcar	15	gr		Directa	Bebida	0,55	0,02	
0005	Nata montada	20	gr	Batido		Decoración	1,55	0,12	
0006	Chocolate líquido	40	ml			Decoración	2,35	0,19	
CÁLCULO	RESULTADO					% imprevisto		C. VARIABLE	0,57
C.I.F 30% (PV)	0,61					7%		% VARIOS	0,04
$\Sigma. C.P = C \times P + C.I.F$	1,22					FC=1+D		TOTAL	0,61
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,82					D=10%		C. PAX	0,61
$U2 = P.V. S - PV$	0,00					CR=FC* CK		C.M.P O VENTA	0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,82							P. V	2,04
		Fr						P.V. P	2,04

Anexo L Receta estándar del cremoso frio

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CREMOSO FRIO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX:	1	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X	otros	
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Leche condensada	50	gr		Directa	Bebida	1,05	0,53
0003	leche texturizada	60	gr	Texturizar		Bebida	0,85	0,06
0004	Hielo	70	gr	Triturado	Directa	Bebida	0	0,00
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		0,73
C.I.F 30% (PV)	0,78					% VARIOS	0,05	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,56		FC=1+D			TOTAL	0,78	
U1=PV-ΣCP	1,04		D=10%			C. PAX	0,78	
U2=P.V. S-PV	0,00		CR=FC*CK	30%		C.M.P O VENTA	0,30	
U neta= U1+U2	1,04					P. V	2,60	
						P.V. P	2,60	

Anexo M Receta estándar del café ahogado.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: CAFÉ AHOGADO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15
0002	Leche	125	gr	Batida	Directa	Bebida	0,85	0,12
0003	helado de vainilla	60	gr	Triturado		Bebida	0,8	0,32
0004	Canela molida	1	gr		Directa	Bebida	0,45	0,01
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		0,59
C.I.F 30% (PV)	0,64				7%	% VARIOS		0,04
Σ . C.P= CxP + C.I.F	1,27		FC=1+D			TOTAL		0,64
U1=P.V.- Σ CP	0,85		D=10%			C. PAX		0,64
U2=P.V.S.-PV	0,00		CR=FC*CK	30%		C.M.P O VENTA		0,30
U neta= U1+U2	0,85					P. V		2,12
						P.V. P		2,12

Anexo N Receta estándar del frape de capuccino.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: FRAPE DE CAPUCCINO					APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX:	1	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA ×	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración		Congelación	X	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Café expresso	40	ml	Diluido	Directa	Bebida	0,11	0,15	
0002	Leche texturizada	125	gr	Texturizada	Directa	Bebida	0,85	0,12	
0003	helado de vainilla	50	gr			Bebida	0,75	0,25	
0004	hielo	25	gr	Triturado	Directa	Bebida	0	0,00	
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto				C. VARIABLE	0,51	
C.I.F 30% (PV)	0,55						% VARIOS	0,04	
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	1,10		FC=1+D				TOTAL	0,55	
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,73		D=10%				C. PAX	0,55	
$U2 = P.V. S - PV$	0,00		CR=FC*CK	30%			C.M.P O VENTA	0,30	
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,73						P. V	1,84	
							P.V. P	1,84	

Anexo O Receta estándar de humitas.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: HUMITAS				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración	# PAX:	8		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA X	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Choclo	2000	gr	Desgrana do	Directa	G. principal	0,25	1,00	
0002	Claras de huevo	75	gr	Batidas	Directa	G. principal	0,12	0,30	
0003	Margarina	125	gr	Diluir	Directa	G. principal	1,55	0,43	
0004	Polvo de hornear	5	gr		Directa	G. principal	0,25	0,03	
0005	Sal	5	gr			G. principal	0,8	0,01	
0006	Queso	80	gr	Rallado		G. principal	1,8	0,32	
0007	Cebolla blanca	25	gr	Picada	Directa	Refrito	0,05	0,01	
0008	Achiote	5	ml		Directa	Refrito	0,25	0,01	
CÁLCULO	RESULTADO	% imprevisto				C. VARIABLE		2,10	
C.I.F 30% (PV)	0,23					% VARIOS		0,06	
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	0,50	FC=1+ D				TOTAL		2,17	
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,27	D=10%				C. PAX		0,27	
$U2 = P.V. S - PV$	0,00	CR=FC *CK				C.M.P O VENTA		0,30	
$U neta = U1 + U2$	0,27					P. V		0,77	
						P.V. P		0,77	

Anexo P Receta estándar de bolón.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: BOLÓN				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 6		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA X	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Verde	1250	gr	Cocinar	Directa	G. principal	0,50	0,63
0002	Queso mozzarella	100	gr	Rallado	Directa	G. principal	1,25	0,50
0003	Cebolla blanca	10	gr	Picada	Directa	Refrito	0,25	0,02
0004	Pimiento	10	gr	Picada	Directa	Refrito	0,25	0,03
0005	Sal	15	gr			Refrito	0,8	0,03
0006	Cilantro	5	gr	Picada		Refrito	0,25	0,01
0007	Ajo	5	gr	Picada	Directa	Refrito	0,5	0,03
0008	Achiote	5	ml		Directa	Refrito	0,25	0,01
CÁLCULO	RESULTADO					C. VARIABLE		1,24
C.I.F 30% (PV)	0,18				% imprevisto			
					7%	% VARIOS		0,04
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	0,39				FC=1+D	TOTAL		1,27
U1=P.V.- Σ CP	0,21				D=10%	C. PAX		0,21
U2=P.V. S-PV	0,00				CR=FC*CK	C.M.P O VENTA		0,30
U neta=U1+U2	0,21				30%	P. V		0,61
						P.V. P		0,61

Anexo Q Receta estándar de empanadas.

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: EMPANADAS DE POLLO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018		# PAX: 4	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA X	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Harina	250	gr	Tamizar	Directa	G. principal	0,50	0,25
0002	Levadura	10	gr	Activar	Directa	G. principal	0,25	0,13
0003	Agua	40	ml	Tibia	Directa	G. principal	0,00	0,00
0004	Azúcar	5	gr		Directa	G. principal	0,55	0,01
	Relleno							0,00
0005	Cebolla	10	gr	Diluir	Directa	Relleno	0,1	0,01
0006	Pimiento	10	gr		Directa	Relleno	0,1	0,02
0007	Sal	15	gr			Relleno, G. principal	0,8	0,03
0008	Cilantro	5	gr	Rallado	Directa	Relleno	0,25	0,01
0009	Arveja	50	gr		Directa	Relleno	0,5	0,06
0010	Ajo	5	gr	Picada	Directa	Relleno	0,5	0,03
0011	Pollo	100	gr	Dezmenuzado	Directa	Relleno	1,2	0,26
0012	Achiote	5	ml		Directa	Relleno	0,25	0,01
CÁLCULO	RESULTADO			% imprevisto		C. VARIABLE		0,80
C.I.F 30% (PV)	0,18			7%		% VARIOS		0,02
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	0,38		FC=1+D			TOTAL		0,83
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,21		D=10%			C. PAX		0,21
$U2 = P.V. S - PV$	0,00		CR=FC*CK	30%		C.M.P O VENTA		0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,21					P. V		0,59
						P.V. P		0,59

Anexo R Receta estándar de tostadas de queso y jamón.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TOSTADAS DE QUESO Y JAMÓN				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018	# PAX: 1		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS	APERITIVO	
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		otros	
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Pan Blanco	50	gr	Rebanado	Directa	G. principal	1,60	0,16
0002	Queso	10	gr	Rebanado	Directa	G. principal	1,8	0,04
0003	Jamón	10	gr	Rebanado	Directa	G. principal	0,85	0,12
CÁLCULO	RESULTADO			% imprevisto		C. VARIABLE	0,32	
C.I.F 30% (PV)	0,34				7%	% VARIOS	0,02	
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,69			FC=1+D		TOTAL	0,34	
U1=PV- Σ CP	0,46			D=10%		C. PAX	0,34	
U2=P.V. S-PV	0,00			CR=FC*CK	30%	C.M.P O VENTA	0,30	
U neta= U1+U2	0,46					P. V	1,15	
						P.V. P	1,15	

Anexo S Receta estándar del sándwich simple.

TIPO DE MENÚ		BEBIDA	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS	APERITIVO	
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: SÁNDWICH SIMPLE		APORTE ENERGÉTICO:		Fecha de elaboración		# PAX: 1		15/5/2018	
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Pan	50	gr	Cortado	Directa	G. principal	0,12	0,12	
0002	Lechuga	3	gr	Lavado	Directa	G. principal	0,25	0,01	
0003	Tomate	10	gr	Rebanado	Directa	G. principal	0,1	0,02	
0004	Queso	10	gr	Rebanado	Directa	G. principal	1,8	0,08	
CÁLCULOS	RESULTADOS					% imprevisto		C. VARIABLE	0,24
C.I.F 30% (PV)	0,22					7%		% VARIOS	0,02
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,48	FC=1+D						TOTAL	0,26
U1=PV- Σ CP	0,26	D=10%						C. PAX	0,26
U2=P.V. S-PV	0,00	CR=FC*CK				30%		C.M.P O VENTA	0,30
U neta= U1+U2	0,26							P. V	0,73
								P.V. P	0,73

Anexo T Receta estándar del sándwich retro.

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: SÁNDWICH RETRO				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018		# PAX: 1	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS	APERITIVOS	
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		otros	
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo o Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Pan	50	gr	Cortado	Directa	G. principal	0,12	0,12
0002	Lechuga	3	gr	Lavado	Directa	G. principal	0,25	0,01
0003	Tomate	10	gr	Rebanado	Directa	G. principal	0,1	0,02
0004	Cebolla	10	gr	Picada	Directa	G. principal	0,1	0,01
0005	Salpimienta	2	gr				0,8	0,01
0006	Carne	120	gr	Grillado	Directa	G. principal	2	0,53
0007	Tocino	10	gr	Desgrasado	Directa	G. principal	4,5	0,10
0008	Pepinillo	10	Gr	Rebanado		G. principal	0,79	0,08
0009	Ajo	5	Gr	Picada	Directa	Relleno	0,5	0,02
CÁLCULO	RESULTADO			% imprevisto		C. VARIABLE		1,07
C.I.F 30% (PV)	0,98				7%	% VARIOS		0,07
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	2,13			FC=1+D		TOTAL		1,15
$U1 = PV - \Sigma CP$	1,15			D=10%		C. PAX		1,15
$U2 = P.V. S - PV$	0,00			CR=FC*CK	30%	C.M.P O VENTA		0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	1,15					P. V		3,27
						P.V. P		3,27

Anexo U Receta estándar de torta mojada de chocolate.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TORTA MOJADA DE CHOCOLATE				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018		# PAX: 10	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE X	MENÚ COMPLETO	OTROS		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		otros	
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
0001	Harina	400	Gr	Tamizar	Directa	G. principal	0,55	0,48
0002	Azúcar	400	gr		Directa	G. principal	0,55	0,48
0003	Huevos	150	gr		Directa	G. principal	0,13	0,39
0004	Chocolate amargo	50	gr	Tamizar	Directa	G. principal	0,55	0,11
0005	Bicarbonato	10	gr				0,25	0,03
0006	Polvo de hornear	6	gr		Directa	G. principal	0,3	0,09
0007	Café	6	gr		Directa	G. principal	5	0,06
0008	Agua	222	ml		Directa	G. principal	0	0,00
0009	Leche	222	ml		Directa	G. principal	0,85	0,21
0010	Aceite	213	ml		Directa	G. principal	1	0,43
0011	Vinagre Blanco	10	ml		Directa	G. principal	0,55	0,06
DECORACIÓN								
0012	D, cream	600	gr	Batido		Decoración	2,5	1,50
0013	Frutilla	120	gr	Cortado		Decoración	0,5	0,13
0014	Durazno	140	gr	Cortado		Decoración	2,4	0,67
CÁLCULO	RESULTADO		% imprevisto			C. VARIABLE		4,64
C.I.F 30% (PV)	0,43		7%			% VARIOS		0,32
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	0,92		FC=1+D		TOTAL		4,96	
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,50		D=10%		C. PAX		0,50	
$U2 = P.V. S - PV$	0,00		CR=FC*CK		C.M.P O VENTA		0,30	
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,50				P. V		1,42	
					P.V. P		1,42	

Anexo V Receta estándar de mousse de café.

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: MOUSSE DE CAFÉ				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018		# PAX: 10		
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE X	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		otros		
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Nata montada	500	gr	Batir	Directa	G. principal	2,45	2,70	
0002	Azúcar	250	gr		Directa	G. principal	0,55	0,30	
0003	Claras de huevo	500	gr		Directa	G. principal	0,13	1,30	
0004	Café doble espresso	60	ml			G. principal	0,11	0,11	
0005	Gelatina	80	gr		Directa	G. principal	3,5	0,62	
DECORACIÓN									
0006	Nueces	100	gr	Cortado		Decoración	1,3	0,52	
0007	Durazno	50	Gr	Cortado		Decoración	2,4	0,24	
CÁLCULO	RESULTADO					% imprevisto		C. VARIABLE	5,79
C.I.F 30% (PV)	0,46					7%		% VARIOS	0,17
$\Sigma \cdot C.P = C \times P + C.I.F$	1,01	FC=1+D						TOTAL	5,96
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,54	D=10%						C. PAX	0,54
$U2 = P.V. S - PV$	0,00	CR=FC * CK				30%		C.M.P O VENTA	0,30
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,54							P. V	1,55
								P.V. P	1,55

Anexo W Receta estándar del tiramisú.

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA D CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>									
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TIRAMISÚ				APORTE ENERGÉTICO:	Fecha de elaboración 15/5/2018		# PAX:	9	
TIPO DE MENÚ	BEBIDA	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	otros			
CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		Costo Unit.	costo de total	
					MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
0001	Bizcotelas	500	gr	Tamizado	Directa	G. principal	1,55	1,55	
0002	Azúcar impalpable	150	gr		Directa	G. principal	0,55	0,18	
0003	Queso crema (mascarpone)	400	gr		Directa	G. principal	2,9	2,32	
0004	Café expresso	30	ml			G. principal	0,11	0,11	
0005	Amaretto, licor	40	ml			G. principal	4	0,21	
0005	Huevos	300	gr		Directa	G. principal	0,13	0,78	
DECORACIÓN									
0006	Cacao en polvo	50	gr	Tamizado		Decoración	1,3	0,26	
0007	Cereza	50	gr	Cortado		Decoración	2,4	0,24	
CÁLCULO	RESULTADO					% imprevisto	C. VARIABLE	5,66	
C.I.F 30% (PV)	0,55					7%	% VARIOS	0,17	
$\Sigma \cdot C.P = CxP + C.I.F$	1,20					FC=1+D	TOTAL	5,82	
$U1 = PV - \Sigma CP$	0,65					D=10%	C. PAX	0,65	
$U2 = P.V. S - PV$	0,00					CR=FC*CK	C.M.P O VENTA	0,30	
$U neta = U1 + U2$	0,65					30%	P.V	1,85	
							P.V. P	1,85	

Anexo X Carta.





BEBIDAS CALIENTES

CAFÉ EXPRESS (café lojano)	\$ 0,50
CAFÉ EXPRESS DOBLE	\$0,65
CAFÉ BOMBÓN (express, leche condensada, espuma de leche)	\$ 2,35
• CAPUCCINO TRADICIONAL (express, leche texturizada)	\$ 1,30
• CAPUCCINO DE VAINILLA (express, leche texturizada, vainilla)	\$1,10
• CAPUCCINO DE AVELLANA (express, espuma de leche, almendras)	\$ 1,30
MOCACCINO (express, espuma de leche, chocolate)	\$ 1,90
CAFÉ CORTADO (express, leche)	\$ 1,25
CAFÉ AMERICANO (express)	\$ 0,55
CAFÉ LATTE (express, leche)	\$ 1,20
CAFÉ DE NARANJA (express, montada, sirop y cascara de naranja)	\$ 1,90
CAFÉ VIANES (express, montada, pajillo)	\$1,95



BEBIDAS FRÍAS

CAFÉ GRANIZADO **\$1,25**
(express, montada, hielo)

FRAPUCCINO **\$2,10**
(express, leche, hielo, montada ,
chocolate)

CREMOSO FRÍO **\$2,60**
(express, leche condensada, leche
texturizada, hielo)

CAFÉ AHOGADO **\$2,15**
(express, leche, helado de vainilla,
canela)

CAPUCCINO TRADICIONAL **\$1,95**
(express, leche helado de vainilla,
hielo)

SANDWICH

TOSTADA QUESO Y JAMÓN \$1.15

TOSTADA CON QUESO \$ 0.75

SANDUCHE SIMPLE \$0.75
(lechuga, tomate, queso)

SANDUCHE DE POLLO 1.95
(lechuga, tomate, pollo, cebolla)

SANDUCHE COMPLETO \$2.15
(lechuga, tomate, pollo, queso, pepinillo, cebolla)

SANDUCHE RETRO \$3.30
(lechuga, tomate, cebolla, carne, tocino, pepinillo)



POSTRES

TORTA MOJADA DE CHOCOLATE \$1,35

(decorado con frutilla y durazno)

MOUSSE DE MARACUYÁ \$1,20

(gelatina, decorado con frutilla y durazno)

PAY DE DURAZNO \$1,15

(duraznos, canela)

TORTA RELLENA DE FRUTOS ROJOS \$1,50

TIRAMISÚ \$2,05

(bizcoctas, express, polvo de cacao, cerveza)

MOUSSE DE CAFÉ \$1,35

(gelatina, nueces, durazno)

APERITIVOS TRADICIONALES

BOLÓN DE QUESO \$0,65

(verd. queso maduro)

BOLÓN DE CHICHARRÓN \$0,65

(verd. chicharon)

HUMITAS \$0,80

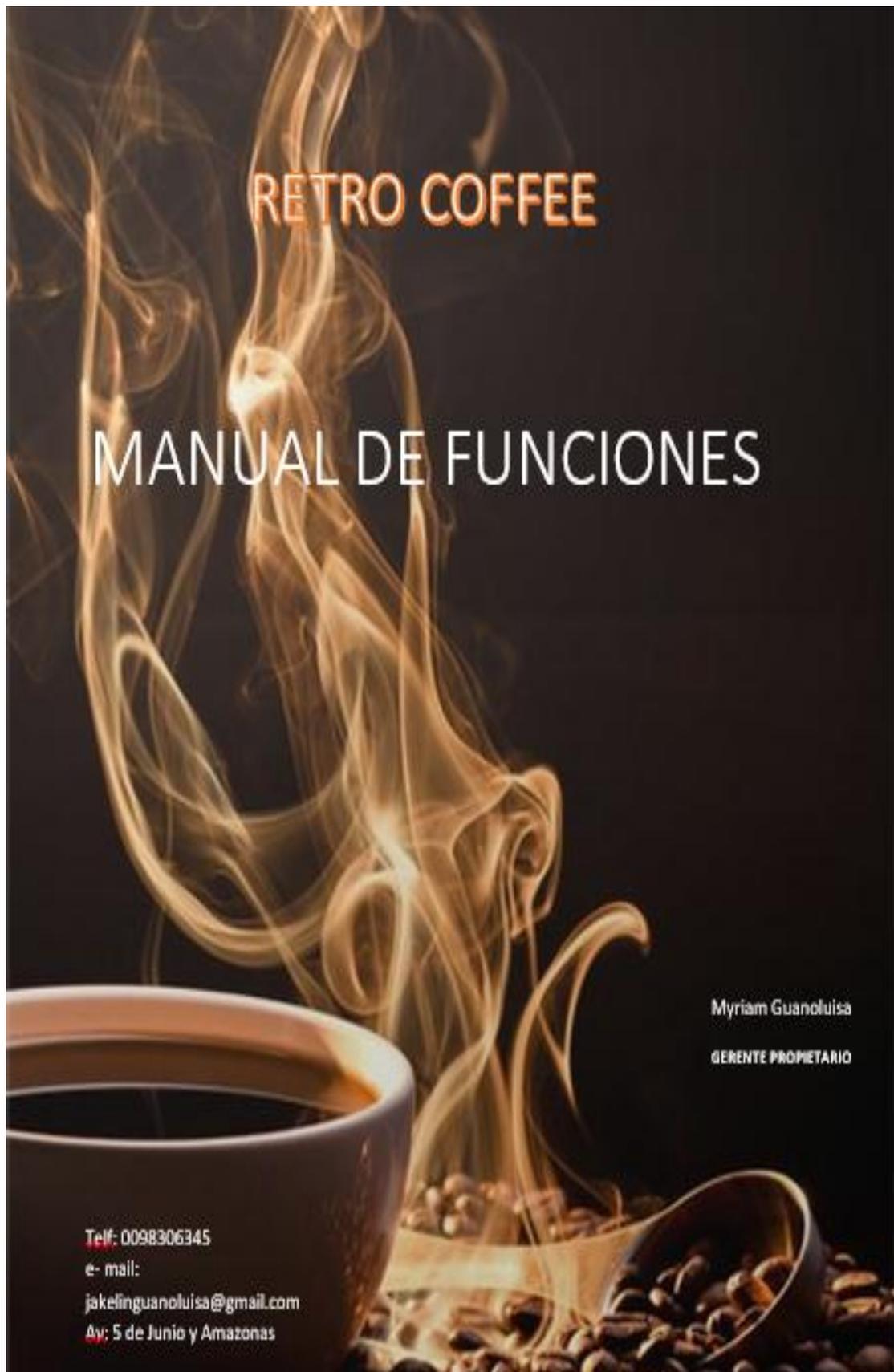
(refrito, queso rallado)

EMPANADAS DE POLLO \$0,75

(refrito, tiras de pollo)



Anexo Y Manual de funciones.



MANUAL DE FUNCIONES



Contenido

BIENVENIDA

INTRODUCCIÓN

HISTORIA DE LA EMPRESA

MISIÓN

VISIÓN

VALORES Y PRINCIPIOS

LA FILOSOFIA MANEJADA POR PARTE DE NUESTRO ESTABLECIMIENTO2

ORGANIGRAMA FUNCIONAL3

Chef / Gerente 4

COCINERO 4

MESERO / CAJERO5

DERECHOS GENERALES5

OBLIGACIONES6

PRODUCCIÓN9

FACTORES QUE FAVORECEN AL CRECIMIENTO BACTERIANO11

TEMPERATURA ÓPTIMA DEL CRECIMIENTO BACTERIANO12

NORMAS SOBRE EL USO DE UNIFORME13

GENERALIDADES14

NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL15

Correcto lavado de las manos16

TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES17

REGLAMENTO17

BIENVENIDA

RETROCOFFEE le extiende la más cordial y calurosa bienvenida a nuestro establecimiento ya que a partir de este momento, usted formará parte de nuestro equipo de trabajo. Sus aptitudes y a la vez habilidades le han permitido ser uno de los favorables seleccionados, con el fin de contribuir al constante desempeño y calidad tanto en el producto como en el servicio que nuestro establecimiento ofrece a toda la clientela en general.

Su entrega, colaboración, entusiasmo, carisma, dedicación, responsabilidad y sobre todo la puntualidad, son varios de los aspectos que esperamos obtener de usted durante su lapso de trabajo en nuestro establecimiento, esto independientemente del área en la que se encuentre laborando.

Por parte del establecimiento se le otorgará todos los instrumentos e indicaciones necesarias para que pueda acoplarse satisfactoriamente con su área de trabajo, así como con los demás departamentos, permitiendo con ello que nuestro establecimiento sea el lugar en donde usted pueda superarse día con día en cuanto al intercambio de conocimientos, su compromiso se centrará hacia la mejora continua.

Desde el instante que usted forma parte de nuestro equipo de trabajo se le atribuye una serie de derechos que posee como integrante de nuestro establecimiento, así como también las obligaciones que tiene como trabajador de acatarlos, permitiendo con ello mantener un equilibrio en cuanto a la administración de la microempresa.

En el presente manual que se le otorga, usted podrá encontrar una breve reseña histórica sobre nuestro establecimiento, la visión, misión, así como los valores corporativos de la empresa, además de una información en la cual se detalla cada una de las funciones dependiendo del área de trabajo en la que se encuentre laborando.

Sea bienvenida/o a este su segundo hogar..... la microempresa RETROCOFFEE

Atentamente

“La administración”



INTRODUCCIÓN

El presente manual que se le ha otorgado, tiene el propósito de ofrecerle a usted una guía certera y confiable acerca de cómo debe ser su integración al momento de formar parte del equipo de trabajo de nuestro establecimiento RETROCOFFEE.

Todas las áreas que forman parte de nuestro establecimiento manejan el mismo manual, gracias a esto se mantiene el mismo control para cada una de las áreas, sin olvidar que como parte de la microempresa, es deber de cada personal conocer de manera general, la misión, visión, políticas del establecimiento, organigrama, el detalle de cada una de las funciones, los derechos, las obligaciones y generalidades que debe tener en cuenta, permitiendo con ello colaborar de manera conjunta con los objetivos de la cafetería.

Dependiendo de un análisis en un lapso de tiempo, se podrá realizar una reestructuración de este manual, permitiendo con ello que las funciones, las responsabilidades y derechos designados para el personal sean de manera equilibrada sin distinción alguna.

Desde el momento que usted forma parte de nuestro establecimiento, este manual será su guía principal durante su periodo de trabajo, el cual le permitirá despejar sus inquietudes, dudas y con esto su adaptación a este lugar será más fácil y menos complicado ya que se detallará paso a paso las tareas que debe cumplir.



HISTORIA DE LA EMPRESA

RETRO COFFEE

La idea de una cafetería utilizando café arábigo lojano en la ciudad de Latacunga, nació debido a que ningún establecimiento que actualmente se encuentra funcionando en la ciudad utiliza este tipo de café, lo que es atractivo a la vez a la colectividad, el objetivo primordial de nuestro establecimiento fue ofrecer un café en el cual pueda apreciarse el aroma frutal, delicado y penetrante de café recién molido en especial si es de la provincial de Loja, la cuál ha sido galardonado con varias tazas doradas, lastimosamente los latacungueños carecen de una cultura de café, de este modo se pretende que las personas no solo la consuma sino que también tenga un poco más de conocimiento sobre los sabores y aromas de un buen café.

Esta microempresa contará con una disponibilidad de atención para aproximadamente unas 40 personas, permitiendo con esto tener una producción diaria para 120 pax, con el fin de satisfacer los paladares más exigentes y a la vez para quienes deseen probar algo totalmente distinto y atractivo en un ambiente confortable en que puedan disfrutar con compañía de sus amigos.

Nuestro servicio será rápido, cálido y afectuoso totalmente distintas al de nuestra competencia, nuestros productos serán elaborados mediante la aplicación de normas de seguridad y salubridad alimentaria, por otra parte, los precios serán totalmente accesibles para las personas tanto para niños como para las personas adultas, nuestro cliente es la parte más importante de nuestro establecimiento.



MISIÓN

Retrocoffee es una micro-empresa encargada de elaborar distintas bebidas calientes-frías, y postres de excelencia, utilizando materia prima de calidad, prestando un servicio rápido y eficiente que permita al cliente disfrutar y relajarse en un ambiente distinto con música agradable.

VISIÓN

Ser líder de las mejores cafeterías a nivel local y posteriormente nacional, persiguiendo siempre la perfección en el servicio y producto del café, con personal altamente calificado con el fin de satisfacer y cumplir con las exigencias de nuestros clientes en un periodo de 5 años.

VALORES Y PRINCIPIOS

AXIOLOGICOS

- Sinceridad
- Respeto
- Amor
- Trabajo en equipo

DE TRABAJO

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Compañerismo
- Lealtad



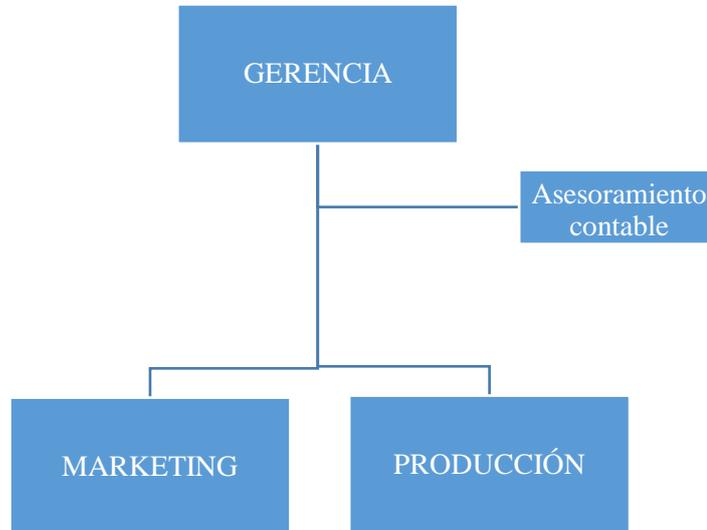
LA FILOSOFIA MANEJADA POR PARTE DE NUESTRO ESTABLECIMIENTO

Nuestro compromiso consiste en ofrecer a cada uno de nuestros clientes un producto de calidad que cumpla con todas las normas de salubridad e inocuidad de los productos y servicios, a la vez brindar a nuestro personal todo el respaldo pertinente, permitiendo con ello fomentar un ambiente de confianza y buena comunicación.

Políticas	Estrategias
Personal capacitado	<ul style="list-style-type: none">- Establecer un proceso de selección en el cual se tomen en cuenta las actitudes y aptitudes del personal.- Implantar un proceso de selección en el cual se tomen en cuenta las actitudes y aptitudes del personal.- Realizar una constante capacitación al personal.
Calidad en servicio y producto	<ul style="list-style-type: none">- La atención al cliente deberá ser rápido y afectuoso.- La elaboración de las preparaciones deberá cumplir con las distintas normas de sanidad.- La materia prima utilizada deberá cumplir con los parámetros empleados por la empresa en cuanto a sus cualidades organolépticas.
Eficiente trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none">- Incentivar la comunicación en las distintas áreas que forman parte del establecimiento.- Impulsar el apoyo mutuo entre personal de trabajo para la solución de conflictos.- Promover respeto con cada persona que la trabaja en el negocio.



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Leyenda
Nivel de dirección
— Nivel operativo
Realizado por: Myriam Guanoluisa
Fecha de elaboración: 28/06/2018



FUNCIONES

Chef / Gerente

Es el principal encargado del área de producción, tiene a su cargo a toda una brigada de cocina, además de llevar un registro contable de la materia prima.

FUNCIONES

- Administración del área a su cargo.
- Vigilar el stock de materia prima.
- Controlar, supervisar al personal de producción.
- Elaborar horarios de trabajo, así como de descanso a toda su brigada de producción.
- Realizar las recetas estándar para el área.
- Planificar el costo de la materia prima.
- Reclutamiento y selección del personal.
- Organización y designación de tareas para cada área de la empresa.
- Manejo de estados financieros.
- Contacto directo con proveedores de materia prima.
- Responsable del proceso de capacitación.



COCINERO

Este personal de cocina es indispensable para el funcionamiento del área de producción, ya que de este departamento dependen las ganancias para el local.

FUNCIONES

- Realizar el mise en place para las preparaciones.
- Mantener una limpieza minuciosa del área de trabajo.
- Elaboración de las diferentes preparaciones del menú.
- Vigilar la limpieza de área asignada.
- Aplicar las normas de salubridad.
- Informar sobre el stock de materia prima.
- Apoyar con la modificación de la carta.
- Realizar el mise en place.



MESERO / CAJERO

Esta persona es la encargada de recibir de la manera cordial al cliente que se encuentre en su establecimiento, deberá acatar todas las ordenes que se digan sus superiores.

FUNCIONES

- Recibir de manera respetuosa y amistosa al cliente.
- Servir y vigilar todas las preparaciones
- Vigilar la limpieza de los utensilios y cristalería.
- Dar la bienvenida al cliente.
- Otorgar información sobre los descuentos de los productos.
- Elaborar informe del stock de materia prima o suministros del área de servicio.
- Vigilar la limpieza del área de ventas.
- Realizar el cierre de caja diario.

DERECHOS GENERALES

- Realizar las tareas laborales en un lugar seguro.
- Un trato respetuoso por parte del equipo de trabajo.
- Contar con las herramientas necesarias para la ejecución de las tareas requeridas.
- Promover constantemente capacitación.
- Contar con un seguro personal contra accidente laborales.



OBLIGACIONES

Al formar parte de nuestro establecimiento dispondrá de una serie de obligaciones que como integrante de la cafetería deberá cumplir a cabalidad para evitar cualquier tipo de sanción o incluso despido:

Jornada de trabajo

Cargos	Horarios
Chef / Gerente	12:00 a 22:00
Cocinero	12:00 a 22:00
Cajero / Mesero	12:00 a 22:00

Nota: Se les concederá una hora (60 minutos) para consumir sus alimentos.

Retrasos, ausencias y permisos

Retrasos

La tolerancia en el horario de entrada es de 10 minutos

¿Qué debe hacer el empleado si llega tarde?

- Si llega después de la hora de tolerancia fijada, es decir: 12:10, según sea el caso, deberá acercarse donde su jefe de inmediato y será descontado 0,50 ctvs. Por cada media hora de retraso.
- Si decide retirarse el empleado de su lugar de trabajo, al siguiente día deberá presentarse en su horario habitual de trabajo.

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

- Por cualquier causa que amerite la ausencia en su lugar de trabajo, el valor del día se le será descontado en su sueldo mensual.



Ausencias

Cuando el empleado necesite faltar a sus labores por distintos motivos a los de una enfermedad posee la obligación de:

- Pedir autorización a su jefe con antelación.
- Presentarse al día siguiente del que se autorizó faltar.

¿Cómo afecta la ausencia en las percepciones del empleado?

- Si el jefe le concede el permiso por cuenta de vacaciones, se le pagará el día como si fuera vacaciones evitando con esto la disminución de su sueldo mensual.
- En el caso de ser un permiso justificado, se le procederá a descontar de su día libre o el valor económico del día.

Permisos

En el caso que un empleado necesite retirarse antes de su horario de salida por motivos ajenos a la causa.

¿Qué debe hacer el empleado?

Deberá pedir permiso a su jefe con un día de anticipación.

- Si el permiso es autorizado deberá presentar el formato de permiso firmado por el jefe antes de retirarse o al día siguiente al momento de ingresar.



BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Las buenas prácticas de manufactura o también conocido como BPM consiste en un conjunto de normas que ayudan a establecer medidas preventivas de seguridad e higiene alimentaria, las mismas que van desde la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de los alimento destinado para el consumo humano, el fin de las normas son ofrecer alimentos que se encuentre elaboración con medidas sanitaria, permitiendo la disminución de una contaminación potencial que perjudique la salud de la persona.

- Son indispensables para diseñar instructivos que servirán para funcionamiento de un establecimiento que se encuentran enfocado al expendio de alimentos.
- Al establecer directrices en todos los procesos operativos que debe cumplir el producto final, se permite conseguir una óptima calidad en alimentos, esto gracia a la intervención de la mano de obra directa que al momento de cumplir con sus obligaciones garantizan la aplicación de normas de higiene y seguridad.

Las buenas prácticas de manufactura establecen la identificación y el control de los posibles riesgos de contaminación a los que pueden encontrarse propensos los alimentos, la función de ello es eliminar de la cadena de procesos, los contaminantes pueden ir desde físicos, químicos hasta la contaminación bilógica.

Conjuntamente con el sistema de HACCP (Análisis de peligro y punto críticos de control), contribuyen al programa de gestión para la obtención de alimentos de calidad, con la utilización de normas de seguridad alimentaria evitando con esto la trasmisión de enfermedades hacia el consumidor final.



PRODUCCIÓN

Área destinada para la transformación de insumos o recursos que dispone la empresa, mediante la utilización de procesos, determinación de inventarios, evaluación de la calidad del producto a obtener, fijación de número de personal. Al tratarse de establecimientos de alimentos y bebidas se toma en cuenta normas de manipulación de alimentos, control de temperaturas, etiquetado del producto con el fin de evitar pérdidas en el alimento.

Es indispensable no realizar actos que puedan perjudicar al proceso de producción y por ende la contaminación del mismo tales como:

- Se prohíbe el uso de esmalte o uñas largas en el caso de las mujeres.
- Queda restringido el uso de anillos, pulseras o cualquier otro tipo objeto similar a estos materiales.
- Evitar estornudar frente a los alimentos.
- Se prohíbe rascarse los ojos o cabeza durante la producción.
- El evitar el cabello largo o barba en el caso de los hombres



ALMACEMANIENTO DE MATERIA PRIMA

Los productos que pueden ir desde alimentos perecederos, no perecederos, elaborados o semi-elaborados deben poseer una serie de estrictos controles que van desde las temperaturas hasta la clasificación de las mismas, evitando con ello una posible contaminación del alimento o el cruce de olor y sabor. Se debe tomar algunas medidas preventivas básicas que son mucha ayuda para evitar focos de infección.

- Se deberá realizar una vigilancia diaria de todos los insumos con los que cuenta el establecimiento, llevando un inventario diario acerca del stock de materia prima y utilizando el método FIFO (primeras entradas, primeras salidas) que es un mecanizo eficiente para evitar perdida de materia prima.
- Tras la recepción de la materia prima el proceso de almacenamiento es la parte más importante, debido a que clasifica los productos en alimentos perecederos y no perecederos, los mismos que necesita un rango de temperatura diferente, los empaques utilizados son distintos dependiendo del producto.
- El etiquetado de los alimentos de contener la siguiente descripción fecha de elaboración, de vencimiento, en caso de los productos perecederos, en cambio en los productos no perecederos debe tener datos como: fecha de ingreso a la bodega, el peso, la persona encargada de la recepción y su tiempo de consumo.
- El lugar de bodega de contar con estanterías que permitan agrupar a cada tipo de alimento, se debe evitar en contacto con el suelo, es decir debe tener una altura mínima de 20 centímetros del suelo.



FACTORES QUE FAVORECEN AL CRECIMIENTO BACTERIANO

Los microorganismos patógenos necesitan de una serie de factores para favorecer a su crecimiento y propagación, requieren de temperatura, humedad, ph y a la vez de nutrientes para poder desarrollarse.

Temperatura

Un gran porcentaje los gérmenes que son los causantes de enfermedades alimentarias en el ser humano crecen y se reproducen en una temperatura de 5°C hasta 65°C, considerado entre rango con la zona de peligro o punto crítico. Las bajas temperaturas (<5°C) retardan el crecimiento bacteriano, mientras que a mayor temperatura (>65) se produce la muerte de la mayoría de bacterias.

Humedad



El elemento principal de vida para los microorganismos patógenos es el agua, es decir a mayor contenido de agua que presente el alimento, va a ser mayor facilidad de propagación de bacterias en los alimentos y por ende la alteración de su composición será alta. Los alimentos en especial secos presentan menor cantidad de agua, lo cual dificulta en gran medida el crecimiento bacteriano.

Acidez (pH)

Generalmente el medio neutro posee un valor de pH 7, alimentos ácidos posee un pH menor a 7, y es en este medio donde existe la proliferación de moho, mientras que aquellos productos que tiene un valor mayor a 7 son los básicos o alcalinos. Las bacterias se reproducen en medios cercanos a la neutralidad.

Nutrientes

Para el crecimiento de las bacterias, estas necesitan de alimentos que sea ríos en nutrientes, cada tipo de bacteria necesita distintos nutrientes para su propagación en el caso de los hongos estos necesitan de levaduras y mohos para su reproducción, los que tiene mayor cantidad de proteínas y bajo contenido de azúcar son el lugar de la mayoría de las bacterias en este se encuentra las carnes, pollo, lácteos.



TEMPERATURA ÓPTIMA DEL CRECIMIENTO BACTERIANO

El crecimiento bacteriano depende fundamentalmente de la temperatura que este posee para su crecimiento y reproducción, se debe tomar en cuenta las distintas temperaturas para evitar cualquier tipo de contaminación.

Zona térmica	Temperatura	Crecimiento bacteriano
Congelación	<-18°C	No crece
Refrigeración	0 a 5°C	Crece lentamente
Zona de crecimiento	5°C a 65°C	Crece rápidamente
Zona de calor	65°C a 80°C	Crece lentamente
Zona de muerte microbiana	>80°C	Muere



NORMAS SOBRE EL USO DE UNIFORME

Producción

El empleado deberá portar el uniforme indicado por la empresa, que consta de lo siguiente:

- Pantalón a cuadros
- Camiseta blanca
- Pechera negra
- Zapatos antideslizantes
- Malla o gorro para el cabello

Servicio

Para el área de servicio el personal deberá contar con el siguiente uniforme:

- Pantalón negro
- Zapatos negros
- Camiseta polo negro
- Una gorra del establecimiento

Indicaciones

- En el caso de pérdida el personal se hace cargo de la reposición del uniforme.
- El uniforme deberá mantenerse limpio todo el tiempo de trabajo.
- Se utilizará el uniforme únicamente dentro de las instalaciones.
- Debe estar siempre planchado



GENERALIDADES

Limpieza de área

Como integrante de nuestro equipo de trabajo deberá de tomar todas las medidas de higiene y seguridad dependiendo de su ambiente de trabajo, ya que los productos que se va a ofrecer al consumidor deben ser de la más alta calidad y con la higiene adecuada. Para ello debe acatar las siguientes reglas.

- La limpieza del área debe hacerse por lo menos 3 veces al día, la primera al iniciar con la apertura del negocia, la segunda durante la mitad de la jornada laboral y la tercer al finalizar el día de trabajo este último se lo realiza de manera más implacable posible.
- El uso de las tablas de picar dependiendo del tipo de alimento que se va a utilizar se designara el color de las tablas, para evitar con eso una posible contaminación cruzada.
- La clasificación de la basura organiza e inorgánica se lo deberá realizar de la manera más minuciosa posible evitando con esto posibles focos de infección.
- La limpieza de los equipos se lo realizará al finalizar la jornada laboral, para esto los equipos deben encontrarse apagados evitando con esto cualquier tipo de accidente laboral que puedan perjudicar al empleado.
- Se debe mantener toda la materia prima organizada mediante etiquetados las mismas que garantizaran cualquier tipo de contratiempos.
- Los desinfectantes o cualquier tipo de sustancia química utilizada para la desinfecto del área, deberá encontrarse en un lugar alejado de los alimentos, bien sellados para evitar que se desperdicie.
- Tras la limpieza de los pisos se deben realizar el posterior secado para evitar algún tipo de accidente.



NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL

Las presentes normas tienen como fin que el personal encargado del proceso de producción de las preparaciones lleve a cabalidad sus trabajos evitando la contaminación de los alimentos, para esto debe cumplir con las siguientes exigencias.

- Uso de malla para el cabello.
- Unas bien cortadas y sin esmalte.
- El baño diario.
- Cabellos cortos y rasurados la barba en el caso de los hombres.
- Uso del uniforme adecuado para evitar contaminación.
- Uso de mascarilla en el caso de presentar gripe.
- Evitar el uso excesivo de maquillaje y perfumes.

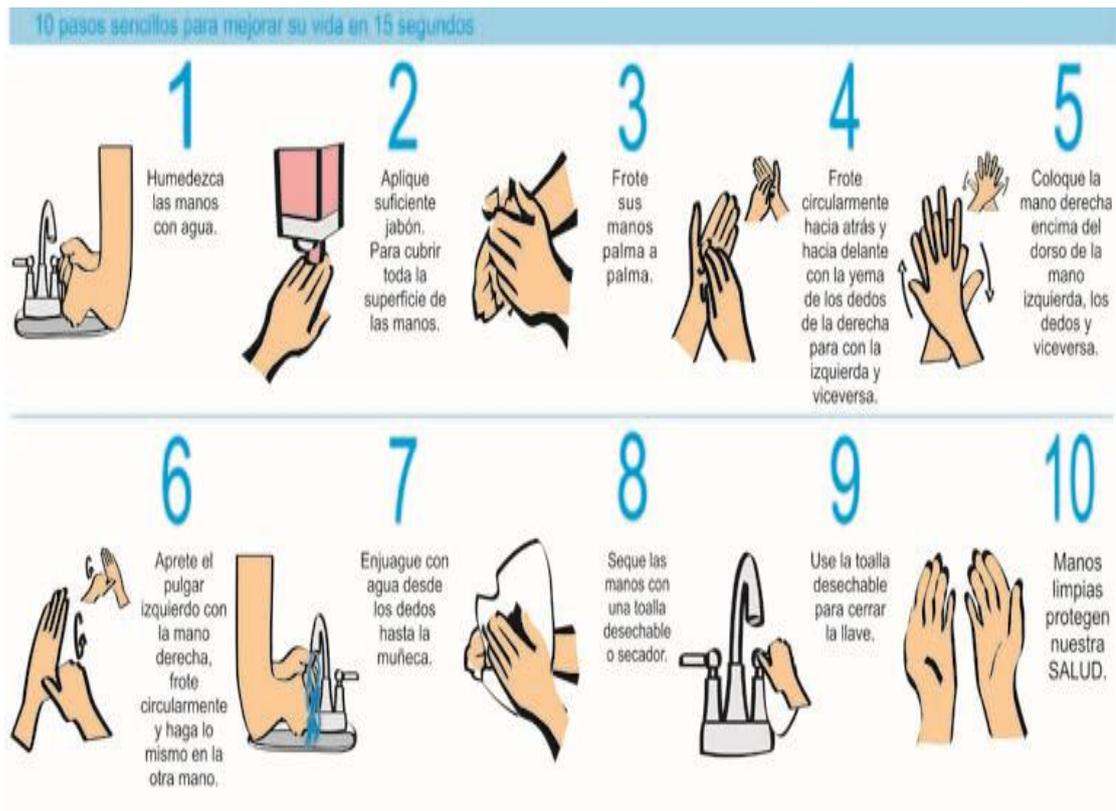
LAVADO DE LAS MANOS

Es importante lavarse las manos:

- Antes y después de manipular alimentos y/o amamantar.
- Antes de comer o beber, y después de manipular basura o desperdicios.
- Después de tocar alimentos crudos y antes de tocar alimentos cocidos.
- Después de ir al baño, sonarse la nariz, toser o estornudar y luego de cambiarle los pañales al bebé.
- Luego de haber tocado objetos “sucios”, como dinero, llaves, pasamanos, etc.
- Antes y después de atender a alguien que está enfermo o de curar heridas.



- **Correcto lavado de las manos**



1. Mojarse las manos con agua.
2. Aplicarse suficiente jabón para cubrir toda la superficie de las manos.
3. Frote sus manos palma a palma.
4. Frote circularmente hacia atrás y hacia adelante con la yema de los dedos de la derecha para con la izquierda y viceversa.
5. Coloque la mano derecha encima del dorso de la mano izquierda los dedos y viceversa.
6. Apriete el pulgar izquierdo con la mano derecha, frote circularmente y haga lo mismo en la otra mano.
7. Enjuague con agua desde los dedos hasta las muñecas.
8. Seque las manos con una toalla desechable o secador.
9. Use la toalla desechable para cerrar el grifo de agua.
10. Manos limpias protegen nuestra salud.

TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES

- Terminación del contrato individual de trabajo.
- Bajo desempeño laboral.
- Conflicto con algún cliente o compañero de trabajo.
- Ausencias de trabajo frecuentes.

REGLAMENTO

- No fumar en las instalaciones de la cafetería.
- No ingreses con aliento a licor
- Prohibido el uso de celular durante la jornada de trabajo.
- Utilizar de la manera correcta los equipos y herramientas de trabajo
- Se prohíbe en consumo de alimentos durante el trabajo.
- Uso obligatorio de zapatos antideslizantes en área de producción.
- Cuidar el uniforme que se le ha sido asignado.

