



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA.

ESCUELA DE GASTRONOMÍA.

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CAFETERÍA UTILIZANDO MÉTODOS VANGUARDISTAS, EN EL
CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017”**

TRABAJO DE TITULACION

Tipo Emprendimientos

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONOMÍA.

AUTOR: JOSÉ LUIS PADILLA CEVALLOS

TUTOR: ING. SILVIA TAPIA

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo emprendimientos “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA UTILIZANDO MÉTODOS VANGUARDISTAS EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017”, de responsabilidad del señor JOSÉ LUIS PADILLA CEVALLOS, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Silvia G. Tapia S. Mgs.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN _____

Lcdo. Carlos Eduardo Cevallos Hermida Msc.

MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN _____

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo.

DOCUMENTALISTA _____

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente Trabajo de Titulación tipo Emprendimientos ha sido minuciosamente revisado y se autoriza su presentación.

Ing. Silvia G. Tapia S. Mgs.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Lcdo. Carlos Eduardo Cevallos Hermida Msc.

MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, JOSÉ LUIS PADILLA CEVALLOS soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en el Trabajo de Titulación tipo Emprendimientos y el patrimonio intelectual de este pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

José Luis Padilla Cevallos

AGRADECIMIENTO

Agradezco totalmente a Dios y a mi madre por ser la mejor y darme fuerzas y ánimos para culminar la carrera de la mejor manera, a mi padre por apoyarme y mis hermanos por molestarme, a mis amigos por muchas risas y consejos. A mi querida institución “ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO” por haberme abierto las puertas y conocer 3 facultades y 3 escuelas por las que pasé y conocí.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado para la persona más hermosa del mundo MI MADRE quien me apoyo en cada instante de mi vida y estuvo presente en mis mejores momentos, a mi padre agradecerle por el apoyo y a mis hermanos Carlos y Alex que me molestaban a cada momento diciéndome que nunca voy a terminar la tesis, tendrás 40% de plagio etc. Lo hice cabezones, a mis amigos que nunca olvidare y del Pepe! Pepe! Pepe! pero en fin ya era hora de culminar mi carrera.

RESUMEN

El presente proyecto plantea elaborar la propuesta de factibilidad para la implementación de una cafetería aplicando métodos vanguardistas en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, en la presente investigación se utilizó una metodología de tipo descriptiva e investigación bibliográfica y de campo. Para desarrollar este emprendimiento y cumplir con todos los objetivos planteados se formó diferentes estudios como: el estudio de mercado, aquí se determinó que existe demanda insatisfecha, el estudio técnico determinó el tamaño y localización en el cual va a ser establecido el proyecto, así como la capacidad de producción, en el estudio ambiental se elaboró una matriz para determinar medidas de mitigación y utilizando las 3Rs para no tener ningún impacto ambiental considerable, en el estudio administrativo se analizó cada uno de los perfiles de los empleados con sus respectivos salarios y su proceso de inducción a la empresa, en el estudio legal se realizó la investigación de la ley del artesano para la aplicación en el presente emprendimiento; el estudio financiero consta con todos los presupuestos e indicadores necesarios para la aplicación del emprendimiento, en el cual se especifica el total de la inversión en \$ 32.676,23. Al aplicar los índices económicos financieros se concluye que el proyecto de emprendimiento es rentable ya que el valor actual neto (VAN) es de \$ 47.456. La tasa interna de retorno (TIR) 53% el periodo de recuperación de la inversión será de 3 años, 4 meses y 25 días y la relación de beneficio/costo es de \$ 2,59, lo que indica que el proyecto es viable, se recomienda impulsar la creatividad y la innovación dar a conocer las nuevas tendencias que se están desarrollando en la cocina vanguardista en el emprendimiento.

Palabras Claves: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS> - <GASTRONOMÍA> - <EMPRENDIMIENTO> - <CAFETERIA> - <METODOS VANGUARDISTAS> - <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>.

ABSTRACT

The present project sets to elaborate a feasibility proposal for the implementation a cafeteria applying vanguards methods in Riobamba city, Chimborazo Province; in the present research was used the descriptive methodology and bibliographic and field investigation. To develop this entrepreneurship and meet the objectives set up different studies formed as market study where it was determined there is an unsatisfied demand, the technical study determined the size and the location where the project will be established as well as the production capacity; the environmental study elaborate a matrix to determine mitigation measures using the 3Rs in order to don't have any considerable environmental impact, in the administrative study each employee profiles were reviewed with their respective salary and the induction process to the company, the legal study realized an investigation of the craftsman law to apply in the present entrepreneurship, the financial study consists of the budgets and indicators necessary to the application of the entrepreneurship, on it, is specifying the hole inversion \$ 32.676,23. When applying the economic financial indexes it concludes that the entrepreneurship project is profitable as the net present value (NPV) is \$ 47.456. The internal rate of return (IRR) is 53%, the recovery investment period (RIP) it will be three years, four months, twenty-five days and the benefit/cost rate (BCR) is \$2,59, this shows the project is viable. it is recommended to promote the creativity and innovation present the new trends that are developing in the vanguards cooking in the entrepreneurship.

Key Words: <TECHNOLOGY AND MEDIC SCIENCES> - <GASTRONOMY> - <ENTREPRENEURSHIP> - <CAFETERIA> - <VANGUARDS METHODS> - <FEASIBILITY STUDY>.

TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
INDICE TABLA	xii
INDICE FIGURAS	xv
INDICE GRAFICOS	xvi
INDICE ANEXOS	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1. ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivo Especifico	3
CAPÍTULO II	4
2. BASES TEORICAS	4
2.1 Marco Teórico.....	4
2.1.1 Origen de la cocina.....	4
2.1.2 Evolución y revolución de la cocina	5
2.1.3 La cocina de vanguardia.....	7
2.1.4 Métodos y técnicas moleculares.....	9
2.1.5 Aditivos alimentarios	13
2.1.6 Emplatado.	15
2.1.7 Tipos de montajes de plato.....	15
2.1.8 Café.....	18
2.1.9 Reseña historia de la cafetería.....	20
2.1.10 El menú.	20
2.1.11 La carta.....	21
2.1.12 Estudio de factibilidad.....	22
2.1.13 Estudio de mercado.	22
2.1.14 Estudio técnico.	22
2.1.15 Estudio administrativo.	23
2.1.16 Estudio legal.....	23

2.1.17	Estudio ambiental.....	24
2.1.18	Estudio económico financiero.....	24
2.2	Marco Conceptual.....	25
CAPÍTULO III.....		28
3.	METODOLOGIA.....	28
3.1.	Tipo y Diseño de la Investigación.....	28
3.1.1	Descriptiva.....	28
3.2	Técnicas de Recolección de datos.....	28
3.2.2	Fuentes primarias.....	28
3.3.3	Fuentes secundarias.....	29
3.3	Segmento de Mercado.....	29
3.4	Universo.....	30
3.5	Muestra.....	30
3.5.1	Estratificación.....	31
3.6	Tabulación y análisis de resultados.....	32
CAPÍTULO 4.....		42
4.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	42
4.1	Identificación de la Idea.....	43
4.1.1	Lluvia de Ideas.....	43
4.1.2	Selección y Evaluación de la Idea.....	44
4.1.3	Justificación.....	44
4.1.4	Nombre del Emprendimiento.....	45
4.1.5	Descripción del Emprendimiento.....	46
4.1.6	FODA.....	49
4.2	Estudio de Mercado.....	49
4.2.1	Demanda.....	50
4.2.2	Oferta.....	52
4.2.3	Demanda Insatisfecha.....	54
4.2.4	Mix de Mercado.....	55
4.2.5	Análisis del Sector.....	58
4.2.6	Cargos y Funciones del Área Comercial.....	60
4.2.7	Determinación de Inversiones y Gastos del Área Comercial.....	61
4.2.8	Gastos del Área Comercial.....	61

4.3	Estudio Técnico.....	62
4.3.1	Determinación del Tamaño	62
4.3.2	Capacidad del Emprendimiento.	63
4.3.3	Localización	64
4.3.4	Proceso de Producción	65
4.3.5	Requerimientos de Talento Humano.....	68
4.3.6	Diseño de la Planta.....	71
4.3.7	Estructura de Costos de Producción.....	72
4.3.8	Determinación de Activos Fijos para Producción.....	76
4.3.9	Programa Pre Operativo.....	77
4.4	Estudio Administrativo, Legal y Ambiental	77
4.4.1	Área administrativa.....	78
4.4.2	Área de producción.....	79
4.4.3	Área de ventas.....	80
4.4.1	Organización.....	81
4.4.2	Marco Legal	83
4.4.3	Permisos Requeridos para su Funcionamiento.....	86
4.4.4	Estudio ambiental.....	87
4.5	Estudio Financiero	91
4.5.1	Análisis de la Inversión.....	91
4.5.2	Presupuestos.....	93
4.5.3	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	95
4.5.4	Estado de Situación Financiera	96
4.5.5	Estado de Flujo del Efectivo	97
4.5.6	Evaluación Económica.....	98
4.5.7	Evaluación Financiera.....	98
4.5.8	Evaluación Social.....	103
4.5.9	Evaluación Ambiental.....	103
4.6	Conclusiones	104
4.7	Recomendaciones.....	105

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INDICE TABLA

Tabla 1-1 Tipos de espumas.....	11
Tabla 2-1 Temperatura de cocción.....	13
Tabla 1-3 Segmento de mercado.....	29
Tabla 2-3 Estratificación de la población.....	31
Tabla 3-3 Análisis de resultados pregunta 1.....	32
Tabla 4-3 Análisis de resultados pregunta 2.....	33
Tabla 5-3 Análisis de resultados pregunta 3.....	34
Tabla 6-3 Análisis de resultados pregunta 4.....	35
Tabla 7-3 Análisis de resultados pregunta 5.....	36
Tabla 8-3 Análisis de resultados pregunta 6.....	37
Tabla 9-3 Análisis de resultados pregunta 7.....	38
Tabla 10-3 Análisis de resultados pregunta 8.....	39
Tabla 11-3 Análisis de resultados pregunta 9.....	40
Tabla 12-3 Análisis de resultados pregunta 10.....	41
Tabla 1-4 Lluvia de ideas.....	43
Tabla 2-4 Evaluación de la idea.....	44
Tabla 3-4 Ideas nombre del emprendimiento.....	45
Tabla 4-4 Identificación de políticas y estrategias.....	47
Tabla 5-4 Foda.....	49
Tabla 6-4 Identificación de la población de estudio.....	50
Tabla 7-4 Crecimiento poblacional.....	50
Tabla 8-4 Demanda proyectada.....	51
Tabla 9-4 Oferta proyectada.....	53

Tabla 10-4 Demanda Insatisfecha	54
Tabla 11-4 Tabla de competencias en el sector.....	59
Tabla 12-4 Ficha profesiográfica	60
Tabla 13-4 Muebles y enseres del área comercial.....	61
Tabla 14-4 Costo del área comercial.....	61
Tabla 15-4 Determinación del tamaño de la planta.....	62
Tabla 16-4 Capacidad de la planta.	63
Tabla 17-4 Formato receta estándar.....	67
Tabla 18-4 Ficha profesiográfica.	68
Tabla 19-4 Ficha profesiográfica.	69
Tabla 20-4 Ficha profesiográfica.	70
Tabla 21-4 Costo de servicios básicos	72
Tabla 22-4 Costo combustible	72
Tabla 23-4 Costo mantenimiento	73
Tabla 24-4 Calculo depreciación	73
Tabla 25-4 Costos de producción.....	74
Tabla 26-4 Sueldo Administrativo	75
Tabla 27-4 Sueldo producción	75
Tabla 28-4 Sueldo de ventas	75
Tabla 29-4 CIF	76
Tabla 30-4 Determinación de activos fijos.	76
Tabla 31-4 Programa pre operativo.....	77
Tabla 32-4 Área administrativa.....	78
Tabla 33-4 Área de producción.....	79
Tabla 34-4 Área de ventas.....	80
Tabla 35-4 Aspectos ley del artesano.....	84

Tabla 36-4 Permisos requeridos para el funcionamiento de la cafetería.....	86
Tabla 37-4 Mitigación del Impacto ambiental	88
Tabla 38-4 Acciones remediales	90
Tabla 39-4 Análisis de la inversión.....	91
Tabla 40-4 Fuentes y usos.....	92
Tabla 41-4 Presupuesto de costo de producción	93
Tabla 42-4 Presupuesto de gastos de administración.....	94
Tabla 43-4 Presupuesto de gasto de ventas.....	94
Tabla 44-4 Presupuesto financiero.....	95
Tabla 45-4 Estado de pérdidas y ganancias	95
Tabla 46-4 Estado de situación financiera	96
Tabla 47-4 Estado de flujo de efectivo	97
Tabla 48-4 Evaluación económica	98
Tabla 49-4 Flujo neto de efectivo	98
Tabla 50-4 Valor actual neto.....	99
Tabla 51-4 Tasa interna de retorno	100
Tabla 52-4 Periodo de recuperación	100
Tabla 53-4 Punto de equilibrio.....	101
Tabla 54-4 Unidades que vender punto de equilibrio	101
Tabla 55-4 Relación beneficio costo.....	102
Tabla 56-4 Evaluación social.....	103

INDICE FIGURAS

Figura 1-4 Logo de la empresa.....	56
Figura 2-4 Tarjeta de presentación.....	57
Figura 3-4 Macro localización	64
Figura 4-4 Micro Localización.....	64
Figura 5-4 Diagrama de flujo.....	65
Figura 6-4 Flujograma de producción.....	66
Figura 7-4 Diseño de la planta.	71

INDICE GRAFICOS

Grafico 1-3 Corresponde a la tabla pregunta 1	32
Grafico 2-3 Corresponde a la tabla pregunta 2	33
Grafico 3-3 Corresponde a la tabla pregunta 3	34
Grafico 4-3 Corresponde a la tabla pregunta 4	35
Grafico 5-3 Corresponde a la tabla pregunta 5	36
Grafico 6-3 Corresponde a la tabla pregunta 6	37
Grafico 7-3 Corresponde a la tabla pregunta 7	38
Grafico 8-3 Corresponde a la tabla pregunta 8	39
Grafico 9-3 Corresponde a la tabla pregunta 9	40
Grafico 10-3 Corresponde a la tabla pregunta 10	41
Grafico 1-4 Crecimiento poblacional.....	51
Grafico 2-4 Demanda Proyectada	52
Grafico 3-4 Oferta Proyectada.	53
Grafico 4-4 Demanda insatisfecha	54
Grafico 5-4 Punto de equilibrio.....	102

INDICE ANEXOS

Anexo A Encuesta.....	109
Anexo B Receta estándar	112
Anexo C Ensalada capres.....	113
Anexo D Ceviche de palmito	114
Anexo E Sanduche la vanguardia	115
Anexo F Sanduche de pollo	116
Anexo G Sanduche Roast pork	117
Anexo H Crepe vegetariano	118
Anexo I Crepe Bolognese	119
Anexo J Jugo de naranja	120
Anexo K Jugo de Babaco.....	121
Anexo L Jugo de mora	122
Anexo M Batido de frutilla	123
Anexo N Batido de tomate de árbol.....	124
Anexo O Chocolate la vanguardia	125
Anexo P Café americano.....	126
Anexo Q Moka amore.....	127
Anexo R Latte erupción	128
Anexo S Tarta de limón	129
Anexo T Macaron	130
Anexo U Cheescake de maracuyá.....	131
Anexo V Carta de la cafetería.....	132
Anexo W Manual de funciones.....	134

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Introducción

Los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba hoy en día buscan brindar a las personas alimentos aplicando métodos y técnicas de cocina tradicionales, la ciudad de Riobamba tiene la oportunidad de contribuir con ser pionero para implementar métodos innovadores en locales de alimentos y bebidas.

La cocina de vanguardia aplica métodos y técnicas distintas a las tradicionales. Por lo cual nos brindara la factibilidad de adquirir y desarrollar nuevos conocimientos para lograr un producto final diferente al ya conocido, potenciando sus nutrientes y características organolépticas.

Este proyecto va encaminado a darle un impacto diferente a la ciudad de Riobamba, dándole el toque creativo e innovador y que busca tener eficacia y eficiencia a la hora de generar un producto alimenticio único y bien elaborado y adicional a eso dar un servicio de calidad. Se logrará también una satisfacción turística local y nacional brindando un alimento de calidad acorde a la necesidad del cliente. A través de información se dará a conocerá a profundidad el desarrollo de estos métodos y obtener clientes satisfechos en un ambiente agradable, cómodo y económico.

La iniciativa del proyecto se basa en crear una cafetería en donde ofrecerá una variedad de platos destinados mayormente a los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo y la parroquia Velazco, utilizando estos métodos, tomando como base a los tradicionales, jugando así con texturas, colores, sabores, aromas de los alimentos, dándole al final el toque creativo en cada uno de los platos presentados.

La presente investigación constara: en primera se menciona el objetivo general y los específicos, marco teórico y conceptual, la metodología aplicada fue descriptiva para determinar la población y muestra.

En la segunda se analizó los resultados obtenidos después de haber aplicado los instrumentos para levantar la información, mediante la aplicación de tablas y gráficos que permitieron determinar la aceptación del proyecto.

La tercera parte consta del desarrollo de los siguientes estudios: técnico, legal, administrativo, medio ambiente y financiero con los cuales se desarrolló la propuesta para la creación de una cafetería con métodos vanguardista y la viabilidad económica que tiene. Consecuente a esto estarán las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Desarrollar la propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería utilizando métodos vanguardistas en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.2.2 Objetivo Especifico

- Determinar los clientes potenciales mediante un estudio de mercado.
- Elaborar los estudios; técnico, administrativo, legal, de medio ambiente para cumplir con las etapas del proyecto.
- Establecer la viabilidad del proyecto mediante un estudio financiero.

CAPÍTULO II

2. BASES TEORICAS

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Origen de la cocina.

Nadie tiene fuente de quién fue el primer cocinero, pero en algún soplo del pasado los humanos dominaron el fuego y lo usaron para cocinar. Los investigadores han descubierto, restos de hogueras de alrededor de un millón de años por el homo erectus una de las primeras especies del género humano el antropólogo Richard Wrangham, afirma que cocinar no fue un simple refinamiento, sino que desempeñó un papel esencial en la evolución humana. (Cuisine M. v., 2015, pág. 14)

La historia de la cocina se confunde con la humanidad, hasta el punto de que los antropólogos contemporáneos consideran que la utilización del fuego para cocinar y la memorización de las técnicas culinarias son el verdadero punto de partida de la cultura humana. (Edmond Neirinck, 2001, págs. 53-55).

El estudio de nuestros primos lejanos, el homo erectus han demostrado que forman dos tipos de comportamiento alimentario:

El vagabundeo alimentario: es la práctica del a rebusca, a medida de sus hallazgos, bayas, frutas, granos, animales pequeños, sin que la comida, sin que la comida este organizada de una manera rigurosa.

El comensalismo alimentario: es la organización de un grupo centrado en la búsqueda de la alimentación (caza) o en su producción y protección (agrícola), con lo cual aparecen una división de tareas y comida comunitaria. (Edmond Neirinck, 2001, págs. 79-82).

2.1.2 Evolución y revolución de la cocina.

Los primeros cocineros no situaban de formas y técnicas para cocinar. En la mayor parte de las sociedades tradicionales la preparación de la comida recaía en las mujeres. No se conserva ninguna receta de la prehistoria, pero sí pruebas arqueológicas de cómo preparaban los alimentos. La civilización permitió que las personas se especializaran en otras ocupaciones y finalmente en profesiones en las cuales se generó la profesión de cocinero y la gastronomía.

2.1.2.1 Tradición.

En el mundo de la gastronomía prevalece una amplia y notoria corriente que elogia la tradición. La mayoría de personas protegen este punto de vista pues codician los aspectos auténticos y originales de la cocina y aprecian las prácticas gastronómicas que se ajustan a los valores y los estilos tradicionales. (Cuisine M. v., 2015, págs. 15-17)

Un punto de vista potencial si se prescinde de la historia. Lo que denominamos cocina tradicional es una ficción muy conveniente. Las prácticas culinarias han cambiado constantemente a lo largo del tiempo, si se estudia a fondo la cocina tradicional podremos observar que en algún momento de la historia fue novedosa. La tradición al menos en gastronomía, son las sombras acumuladas de los cambios efectuadas en el pasado.

2.1.2.2 La cocina se vuelve corporativa

El concepto de comida rápida hacia siglos que existía, muchas culturas contaban con puesto callejeros que vendían alimentos en mercados al aire libre. Lo que diferenció a la comida rápida de los restaurantes fue que estaban controlados por grandes corporaciones.

Por primera vez en la historia gran parte de lo que se comía provenía de grandes fábricas artículos listos para tomar como por ejemplo las hamburguesas de McDonald's. La comida rápida se calentaban

o freía en las franquicias, pero los fast food estaban dirigidos por grandes corporaciones y los ingredientes los proporcionaban las cadenas industriales de abastecimiento.

Para la mayoría de los amantes de la gastronomía al oír que la comida proviene de las fábricas suena mal. A menudo se culpa al florecimiento de la comida rápida y de los platos precocinados de la epidemia de la obesidad y otros problemas de salud relacionados, como también se culpa a la industrialización del declive de la calidad de las experiencias gastronómicas. (Cuisine M. v., 2015, págs. 35-40)

2.1.2.3 El germen del modernismo

A mediados de la década de 1980 se iniciaron varias tendencias culinarias que finalmente desembocarían en la llamada revolución modernista en la cocina: con un cambio en las técnica, métodos y estética de la base intelectual de la gastronomía.

2.1.2.4 La revolución modernista

Ferrán Adrià empezó en el bullí una cocina de investigación tanto intelectual como sensorial. Harold McGee, más tarde acompañado por Herve This y otros, inauguró una tendencia que valoraba la base científica de la gastronomía. Los investigadores que pretendían mejorar la cocina institucional y comercial desarrollaron una nueva tecnología que amplió las posibilidades de los chefs en realizar diferentes tipos de experimentos. En 2000 el movimiento culinario modernista estaba en marcha. Una nueva generación de chef comenzó a unirse a la revolución. (Cuisine M. v., 2015, págs. 114-117)

2.1.3 La cocina de vanguardia

Ese término fue otorgado por el físico químico Herve This en conjunto con el físico inglés Nicholas Kurti que dieron inicio a una nueva era en la industria alimentaria. Ellos iniciaron con la investigación en la estructura físico químico de los alimentos como las proteínas, carbohidratos, grasas y almidones. Aprendieron toda su fisionomía y reacciones a partir de la cocción y desnaturalización de los mismos. (Ruiz J. , 2016)

Los principios de la cocina de vanguardia:

1. La cocina es un arte creativo en que el chef y el comensal dialogan. Los platos son el principal medio de dialogo, pero en la experiencia gastronómica participan todos los aspectos sensoriales.
2. Deben conocerse las reglas, y tradiciones culinarias, pero estas no deben obstaculizar el desarrollo de las nuevas creaciones.
3. Infringir las reglas y las tradiciones culinarias de forma creativa nos permite que los comensales reflexionen sobre su experiencia gastronómica.
4. Los comensales tienen expectativas de lo que se puede elaborar con cada alimento determinado.
5. Además de la sorpresa, la cocina puede suscitar otras emociones, reacciones, sentimientos y pensamientos, como el humor la fantasía, la nostalgia. El repertorio de un cocinero modernista no se limita a sabores y texturas, sino a las reacciones emocionales e intelectuales.
6. La creatividad, novedad e invención son inherentes al papel del chef. Cuando se abrazan técnicas e ideas o uno se inspira en otros cocineros o fuentes se debe reconocer.
7. La ciencia y la tecnología se pueden explotar para generar invenciones culinarias.
8. Los ingredientes de primera son la base sobre los que reposa la cocina.

9. Los ingredientes procedentes de la ciencia de los alimentos, como los hidrocoloides, las enzimas y los emulsionantes permiten elaborar platos que de otra manera serían completamente imposibles.

10. Los comensales y los chefs deberían interesarse por las condiciones en las que se cultivan los alimentos. Siempre que sea posible, deberían respaldar los métodos de sacrificio más humanizado y la explotación sostenible de los animales salvajes, entre ellos los peces. (Cuisine M. v., 2015, pág. 122)

La física y química se unen para transformar los sabores y las texturas de los alimentos. Dando como resultado innovadoras experiencias gastronómicas. El 14 de marzo de 1969, Nicholas Kurti, físico inglés de origen húngaro, dio unas conferencias para la sociedad real llamada “El físico en la cocina” que comenzó con una singular frase:

“Pienso con una profunda tristeza sobre nuestra civilización. Mientras medimos la temperatura en la atmósfera de Venus, ignoramos la temperatura del interior de nuestros soufflés.”

Años más tarde en 1988 varios científicos gastronómicos como Nicholas Kurti, Harold McGee, Herve This entre otros comenzaron a estudiar los procesos químicos y físicos que se producen en la cocina. A este movimiento se le dio el nombre de “Gastronomía Molecular”.

El objetivo de la gastronomía molecular ha sido comprender y mejorar los métodos y técnicas ya existentes, aprovechar las cocciones al máximo preservando todos los nutrientes y realzar el sabor del género al máximo. Gracias a esto podemos comprender de las reacciones físicas y químicas de los alimentos. (Fernandez, 2015, pág. 89)

2.1.4 Métodos y técnicas moleculares

2.1.4.1 Esferificación

Es un proceso culinario mediante el cual líquidos de determinados sabores se manipulan usando un agente gelificante (alginato de sodio, agar - agar, gelatina sin sabor), para formar una delgada membrana alrededor del líquido, mediante esto se generan capsulas esféricas que explotan en la boca. Las formas son flexibles y se las puede manipular fácilmente, y se les puede adicionar un elemento solido en su interior para que quede en forma de suspensión. (Fernandez, 2015, pág. 93)

La esferificación consiste en encapsular líquidos en esferas de gel. Es una forma espectacular de presentar los alimentos de la cocina modernista porque el resultado es insólito. Las esferas pequeñas recuerdan al caviar, mientras que las grandes se parecen a canicas u otros objetos no comestibles. El método tradicional de la esferificación consistía en el mezclado de alginato y calcio las gotas de líquido caen en un baño preparado con una solución de calcio diluida. Las superficies de las esferas empiezan a gelificarse en cuanto tocan el baño. Ahora existen diferentes métodos para la elaboración de esferificaciones con la ayuda de aditivos alimentarios como: El agar -agar, goma de xantana, gelatina etc.. (Modernist cuisine, 2015, pág. 178)

2.1.4.3 Marinado a presión en sifón

Según Michal lee Harvell, Mr. Fizz, (Cuisine M. V., 2015, pág. 207) un mecánico jubilado de la industria de la madera tratada a presión, intento forzar el marinado en la carne utilizando la presión del gas. Fabrico para ello un equipo económico de la carbonatación llamado Fizz – Giz. En el cual utilizo su equipo y una botella de plástico vacía para acelerar espectacularmente el marinado de una pechuga de pollo con salsa teriyaki.

Este método se puede emplear para acelerar cualquier tipo de marinado o salmuera. En cuanto a la aplicación de dióxido de carbono añade acidez y no sebe utilizar en un marinado alcalino. (Cuisine M. V., 2015, pág. 243)

2.1.4.4 Mousses, espumas y Aires

Las espumas son un esparcimiento de gas en líquido. Cuanto más gas queda en el líquido, tanto mayor es el volumen de la espuma. Casi todos los líquidos forman burbujas cuando se les airea. El secreto de una buena espuma es conseguir que mantenga su forma, lo que se logra agregando un surfactante, un compuesto que baja la tensión superficial de un líquido.

Mediante las espumas agregamos un sabor adicional a los platos, Este método culinario no es nueva, fue Ferrán Adrià quien la desarrolló en los años 90. Las espumas se pueden hacer sin ningún tipo de estabilizador, con grasa se quedan estables, pero son más débiles. Básicamente no hay diferencia entre una mousse, una espuma y un aire culinario, excepto por la densidad de la preparación resultante. Un aire es muy ligero, la espuma es ligeramente más densa y la mousse es más parecida a la consistencia de una nata montada. (Fernandez, 2015, pág. 102)

Los aires son texturas más ligeras aun que las espumas y sirven para aderezar un alimento, limpiar boca y combinar sabores, esto se realiza con la ayuda de lecitina de soya que airea las partículas del líquido que se utiliza formando un aire muy ligero pero resistente que no se desvanece al instante.

Con los nuevos métodos para elaborar espumas se pueden elaborar con lecitina, agar – agar, a base de gelatina.

Las espumas funcionan con un agente estabilizante que retrasa el estallido o la desaparición de las burbujas en una espuma. La estabilidad y otras propiedades de cualquier espuma depende de qué tipo de agente protege las burbujas del interior.

En principio preparar una espuma es sencillo hay que introducir muchas burbujas diminutas en cualquier tipo de líquido, existe una herramienta propia de las espumas y es muy fiable que incorpora pequeñas burbujas gaseosas en el líquido. Los sifones a presión como los que fabrican las empresas ISI son un modo muy conveniente de hacer espumas. (Modernist cuisine, 2015, pág. 155)

Un sifón a presión estándar utiliza la presión del gas para forzar la disolución de un gas soluble (en general óxido nitroso). La presión empuja el líquido hacia la válvula por la que el gas abandona la solución; Crea así burbujas y bate la espuma. El óxido nitroso se disuelve mucho mejor en grasa los sifones a presión fueron diseñados para batir nata, un líquido ideal debido a su alto contenido en grasa.

Tabla 1-1 Tipos de espumas

TIPOS DE ESPUMAS			
Ingredientes	Mezcla con	Espumas frías	Espumas calientes
Zumos, puré, coulis o crema	Gelatina	Frutas, verduras, frutos secos, hierbas, especias	
	Grasas (Nata)	Frutas, verduras, frutos secos, hierbas, especias, cremas, quesos grasos	
	Agar – Agar	Frutas, verduras, frutos secos, hierbas, especias, cremas, quesos grasos	Espumas más estables
	Claros o yemas	Frutas, verduras, frutos secos, hierbas, especias, lácteos, chocolate, azúcar.	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

2.1.4.5 Emulsiones

Una emulsión es la unión más o menos estable de moléculas grasas y acuosas. Muchos alimentos son emulsionados en dos fases, una acuosas y una grasa, consiste en la dispersión de una fase, dividida en pequeñas gotitas extremadamente pequeña, en otra con la que no es miscible. Dicho de otra manera, una emulsión es una mezcla homogénea de dos líquidos no miscibles entre sí, como el aceite y el agua.

El procedimiento de la emulsión se lleva a cabo en dos fases la primera cuando se dispersa en aceite en el agua o viceversa para homogeneizarlos, se denomina emulsión primaria. En esta fase las gotas son más grandes. La segunda, cuando la emulsión se bate para disminuir aún más el tamaño se llama emulsión secundaria. (Modenist cuisine, 2015, pág. 205). Emulsiones modernas se pueden lograr con

otro tipo de aditivos alimentarios como agar – agar (buenos para emulsiones de baja y alta viscosidad), gomas gellan, goma xantana.

2.1.4.6 La gelificación

Proceso mediante el cual se forma un gel. Un gel es un sistema coloidal que se componen de dos fases: una solidad, que le da estructura y otra líquida. Aunque los geles presentan una densidad similar a los líquidos, su estructura se asemeja más a la de un sólido.

Usados en los principios de los postres. En la actualidad los geles forman parte de entrantes y platos principales. Muchos chefs conocen en profundidad el amplio rango de agentes gelificantes y sus diversas aplicaciones y propiedades. (Fernandez, 2015, pág. 123)

Los principales gelificantes que se usan son: Gelatina, Agar – Agar, Goma gellan, carragenato kappa, carragenato iota, goma tara, metilcelulosa, pectina.

2.1.4.7 Empacado al vacío

Sistema más exitoso para la conservación de alimentos, este sistema procura generar un campo vacío alrededor de un producto manteniéndolo dentro de un empaque o una bolsa. Esto ayuda a obtener una vida útil más larga al poder conservar las características organolépticas del producto ya que se elimina por completo el oxígeno y no existe crecimiento de gérmenes anaeróbicos, psicrófilos, y mesófilos que son los que originan la decoloración, rancidez y descomposición de los alimentos. Esto con la ayuda de una empacadora al vacío o una termo selladora. (EnvaPack, 2003)

2.1.4.8 Cocción al vacío

Básicamente cocinar al vacío consiste en envasar un alimento en una bolsa de vacío, con el fin de eliminar cualquier resto de aire al ser sellado en la bolsa y posteriormente cocinarlo en un baño de

agua a temperatura controlada, eso quiere decir cocinar a temperaturas más bajas y durante más tiempo, utilizando métodos controlados por un termómetro o un Roner.

Los alimentos son más aromáticos, guardando así sus características organolépticas. Las texturas más blandas y jugosas y permite preparar alimentos con antelación y conservarlos hasta su regeneración para su consumo. Es imprescindible tener una máquina para envasar al vacío, un baño de agua con temperatura controlada y horno de vapor y bolsas de vacío para envasar los alimentos y cocinarlos en ellas. (Fernandez, 2015, pág. 130), en donde se aplicarán métodos diferentes como el concentrado y equilibrio.

Tabla 2-1 Temperatura de cocción

TEMPERATURA DE COCCIÓN		
Pescados	50° C – 60° C / 100°C	De 12 a 15 min
Carnes tiernas	50° C – 65° C / 100°C	De 25 a 40 min
Carnes duras	75° C – 80° C / 100°C	De 2 a 4 horas
Huevos	60° C – 75° C / 100°C	De 4 a 6 min
Verduras y hortalizas	85° C – 95° C / 100°C	De 30 a 45 min
Frutas	85° C – 95° C / 100°C	De 25 a 50 min
Cereales y legumbres	90° C – 95° C / 100°C	De 30 a 45 min
Mariscos	55° C – 95° C / 100°C	De 10 a 25 min

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

2.1.5 Aditivos alimentarios

2.1.5.1 Agar – Agar

El agar – agar es una gelatina que proviene de un alga marina específicamente del alga roja gelidium y tiene su origen en los mares del sur de África. Posee numerosas propiedades digestivas ayudando a eliminar residuos del estómago y del intestino, regula el estreñimiento y disminuye el colesterol y los triglicéridos gracias a sus propiedades depurativas. El agar - agar se utiliza en la industria alimentaria para espesar y gelificar alimentos ya sean dulces o salados, sin añadir ningún tipo de sabor ni olor ya que carece de color, aroma y sabor. Sus combinación y empleo son infinitas, pero sobre todo se emplea para hacer espumas, esferificaciones falsas, emulsiones y postres, su dosificación es de 3 a 5 gr por litro (Calabuig, 2013)

2.1.5.2 Lecitina

La lecitina es un fosfolípido (lípidos que poseen fosforo es su molécula) con propiedades emulsionantes estas se extraen de la yema del huevo y de la semilla de soja modificada genéticamente primero por presión en frío, obtenido el de soja que después se calienta, se añade agua y la lecitina se separa fácilmente al formarse una emulsión gelatinoso, dosificación de 3 a 6 gr por litro.

En la cocina es un componente que nos permite realizar preparaciones deliciosas y llamativas con lo que conocemos como aires. La lecitina en polvo permite incorpora fácilmente aire en una mezcla. (Velsid, 2008)

2.1.5.3 Alginato de sodio

El Alginato de Sodio es un polisacárido procedente de algas marrones. Aunque se puede utilizar como espesante, su papel más llamativo en la cocina moderna es el de permitirnos hacer esferificaciones. Imaginemos que hemos hecho un jarabe de cualquier sabor de frutas en el que se ha disuelto alginato. Si cogemos una cucharada del jarabe y lo introducimos suavemente en una mezcla de agua con sales de calcio, en unos pocos segundos la zona de contacto entre el jarabe y el agua se solidifica creando una esfera. Los bordes de esta esfera tendrán una textura parecida a una gominola y su interior seguirá siendo líquido. La experiencia del comensal al introducir una de estas esferas en la boca es la de una "explosión" de sabor. La esferificación se puede hacer con productos dulces o salados.

Y dependiendo de dónde usemos el alginato, hablaremos de:

Esferificación directa, cuando el alginato se mezcla con el producto que vamos a ingerir (como en el ejemplo del jarabe de frutas).

Esferificación inversa, cuando el alginato se añade a la solución acuosa en la que se sumerge posteriormente el producto que se va a esferificar.

El alginato de sodio debe añadirse bien espolvoreado para evitar la formación de grumos. Luego debe mezclarse con mucho vigor, preferentemente usando una batidora eléctrica de mano. Una vez añadido al alimento (esferificación directa) o al baño (esferificación inversa), es importante dejar reposar la mezcla al menos 1 hora en frío antes de empezar a hacer las esferas. Suele usarse una dosis de unos 4 gramos de alginato por litro. (Velsid, 2008)

2.1.6 Emplatado.

En los mejores restaurantes del mundo la comida se sirve en general, con una atractiva disposición de los distintos ingredientes; es lo que los chefs denominan emplatado. Se trata de una presentación muy frecuente a la que la cocina presta tanta atención que podrá suponerse que los alimentos siempre se han servido así.

Los chefs franceses lideraron la práctica del emplatado a finales de los años 1960 y se convirtieron en los primeros cocineros en adherirse a la nueva tendencia.

En la actualidad, se emplata en restaurantes de todo el planeta. Es algo tan habitual que da la impresión de que siempre se hubiese hecho de esta forma. Pero no fue así, el emplatado fue una innovación radical que triunfo hace solo unas décadas. (Cuisine M. v., 2015, pág. 134)

2.1.7 Tipos de montajes de plato.

2.1.7.1 Tradicional

Es la manera más sencilla de disponer los elementos en el plato, donde la gran protagonista es la proteína. Los géneros tienen que disponerse en forma de reloj en donde la proteína y la salsa estará a las 12 en punto, las guarniciones en cuanto a carbohidratos a las 10 y vegetales a las 2.

Este emplatado es muy usado en los servicios de alimentación colectiva, banquetes y restaurantes económicos, es muy sencillo, rápido y los ingredientes se muestran sin ocultar nada. (Peña, 2013, pág. 64)

2.1.7.2 No tradicional

Los esquemas en este montaje se olvidan, la posición de los componentes es libre, deja mucho a la creatividad y muestra el lado artístico del cocinero. Este estilo predomina en restaurantes gourmet y restaurantes modernistas o vanguardistas y este emplatado se sub divide en dos categorías. (Peña, 2013, pág. 65)

2.1.7.3 Estructurado.

Los elementos del plato se unen y forman una especie de estructura, donde normalmente la guarnición va de base, sobre esta proteína, demás géneros encima, decoración y salseado rodeado. (Peña, 2013, pág. 66)

2.1.7.4 Disperso.

En este emplatado todos los elementos se dispersan por el plato, normalmente el género principal va al centro y es rodeado por las guarniciones y salsa. (Peña, 2013, pág. 67)

2.1.7.5 Deconstrucción

La deconstrucción nace de la propuesta de Ferrán Adrià en la presentación innovadora de recetas tradicionales. Es una propuesta nacida en el famoso restaurante “El Bullí” con lo que se rompió tendencias históricas tradicionales. La propuesta era genial y sencilla partiendo de recetas tradicionales y recurriendo a la memoria gustativa de los comensales se reescribían las preparaciones con nuevos métodos y técnicas. La deconstrucción consiste en utilizar y respetar armonías ya concebidas y conocidas, transformando la textura de los ingredientes, así como su forma y temperatura, manteniendo su sabor e incluso incrementar la intensidad. (Ruiz E. C., 2013, pág. 48)

- **Equilibrio.**

El equilibrio habla de la armonía de todos los componentes del plato partiendo por la elección de los alimentos, colores y sus cocciones. La idea es presentar variedad que sean compatibles entre sí. (Peña, 2013, pág. 50)

- **Unidad.**

Los elementos de un plato se unen para formar una sola estructura, eso se llama unidad, en el fondo se trata de juntar los componentes para presentarlos con elegancia. La idea es mostrar la menor cantidad de áreas de atención y restar los espacios en blanco. (Peña, 2013, pág. 54)

- **Punto focal.**

Es un punto importante para la guía de nuestro plato, la función que tiene esta acción es determinar un área específica que llame la atención y automáticamente que nos dirija la vista hacia el resto del plato sin distraernos de otros elementos. (Peña, 2013, pág. 55)

- **Flujo.**

Esta acción es una mezcla de equilibrio, unidad y punto focal. Cuando estos elementos son bien utilizados, damos al plato la sensación de vida. (Peña, 2013, pág. 56)

- **Altura.**

He aquí un capricho que se transformó en una norma para el montaje “mientras más alto el plato, más cerca de Dios” dicen los chefs. Este concepto trata de cuan alta es nuestra presentación, pues ayuda a dar relieves al plato y formas que otorgan movimiento del mismo. (Peña, 2013, pág. 57)

2.1.8 Café.

El fruto maduro del cafeto o la planta del café es un bayo rojo parecido a una cereza que contiene un par de semillas: los granos de café. Las dos especies principales son la Arábica y la Robusta. Ambas se cultivan en una franja de zona tropical de todo el mundo. La arábica es mucho más habitual.

Esta especie es una planta delicada amante de la altitud y poco resistente a las enfermedades, cuyos granos producen un sabor muy completo y rico en matices. La calidad de la bebida depende de un sinnúmero de factores. Por ejemplo, si los frutos se cosechan con el grado de madurez adecuado, la forma de procesar los granos o el tiempo de tostado, entre muchos otros.

El procesamiento y el tostado son dos fases decisivas en el viaje de los granos del cafeto a la cafetera. El procesamiento se produce justo después de la cosecha, principalmente. El seco o natural es una técnica que consiste en secar los granos al sol hasta cuatro semanas. Una vez secos se les quita la pulpa externa y la piel interna para producir un café suave. (Modenist cuisine, 2015, pág. 267)

La elaboración del café es un proceso de extracción. Los granos tostados y molidos entran en contacto con el agua que lixivia los aromas volátiles y los compuestos de sabor no volátiles que crean las experiencias sensoriales de la degustación.

Esta extracción se puede llevar a cabo mediante infusión, percolación, y decocción. Independientemente del método utilizado el objetivo es obtener una taza de café que muestre el carácter y la perfección del grano. (Modenist cuisine, 2015, pág. 268)

La intensidad no depende del tueste sino de la proporción de café y agua. El amargor o la acidez son característicos de un exceso o un defecto de extracción, respectivamente, y la extracción depende más tiempo de elaboración que del tostado o la proporción de agua y café. Un café cargado o flojo puede ser amargo o equilibrado, ni excesivamente ácido ni amargo. El objetivo es tener un resultado lo bastante intenso y con un sabor equilibrado.

2.1.8.1 Como catar café como un profesional.

- Prepare el café en grano. Muélalo más fino que para una cafetera en embolo, pero más grueso que para una de filtro. Póngalo en un vaso doble para chupito. Muchos profesionales utilizan 55g de café por cada litro de agua, o unos 9,5g para una taza de 175ml.
- Valore la fragancia en crudo.
- Vierta agua caliente y déjelo reposar 5 minutos. Deje que se forme una corteza en la superficie.
- Analice el aroma. En el primer pase, acerque la nariz justo encima del borde de la taza, parta la corteza con el dorso de una cuchara e inhale con la boca abierta para potenciar el impacto sensorial. Valore las notas ¿Frutos secos, cítricos, chocolate, flores?
- Aparte la corteza y analice de nuevo los aromas. Para el segundo pase, retire la corteza de café molido de la superficie. Inspire los aromas del café, que se habrá enfriado un poco.
- Espere 7 u 8 minutos, y a continuación, sorba una cucharada de café haciendo ruido. De esta forma se extenderá por todo el paladar, se mezclarán el líquido y el aire, se volatizarán los aromas y aumentara el impacto en el paladar. (Modenist cuisine, 2015, pág. 269)

2.1.8.2 El método de cocinar con café.

El agua es el único medio que transmite el carácter del café una vez que deja el grano. También se puede preparar café con alcohol o aceite que, si bien no es apto como bebida, posee unas aplicaciones culinarias muy interesantes. El café extractado en alcohol va muy bien para preparar en cocteles. Asimismo, es un buen instrumento para añadir un aroma en una salsa sin que amargue. El concentrado resultante es similar a la esencia de vainilla.

Si se prepara café con una grasa pura como aceite para cocinar neutral o mantequilla clarificada, solamente se capturarán los compuestos aromáticos liposolubles. Esto es así para la mayoría de los aromas, pero no para los compuestos que contribuyen al sabor. (Modenist cuisine, 2015, pág. 271)

2.1.9 Reseña historia de la cafetería.

La tradición del café como punto de encuentro, para charlar, pasar el rato, y no solo un sitio para consumir es representativo en algunos lugares del mundo. Una cafetería es un despacho, lugar donde se sirven aperitivos y comidas, esta comparte algunas características con un bar y otros con restaurantes.

Las primeras cafeterías empezaron a abrir sus puertas en Estambul en la década de 1550. Los establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían para conversar sobre temas importantes y poder escapar de la vida cotidiana.

Pronto la costumbre de las cafeterías se regaría por territorios de los Balcanes ocupados por ellos. Entre las primeras cafeterías europeas establecida fue en 1664. Posteriormente todo el concepto se extendió ampliamente por Europa y en París en la década de 1652 fue creada la primera cafetería parisina con el nombre de Café Procopa. Las cafeterías se convirtieron en lugares adecuados para personas influyentes, fisiólogos e intelectuales, donde intercambiaban ideas. (Katherine Baldeon, 2012).

Dentro de las cafeterías más antiguas en Ecuador tenemos “El Madrilón” ubicada en el casco colonial quiteño, cuya apertura fue en mayo de 1976, en el cual asistían todo un grupo de intelectuales, visionarios y almirantes que buscaban un punto de encuentro para discutir y solucionar sobre temas diarios. (Katherine Baldeon, 2012)

2.1.10 El menú.

Es el comercio básico de cualquier establecimiento de cocina, su estructura suele ser variada y más o menos amplia y agrupada, por lo general, la oferta del establecimiento. El menú básico puede estar conformado por un primer plato, un segundo plato y el postre. Es una parte muy importante ya que con esta es la carta de presentación del establecimiento en donde el cliente seleccionara que va a consumir. (documentacion., 2002, pág. 40).

2.1.10.1 Consejos de menú para cafeterías.

- Plantear un menú sencillo que resulte de fácil comprensión.
- Evitar la utilización de tecnicismos que solamente dificultarían la comprensión de los clientes.
- Ofrecer productos de calidad, teniendo en cuenta precios razonables.
- Hacer visita a otros establecimientos, para comprobar su funcionamiento y organización en menús.
- Realizar un diseño de menú adecuado, para que llame la atención del cliente.
- Ofrecer variedad de productos para los clientes.
- Invertir una cantidad para promocionarse sobre su menú.
- Buscar los mejores profesionales disponibles para que trabajen en su local. (cafe, Franquicias de, s.f.)

2.1.11 La carta.

La carta representa la máxima oferta en un establecimiento de alimentos, los cuales aparecen estructurados en distintas series y todos ellos figuran con sus precios respectivos, eh aquí una de las grandes diferencias entre menú y carta. Otra de las diferencias es que permite al cliente una mayor posibilidad de elección en función de sus propios gustos, necesidades y economía. (documentacion., 2002, pág. 43)

2.1.12 Estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema para resolver, Para ello se parte de supuestas estimaciones y pronósticos, por lo que el grado de preparación de la información y confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios técnicos, económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieren. (Santos, 2008)

2.1.13 Estudio de mercado.

Según (Santos, 2008) El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Los costos de operación pueden pronosticarse suponiendo la situación futura y especificando las políticas que se utilizaran como estrategia comercial, mediante los siguientes aspectos:

- El consumidor y las demandas del mercado.
- La competencia y ofertas del mercado.
- Comercialización del producto.

Uno de los factores más críticos del proyecto es la estimación de la demanda y juntamente con ellos los ingresos de operación. El estudio de competencias es fundamental, para poder reconocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores. El análisis de comercialización del proyecto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la competencia y la oferta. (Santos, 2008)

2.1.14 Estudio técnico.

El objetivo del estudio técnico consiste en examinar diferentes alternativas del proyecto para desarrollar el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A continuación del mismo se determinan los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se elabora en el económico financiero. (Santos, 2008)

2.1.15 Estudio administrativo.

El estudio administrativo, ayuda al proyecto con dar herramientas de estrategia que defina el rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas empresariales. Consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación de estrategias, estructura organizacional, laborales, aspectos legales, ecológicos y fiscales. (CB, 2011)

Los elementos para un estudio administrativo serán:

- Planeación de estrategias.
- Misión.
- Visión.
- Objetivos.
- Políticas.
- Valores.

2.1.16 Estudio legal.

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto siguiendo las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos y patentes. También se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

El objetivo del estudio legal es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal que regula la instalación y operación del proyecto. El estudio de factibilidad de un proyecto de inversión no debe ignorar las normas y leyes bajo las cuales se regulan las actividades. (Morales, 2010, pág. 90)

2.1.17 Estudio ambiental.

El estudio de impacto ambiental es un instrumento importante para la evaluación del impacto ambiental de un proyecto, obra o actividad. Es un estudio interdisciplinario, que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo. (Conesa, 2010)

El estudio de impacto ambiental incluye aquellos proyectos parciales (obras o actividades) cuya ejecución pueda tener impactos ambientales que afectarían muy parcialmente el ambiente y donde sus efectos negativos pueden ser eliminados o minimizados mediante la adaptación de medidas y fácilmente aplicables. (Conesa, 2010, pág. 123)

2.1.18 Estudio económico financiero.

Es estudio económico – financiero de un proyecto de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permiten determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si es conveniente ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación en un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean. (Santos, 2008)

2.2 Marco Conceptual.

Cafetería.

La legislación hotelera especifica que la cafetería es todo establecimiento que oferte, bebidas frías y calientes, platillos fríos y calientes. Esta oferta se sirve al público en general, mediante un precio establecido, para ser consumidas en barra o mesa a cualquier hora que permanezca abierto el establecimiento. (Francisco Garcia Ortiz, 2016, pág. 65)

Demanda.

En general la demanda es una de las dos fuerzas que se presenta en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público adquiere para satisfacer sus deseos. En otras enunciaciones tenemos que la demanda es la pretensión que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una cabida legal. (Thompson, 2010)

Emprendimiento.

El vocablo emprendimiento descende del francés entrepreneur (pionero). Es un término muy utilizado en el mundo, aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia, en conclusión, un emprendimiento es aquella persona que tiene actitud y aptitud que le permite emprender nuevos retos, proyectos, negocios e ir más allá de donde ha llegado. El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. (Rodriguez, 2009)

Factibilidad.

Es un instrumento que ayuda a orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre operativo dentro del ciclo de un proyecto. Se presenta con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión. (Gestiopolis, 2001)

Menú.

El menú es un conjunto de opciones disponibles, las cuales se ordenan específicamente. Son una especie de guía para el consumidor para conocer la variedad de productos que estarán a disposición, para elegir y se adecue a su preferencia. Este concepto se refiere al término a los menús de comidas ofrecidos en restaurantes, cafeterías etc. Se dan al cliente una gama de elecciones que varían en precio, porciones y elementos de acompañamiento, la mayor parte lo que se encuentra visible en el menú es todo lo que produce el establecimiento. (M, 2015)

Método.

El método es una cualidad, forma o representación para realizar de manera sistemática, organizada y estructurada. Hace referencia a un conjunto de tareas técnicas para desarrollar una tarea. El método en frecuencia representa un medio instrumental por lo cual se ejecutan las obras que cotidianamente se hacen. Cualquier causa de la vida nos indica que proviene de un grafema griego que quiere decir Vía. (M, 2015)

Oferta.

En un sentido general la oferta es una fuerza del mercado, que tiene que representar la cantidad de bienes o servicios de qué empresa u organización pueden vender en el mercado a un precio determinado. (Thompson, 2010)

Para (Fischer, 2011) la oferta se refiere a la cantidad de producto de los productores están dispuestos a imponer en el mercado, los cuales tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, este si baja o la oferta baja, y si esta aumenta o el precio aumenta.

Vanguardia.

La vanguardia es una forma de innovación de formas y contenidos. En el caso de la gastronomía, intenta reinventar sus bases y enfrentarse a lo tradicional. En un principio, la vanguardia suele generar rechazo por parte de los círculos tradicionales, aunque tiene características muy distintas en este sentido, la vanguardia es algo novedoso que escapa de la tendencia dominante y que podría sentar las bases del desarrollo futuro en la cocina. (Gardey, 2013)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA

La metodología sintetizo los procedimientos y técnicas que permitieron cumplir con el plan de investigación y desarrollar el desafío en cuanto a la implementación de una cafetería utilizando métodos vanguardistas en la ciudad de Riobamba.

3.1. Tipo y Diseño de la Investigación

3.1.1 *Descriptiva.*

La investigación para el desarrollo del tema fue descriptiva, porque permitió recopilar información de distintas características y opiniones en datos reales dirigidas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo y ciudadanos de la parroquia Velazco del cantón Riobamba, por medio de encuestas.

3.2 Técnicas de Recolección de datos.

Para la recolección de datos de este trabajo de emprendimiento se utilizó la técnica cuantitativa, porque se realizó encuestas a la población urbana del cantón Riobamba. Es un procedimiento que nos permite obtener información de un número considerable de individuos y permite definir cuáles son sus necesidades.

3.2.2 *Fuentes primarias.*

Como fuentes primarias para este proyecto de emprendimiento se tomó la información recopilada en base a la aplicación de encuestas para determinar la factibilidad y aceptabilidad de la cafetería, tomando en cuenta sus distintos criterios y opciones en cada una de las preguntas elaboradas.

3.3.3 Fuentes secundarias.

Se utilizó instructivos, libros e información web, contenido de revistas, para que hagan referencia a este proyecto y a su vez datos obtenidos del Instituto nacional de estadísticas y censos 2010 y de la Universidad Nacional de Chimborazo y los habitantes de la parroquia Velazco de la ciudad de Riobamba para suministrar la obtención de resultados.

3.3 Segmento de Mercado

Tabla 3-3 Segmento de mercado

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad	Riobamba
Sector	Unach vía a guano
Sector	Parroquia Velazco
Número de habitantes de la zona	48,732 habitantes
Edad	(17 – 50 años)
Densidad	Urbana
Clima	Templado
DEMOGRÁFICA	
Nacionalidad	Ecuatoriana
Género	Masculino y femenino
PSICOGRÁFICA	
Clase social	Media, Media alta, alta
Personalidad	Conservador
CONDUCTUAL	
Beneficios pretendidos	Calidad de servicio, buen ambiente
Grado de lealtad	Fuerte
Actitud hacia el producto	Buena calidad, buena manipulación

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: (Padilla, 2017)

3.4 Universo

El universo de estudio para el emprendimiento fueron estudiantes de la “Universidad Nacional de Chimborazo” información brindada por la unidad técnica de control académico (UTECA) y del último censo del Instituto Nacional de Estadísticas y censo (INEC) del cantón Riobamba de la parroquia “Velazco” los cuales sumados son un total de 48,732 personas.

3.5 Muestra

Para establecer la muestra se utilizó la siguiente:

Formula.

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

n= Tamaño.

z= Nivel de confianza. (1,96)

e= Error admisible. (0,1)

N= Población.

p= Proporción esperada. (0,5)

CÁLCULOS

$$n = \frac{Np^2z^2}{(N - 1)e^2 + p^2Z^2}$$
$$n = \frac{48732 (0,5)^2(1,96)^2}{(48732 - 1)(0,1)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$
$$n = \frac{46,802.2128}{487.27}$$
$$n = 96$$

3.5.1 Estratificación.

Una vez establecida la formulación se definió la aplicación de 96 encuestas a los estudiantes de la “Universidad Nacional de Chimborazo” y a los ciudadanos de la parroquia “Velazco”. Para esto se debe realizar la estratificación para determinar el total de encuestas que se van a realizar a los estudiantes y habitantes de la parroquia.

Tabla 4-3 Estratificación de la población

ESTRATIFICACIÓN				
CANTÓN	PARROQUIA	HABITANTES	% Nro. ENCUESTAS	TOTAL, ENCUESTAS
RIOBAMBA	VELAZCO	38,572	79%	67
UNIVERSIDAD	POBLACIÓN			
UNACH	ESTUDIANTES	10,142	21%	29
	TOTAL, PERSONAS	48,714	100%	96

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: (Padilla, 2017)

3.6 Tabulación y análisis de resultados.

Pregunta Nro. 1

¿Estaría Ud. de acuerdo con la implementación de una cafetería que utiliza métodos vanguardistas en el cantón Riobamba?

Tabla 5-3 Análisis de resultados pregunta 1.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	90	94%
No	6	6%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017).

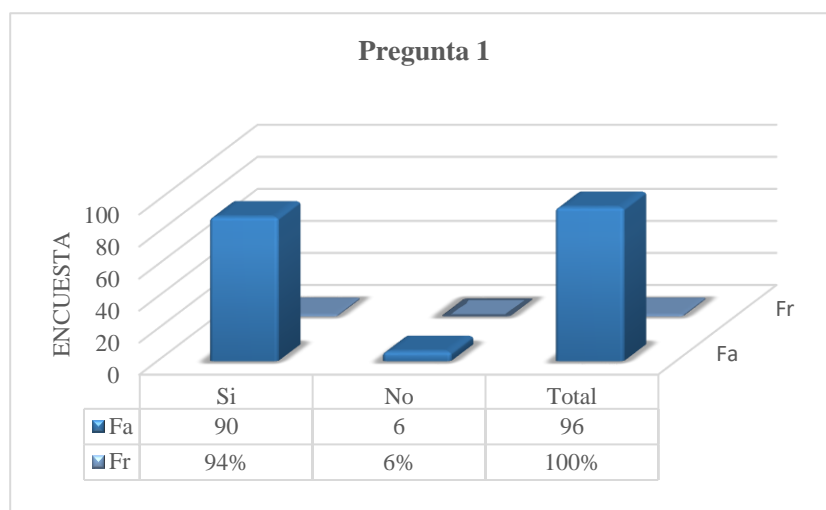


Gráfico 1-3 Corresponde a la tabla pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Del total de todas las personas encuestadas el 92% menciono que les gustaría la implementación de una cafetería con métodos vanguardistas porque se presentaría algo innovador, creativo, distinto a lo ya presentado por diferentes cafeterías ya establecidas y además daría un relieve diferente a la ciudad, mientras que el 8% de los encuestados no estuvo de acuerdo con la creación o implementación de la cafetería.

Pregunta N°2

¿Estaría Ud. dispuesto a consumir en una cafetería que utiliza métodos vanguardistas?

Tabla 6-3 Análisis de resultados pregunta 2.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	90	94%
No	6	6%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017).

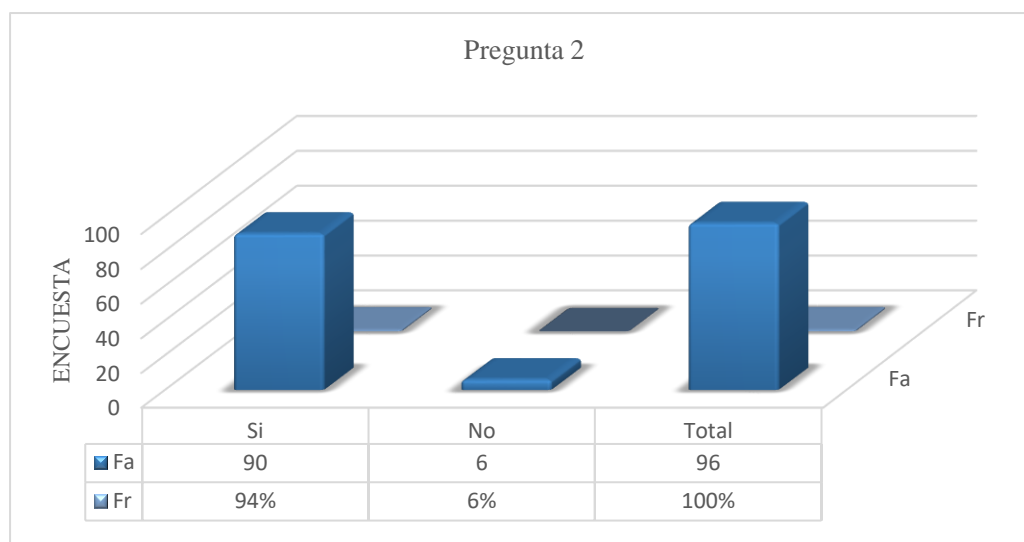


Gráfico 2-3 Corresponde a la tabla pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Del 100% de encuestados el 90% dijo que, si estarían dispuestos en consumir en esta cafetería, porque les atrae la propuesta que tiene en fin dar un toque innovador a la ciudad, mientras que el 6% de los encuestados afirma que no visitarían esta cafetería que están conformes con lo ya establecido en el mercado.

Pregunta N°3

¿Qué es lo que usted busca en una cafetería?

Tabla 7-3 Análisis de resultados pregunta 3.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Buen servicio	43	45%
Ambiente acogedor	31	32%
Buen sabor	22	23%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: (Padilla, 2017)

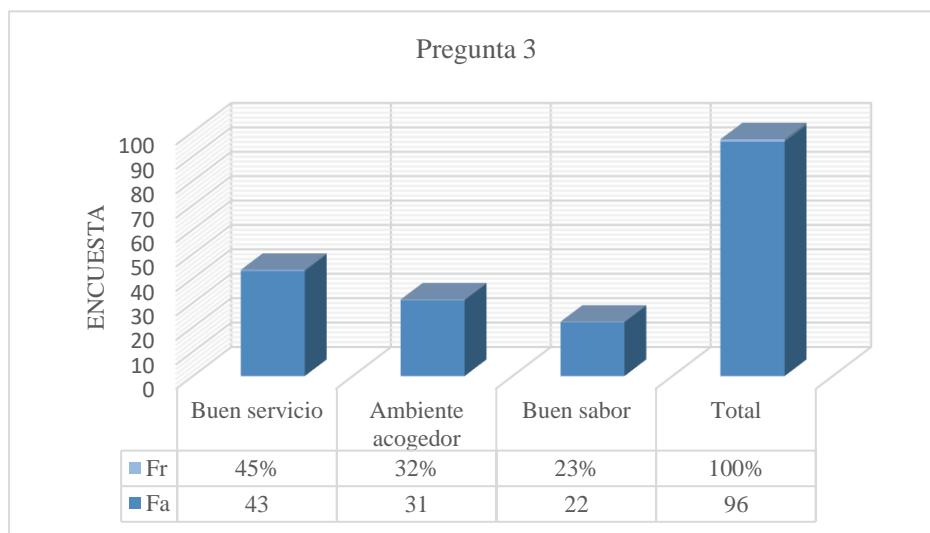


Gráfico 3-3 Corresponde a la tabla pregunta 3

Fuente: Encuesta
Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

En cuanto a los criterios contenidos bajo las encuestas han demostrado que el 43% de las personas desean un buen servicio ante las otras opciones, porque si se tiene un buen servicio y de calidad el producto también lo tendrá, el 31% de ambiente acogedor y un 22% de buen sabor. Con los datos obtenidos podemos determinar que las personas prefieren un buen servicio, ante todo.

Pregunta N°4

¿Qué valor económico usted estaría dispuesto a pagar por el consumo en esta cafetería?

Tabla 8-3 Análisis de resultados pregunta 4.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$ 3,50	54	45%
\$ 5,00	36	32%
\$ 7,00	6	23%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

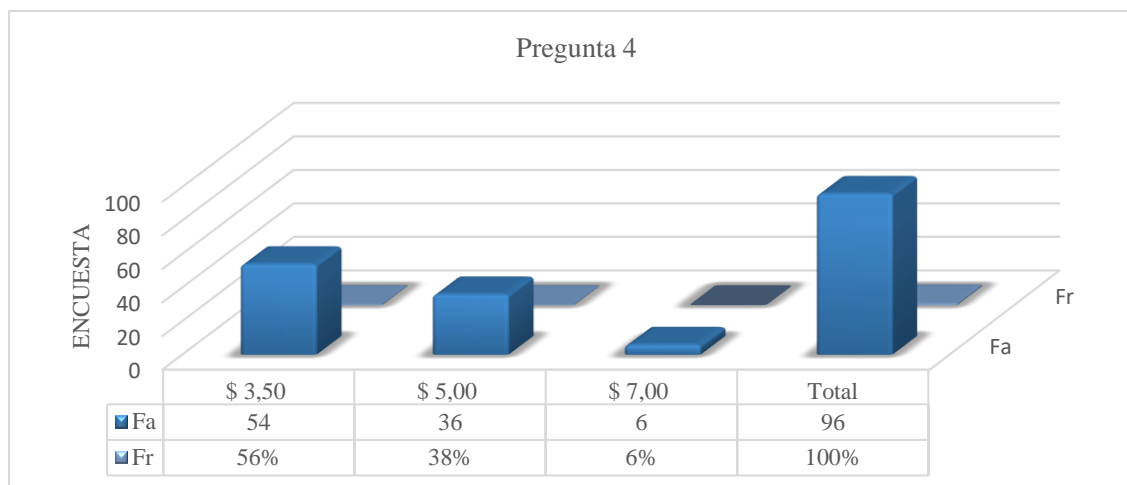


Gráfico 4-3 Corresponde a la tabla pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Con los datos obtenidos en base a las encuestas el 56% de las personas no desean gastar más de \$3,50 en su pedido de comida, porque la mayoría de encuestados son estudiantes de la universidad y ellos no disponen de un rango económico alto además que sus gastos también están involucrados en sus consumos diarios aparte de la alimentación, en cambio el 38% y 6% de los encuestados desearían realizar un gasto adicional. Son datos que nos ayudan a determinar el valor adecuado en que fluctuara el costo de las preparaciones en la cafetería.

Pregunta N°5

¿Con que frecuencia usted estaría dispuesto a visitar esta cafetería vanguardista?

Tabla 9-3 Análisis de resultados pregunta 5.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Diariamente	14	15%
Semanalmente	61	64%
Mensualmente	21	22%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

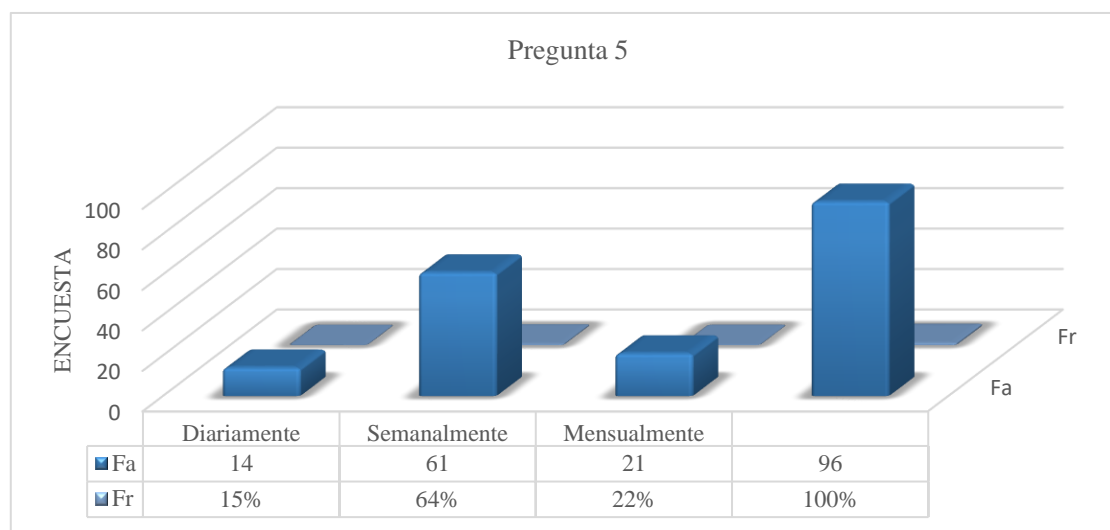


Gráfico 5-3 Corresponde a la tabla pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Con los datos recogidos de las encuestas se determina que el 64% de las personas visitarían la cafetería semanalmente es decir una sola vez, en cuanto al 15% de encuestados decidieron visitar la cafetería diariamente, en cambio un porcentaje del 22% de encuestados afirman que visitarían la cafetería mensualmente. Esto nos ayuda a determinar la fluctuación que tendrá la cafetería mensual, semanal y diariamente.

Pregunta N°6

¿En qué medios de comunicación le gustaría a usted informarse acerca de la cafetería vanguardista?

Tabla 10-3 Análisis de resultados pregunta 6.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Redes sociales	54	56%
Radio	11	11%
Volantes	11	11%
Afiches	8	8%
Periódico	12	13%
Total	96	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: (Padilla, 2017)

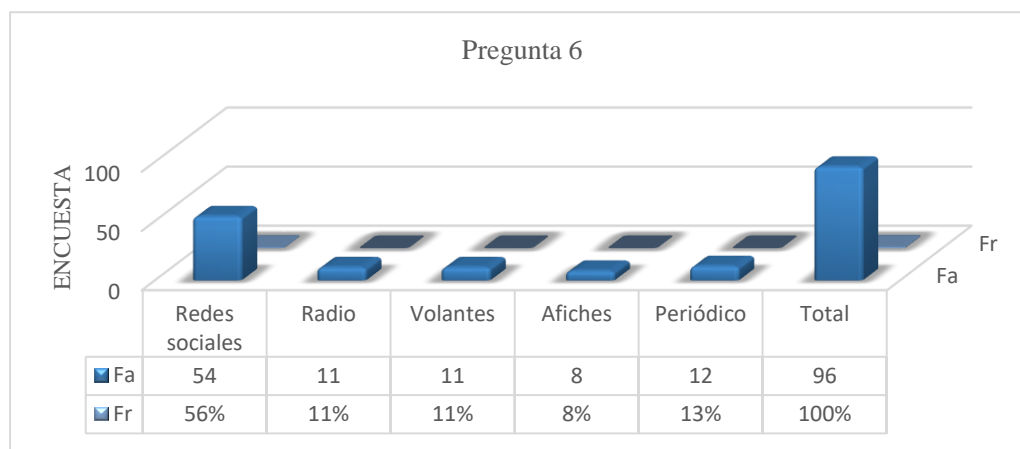


Gráfico 6-3 Corresponde a la tabla pregunta 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Del 100% de encuestados, un 58% afirma que quisiera conocer más acerca de la cafetería por medio de redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter, porque la mayoría de personas utiliza las redes sociales como modo de información y comunicación a diferencia de los otros sistemas, un 11% por radio y por medio de volantes, el 8% por afiches y el 12% en el periódico. Tomamos en cuenta que es más fácil darse a conocer por medio de redes sociales, pues nos ayudarían a compartir nuestras publicaciones y así podernos darnos a conocer de una manera expandible.

Pregunta N°7

¿Qué tipo de promoción le gustaría a usted tener al momento de comprar una preparación en la cafetería vanguardista?

Tabla 11-3 Análisis de resultados pregunta 7

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Promoción martes loco	21	22%
Producto 2x1	67	70%
Descuento del 10% por consumo	8	8%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017).

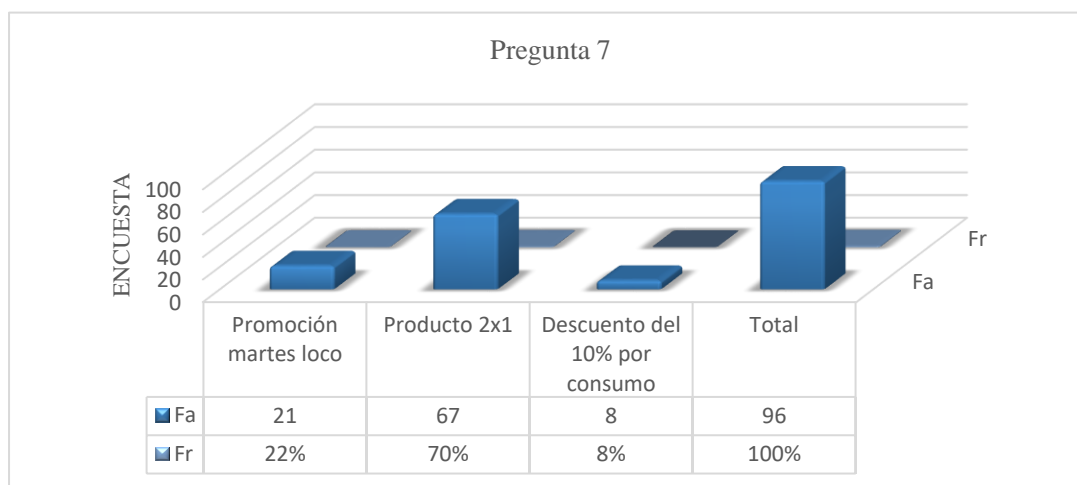


Gráfico 7-3 Corresponde a la tabla pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017).

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Las promociones expuestas al encuestado nos arrojan diferentes datos, en cuanto a la promoción de 2x1 el 70% de encuestados prefieren este tipo de promoción porque les permita consumir y disfrutar de sus productos favoritos el doble y así poder compartir con sus amigos, mientras que el 22% afirma que le gustaría un martes loco de alguna promoción especificada y un 8% al descuento del 10%. Arrojándonos así un estudio que nos permitirá realizar entre semana la promoción de 2x1.

Pregunta N°8

¿En qué rango de horarios le gustaría a usted que se atienda el servicio en la cafetería vanguardista?

Tabla 12-3 Análisis de resultados pregunta 8.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
13H00 a 21H00	16	17%
13H00 a 22H00	35	36%
13H00 a 23H00	45	47%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

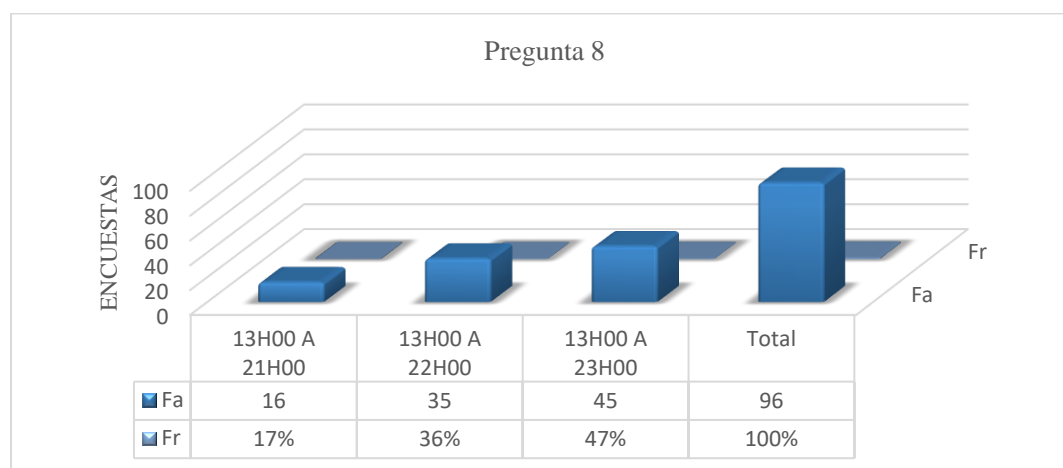


Gráfico 8-3 Corresponde a la tabla pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Con los resultados obtenidos se determinó en el 47% de los encuestados decidió visitar la cafetería en el horario de 13h00 a 23h00 un horario prolongado, porque les daría la facilidad de ir a consumir después de terminar su día laborable o por parte de estudiantes visitar en horas que no tienen clases, a diferencia del 35% que desea que la cafetería abra sus puertas de 13h00 a 22h00 y un porcentaje menor afirmó que la hora más apta para abrir sus puertas de la cafetería sería de 13h00 a 21h00. Con los datos obtenidos podemos determinar el horario en que abrirá y culminará la atención de la cafetería.

PREGUNTA N°9

¿Conoce usted otro tipo de establecimiento que ofrezca este servicio en el cantón Riobamba?

Tabla 13-3 Análisis de resultados pregunta 9.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	11	11%
No	85	89%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

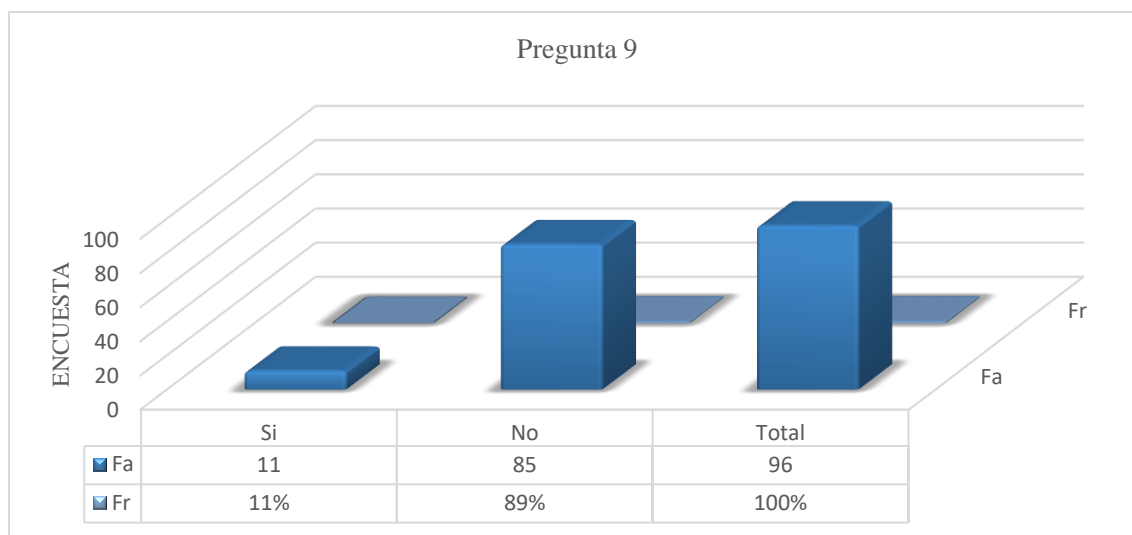


Gráfico 9-3 Corresponde a la tabla pregunta 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Del 100% de encuestados, el 89% de las personas encuestadas afirma que no conocen otro tipo de cafetería que tenga este tipo de métodos en la ciudad de Riobamba, y el 11% afirman que si conocen cafeterías existentes en la ciudad de Riobamba que tiende a ser un pequeño porcentaje. Esta recolección de datos nos ayuda a determinar una factibilidad positiva acerca del proyecto.

PREGUNTA N°10

¿Le gustaría a usted recibir el servicio a domicilio por parte de la cafetería vanguardista?

Tabla 14-3 Análisis de resultados pregunta 10.

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	87	91%
No	9	9%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

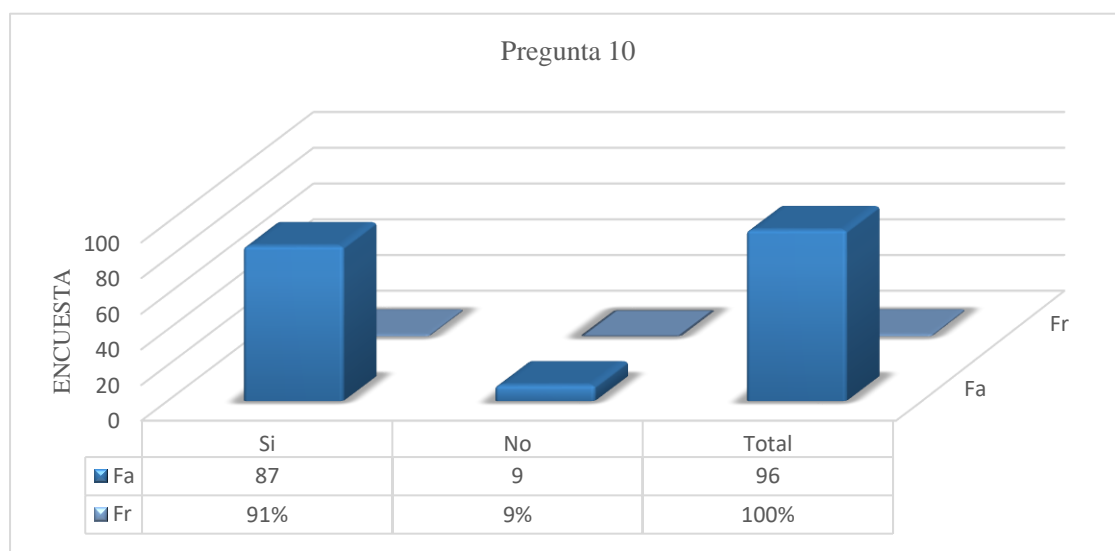


Gráfico 10-3 Corresponde a la tabla pregunta 10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Padilla, 2017)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO.

Con los resultados obtenidos se pudo determinar que la mayoría de personas encuestadas les gustaría tener el servicio a domicilio por parte de la cafetería y un 9% de encuestados afirma que no les gustaría contar con tal servicio. La información recolectada nos ayuda a manejar de una mejor manera los requerimientos que desean nuestros clientes creando un buen servicio dentro y fuera de nuestro local.

CAPÍTULO 4

4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

Un emprendedor es una persona con marcada determinación a enfrentarse a situaciones que conllevan riesgos, el emprendedor tiene que tener iniciativa, creatividad y liderazgo para formar y crear su propio negocio, tiene que tener la actitud para desarrollar su propia idea, un sueño hecho realidad. El emprendedor aprovechara cada una de las oportunidades que se le presente.

Tiene que ser astuto, apasionado y realizar cada operación con amor, confianza, tiene que ser consciente de todas sus capacidades las cuales tiene que mejorar cada día, para reflejarlas en el ambiente laboral, el emprendedor también tiene que ser consciente de sus limitaciones y defectos los cuales tiene que corregir con disciplina y superar con paciencia ya que todo eso conllevara tiempo para llegar al éxito.

Si bien es cierto que los rasgos de la personalidad del emprendedor, sus motivaciones, su capacidad intelectual y física, su formación o experiencia previa influyen en el éxito de la empresa, estos aspectos tienen un valor absoluto y son requisitos indispensables para poder afrontar con énfasis su negocio. Es imprescindible ser inasequible al desaliento la capacidad para superar los obstáculos y no tirar la toalla a la mínima dificultad.

Los emprendedores contribuyen a la sociedad con sus múltiples ideas mientras adaptan sus servicios y son personas catalogadas innovadoras. Se debe tener presente que el espíritu emprendedor es un proceso orientado a la creación de nuevos productos y esto nos permitirá obtener una visión más amplia y seremos capaces de identificar un estilo de vida lucrativo. Al momento de desarrollar un proyecto se debe tener ideas claras, para poder arriesgarse realizando estudios de factibilidad.

4.1 Identificación de la Idea.

Es necesario recopilar todas las características propuesta para tener más clara la idea que desea aplicar y desarrollar a la vez aportar a la sociedad en cuanto al desarrollo socio económico de la ciudad, provincia y país. La siguiente investigación que desarrollarse tendrá como fin el constatar el nivel de innovación que tendrá el emprendimiento y si está enfocado en resolver o satisfacer las necesidades del sector en la que se establecerá el establecimiento, elaborando un producto único de calidad.

4.1.1 Lluvia de Ideas

En el siguiente cuadro tendremos las principales ideas que ayudo a establecer la propuesta para la determinación del emprendimiento y proceso creativo, utilizando diferentes tipos de estrategias.

Tabla 1-4 Lluvia de ideas

SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	PROBLEMA/NECESIDAD O SATISFACCIÓN.
Creación de un restaurante vegetariano en la ciudad de Riobamba.	Con productos orgánicos de la zona Costo sumamente elevado	Satisfacción para los clientes vegetarianos. Productos de primera calidad
Propuesta de factibilidad para la creación de una cafetería utilizando métodos vanguardistas en la ciudad de Riobamba.	Métodos vanguardistas y tradicionales en un plus alimentario. Precios accesibles Sabores y texturas de alimentos únicas para el paladar	Proceso de innovación y creatividad. Alimentación saludable en cuanto a características organolépticas. Presentación de alimentos distintos a lo tradicional. Productos de primera calidad
Creación de una pizzería utilizando productos de la zona en la ciudad de Riobamba.	Pizza en horno de leña Costos bajos	Satisfacción a los clientes Productos exquisitos de primera mano

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.1.2 Selección y Evaluación de la Idea

Tabla 2-4 Evaluación de la idea

Identificar ideas	Costo de producción	Barreras de entrada	Conocimiento	Clientes insatisfechos	Disponibilidad de la materia prima	Total
Creación de un restaurante vegetariano	4	3	4	3	4	18
Creación de una cafetería utilizando métodos vanguardistas	5	4	4	4	3	20
Creación de una pizzería utilizando productos de la zona	3	3	4	2	4	16

Fuente: Lluvia de ideas.

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Nulo	Bajo	Medio	Medio - Alto	Alto
1	2	3	4	5

Para los siguientes cálculos de selección y evolución de la idea se dieron los valores de 1 a 5, que sumados tienen que dar un total de 20, para evaluar o determinar qué idea es factible para la implementación y desarrollo del proyecto y se tomaron los siguientes parámetros.

4.1.3 Justificación.

Con la creación de la cafetería con métodos vanguardista emitiría un enfoque diferente en la ciudad de Riobamba, a diferencia de las cafeterías que se encuentran en la ciudad que abren sus puertas con la idea tradicional de servir alimentos y bebidas.

Con esta cafetería vanguardista se notaría la diferencia a la hora de servirse un alimento. La apertura de una cafetería que ofrece una variedad de productos se ha seleccionado esta idea ya que cumple con los parámetros fundamentales como: el nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento, requerimiento y la tendencia nacional, las cuales son parámetros esenciales para medir la factibilidad que tiene el tema en el mercado potencial.

4.1.3.1 Descripción de la Idea Seleccionada

Dentro de la selección de ideas se ha valorado cada una de ellas, permitiendo elegir a la mejor opción en este caso a la de mayor puntaje la creación de una cafetería con métodos vanguardistas en la ciudad de Riobamba es una idea nueva que tiene mucho potencial sabiéndola explotar de buena manera con este motivo se mejorara la práctica y presentación de los alimentos.

El emprendimiento es una propuesta innovadora, creativa que tendrá un servicio de calidad en un ambiente acogedor y agradable que le permitirá al cliente sentirse como en casa. Esta cafetería tendrá una gran variedad de presentaciones alimenticias, cumpliendo los más altos estándares de calidad, inocuidad y sabor.

4.1.4 Nombre del Emprendimiento.

Tabla 3-4 Ideas nombre del emprendimiento

Nombre	Originalidad	Creativo	Llamativo	Fácil de recordar	Total
“Modern Cafetería”	5	4	3	3	15
Cafetería “La Vanguardia”	5	5	4	5	19
“Cielo” Cafetería	5	4	4	3	16

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: (Padilla, 2017)

Nulo	Bajo	Medio	Medio - Alto	Alto
1	2	3	4	5

Para los siguientes cálculos para el nombre del proyecto se dieron los valores de 1 a 5, que sumados tienen que dar un total de 20, para evaluar o determinar qué idea es factible para dar una identidad al emprendimiento y se tomaron los siguientes parámetros.

Análisis.

Se optó por escoger el nombre de cafetería la vanguardia, tomando como eje la factibilidad del emprendimiento y por los métodos a utilizar, además de que el nombre es llamativo y fácil de recordar.

4.1.5 Descripción del Emprendimiento.

La empresa cafetería “La vanguardia” brindará un servicio y preparaciones de calidad dirigida a nuestra clientela distinto a las cafeterías tradicionales y ¿por qué distinto? Daremos un extra de diferencia a las preparaciones en las que jugaremos con el paladar de nuestro cliente, cada una de nuestras preparaciones va a tener un sentido y presentación distintas, en los cuales tendrán colores, texturas y sabores, teniendo una visión innovadora, claro partiendo de lo tradicional para que nuestros clientes tengan la oportunidad de irse apegando a nuestra propuesta culinaria, todos nuestros colaboradores van a tener noción acerca de todas nuestras preparaciones para quitar toda duda de nuestros comensales.

4.1.5.1 Misión

Cafetería “La Vanguardia”, es un emprendimiento destinado para la sociedad en general ofreciendo altos estándares de calidad y servicio, con personal calificado, cumpliendo con todas las normas de manufactura, para satisfacer las necesidades de cada cliente.

4.1.5.2 Visión

Cafetería “La Vanguardia” busca ser una empresa pionera en el mercado local en 5 años, con preparaciones innovadores, creativos y de alta calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores, utilizando equipos adecuados y de punta para la elaboración de cada uno de nuestros productos.

4.1.5.3 Políticas y estrategias.

Tabla 4-4 Identificación de políticas y estrategias

POLITICAS	ESTRATEGIAS
Buenas prácticas de inocuidad	<ul style="list-style-type: none">• Tener conocimiento para el manejo adecuado de la materia prima.• Mantener normas de manipulación de alimentos en BPM y HACCP.• Materia prima de primera calidad.
Trabajo corporativo	<ul style="list-style-type: none">• Contratar personal calificado para atención al cliente.• Impulsar el trabajo en equipo.• Capacitar al personal cada 4 meses en higiene y manipulación de alimentos.
Comercialización y marketing	<ul style="list-style-type: none">• Ofrecer promociones del 2x1 un día a la semana.• Dar a conocer los productos de la cafetería por medio de redes sociales.• Realizar degustaciones con potenciales clientes.

Fuente: Investigación propia
Realizado por: (Padilla, 2017)

4.1.5.4 Valores y Principios

- A. **Axiológicos:** Solidaridad, respeto, buena actitud, honestidad, higiene, confianza, nobleza.
- B. **Trabajo:** Responsabilidad, creatividad, trabajo en equipo, esfuerzo, respeto, tolerancia y puntualidad.

4.1.5.5 Distingos y Ventajas Competitivas

- A. Distingos competitivos.

Cafetería “La Vanguardia” brindara a su clientela precios accesibles no fuera de lo normal, con buena calidad, en servicio y alimentación para el agrado de nuestra distinguida clientela.

- B. Ventajas competitivas.

Cafetería “La Vanguardia” ofertará diferentes promociones y descuentos en fechas especiales, contará con personal calificado para atención al cliente, también se establecerá un buzón de sugerencias para tener auto críticas acerca de nuestro servicio, teniendo así en cuenta los comentarios de nuestra clientela para mejorar continuamente nuestros servicios cada día.

4.1.6 FODA

Tabla 5-4 Foda

ANÁLISIS INTERNO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Creatividad en cada presentación.• Trabajo en equipo.• Personal capacitado.• Aseo continuo del local.	<ul style="list-style-type: none">• Maquinaria incompleta.• Insuficiente publicidad.• No disponer de tiempo completo.• Falta de área de parqueo.
ANÁLISIS EXTERNO	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Incremento de la demanda.• Presencia de proveedores en el mercado.• Competitividad en el mercado.	<ul style="list-style-type: none">• Precios inestables en el mercado.• Innovación por parte de la competencia.• Inseguridad del sector.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.2 Estudio de Mercado

Se realizó el estudio de mercado mediante encuestas en el cual estableció la cantidad considerada de estudio de la población, que tuvo un grado alto de aceptabilidad en cuanto al proyecto, debido a que en el mercado existen fuerzas de la oferta y demanda las cuales determinan el precio final del producto ante estos aspectos los mecanismos de comercialización formarían beneficios financieros y satisfacción para el establecimiento y consumo final y se tomara en cuenta el mix de mercado que ayudara a percibir la rentabilidad del proyecto.

Tabla 6-4 Identificación de la población de estudio

POBLACION		48732	
PO(1+I)			
PO=		48732	%
I=		1,63	0,0163

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.2.1 Demanda.

Para la demanda el punto clave para comprar o comercializar un servicio o producto en el cual se trata de implementar un nuevo negocio y poder llegar al consumidor y complacer las necesidades de la población, se elaboró encuestas que se las ejecuto a 96 personas en los cuales se dividieron entre los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo y ciudadanos de la parroquia Velazco del cantón Riobamba. De acuerdo con los resultados obtenidos a través de las encuestas, obtuvimos como resultado lo siguiente: el 92% de la población manifestó que estarían dispuestos a consumir en una cafetería que tenga este tipo de métodos vanguardistas.

Tabla 7-4 Crecimiento poblacional

AÑOS	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2017	48732	54572
2018	48732	55461
2019	48732	56365
2020	48732	57284
2021	48732	58218

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

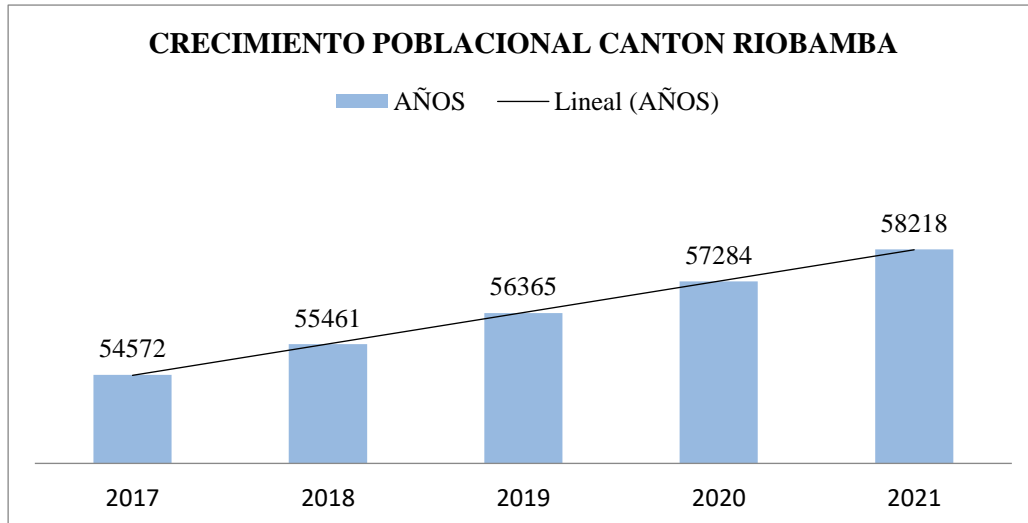


Gráfico 1-4 Crecimiento poblacional

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

En las tablas y gráficos se puede observar que la población de este sector tiende a crecer con el pasar de los años, y esto favorece al establecimiento para su implementación.

Tabla 8-4 Demanda proyectada

AÑOS	POBLACIÓN	CONSUMO	POBLACIÓN OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL	DEMANDA PROYECTADA
2017	54572	94%	51297	\$ 15,17	\$ 9.336.864
2018	55461	94%	52134	\$ 15,17	\$ 9.489.055
2019	56365	94%	52983	\$ 15,17	\$ 9.643.727
2020	57284	94%	53847	\$ 15,17	\$ 9.800.919
2021	58218	94%	54725	\$ 15,17	\$ 9.960.674

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

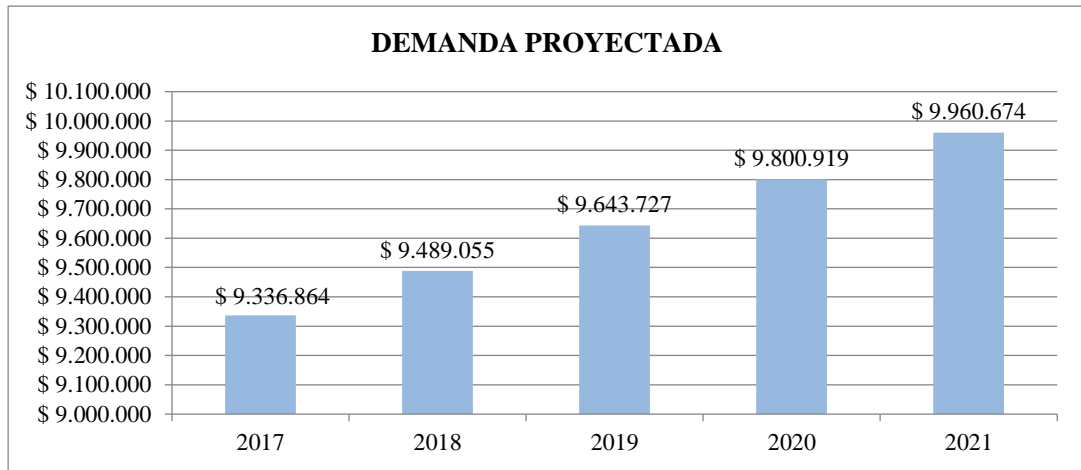


Grafico 2-4 Demanda Proyectada

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: (Padilla, 2017)

Análisis:

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la información de las encuestas realizadas en donde indica el mayor porcentaje de gastos mensuales por el servicio en cafeterías que es de \$15,17 dólares, valor base para el cálculo de la Demanda.

4.2.2 Oferta.

En la oferta se propondrá una propuesta que dará a conocer a la población encuestada con el objeto de establecer una conexión en cuanto a los productos y servicios que se ofrecerán, en nuestra cafetería con el fin de satisfacer por completo las necesidades de nuestra clientela.

Tabla 9-4 Oferta proyectada

AÑO	POBLACION OBJETIVO	CONSUMO	OFERTA LOCAL	OFERTA PROYECTADA
2017	51297	\$ 9.336.864	89%	\$ 8.309.809
2018	52134	\$ 9.489.055	89%	\$ 8.445.259
2019	52983	\$ 9.643.727	89%	\$ 8.582.917
2020	53847	\$ 9.800.919	89%	\$ 8.722.818
2021	54725	\$ 9.960.674	89%	\$ 8.865.000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

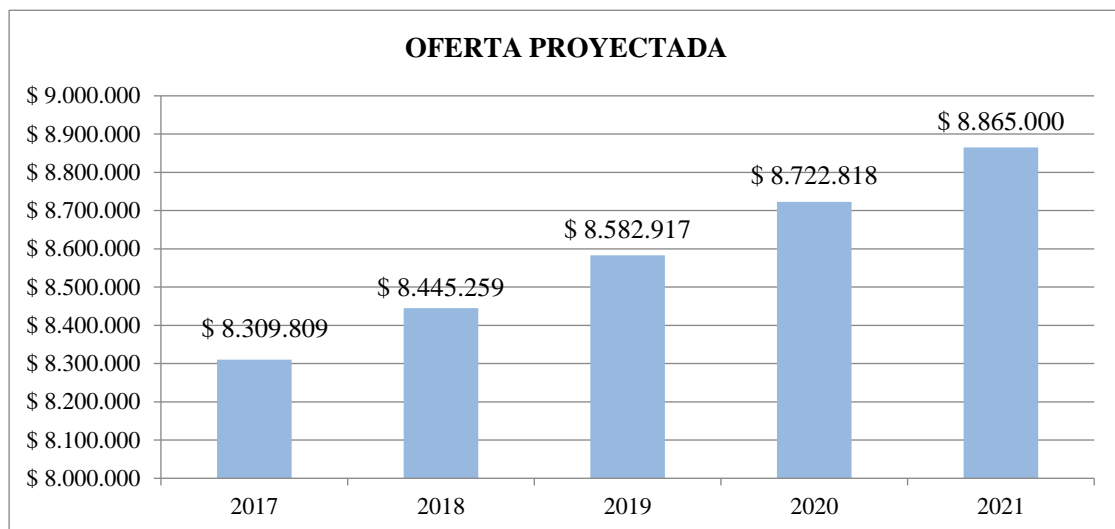


Grafico 3-4 Oferta Proyectada.

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: (Padilla, 2017)

Análisis:

En la proyección de la oferta podemos ver que el 89% de la población no sabe sobre la definición de métodos vanguardistas, es en donde nosotros como empresa tenemos que sacar provecho de esto al presentar un emprendimiento innovador que dará la explicación adecuada a nuestros clientes sobre el tema, a diferencia de las cafeterías ya establecidas en la ciudad de Riobamba, lo cual indica que la implementación de una cafetería con estos métodos da un plus adecuado para la ciudad y sobre todo el sector a explotar, rompiendo así el desconocimiento de este tipo de métodos a utilizar.

4.2.3 Demanda Insatisfecha.

Existe una gran cantidad de demanda insatisfecha por parte de la población del cantón Riobamba al no conocer de nuevos lugares con tendencia vanguardista, que implicaría dar una nueva imagen a la ciudad el 89% de los encuestados no tenía conocimiento acerca del concepto vanguardia y mucho menos una noción de una cafetería que tenga métodos vanguardistas.

Tabla 10-4 Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$ 9.336.864	\$ 8.309.809	\$ 1.027.055
2018	\$ 9.489.055	\$ 8.445.259	\$ 1.043.796
2019	\$ 9.643.727	\$ 8.582.917	\$ 1.060.810
2020	\$ 9.800.919	\$ 8.722.818	\$ 1.078.101
2021	\$ 9.960.674	\$ 8.865.000	\$ 1.095.674

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: (Padilla, 2017)

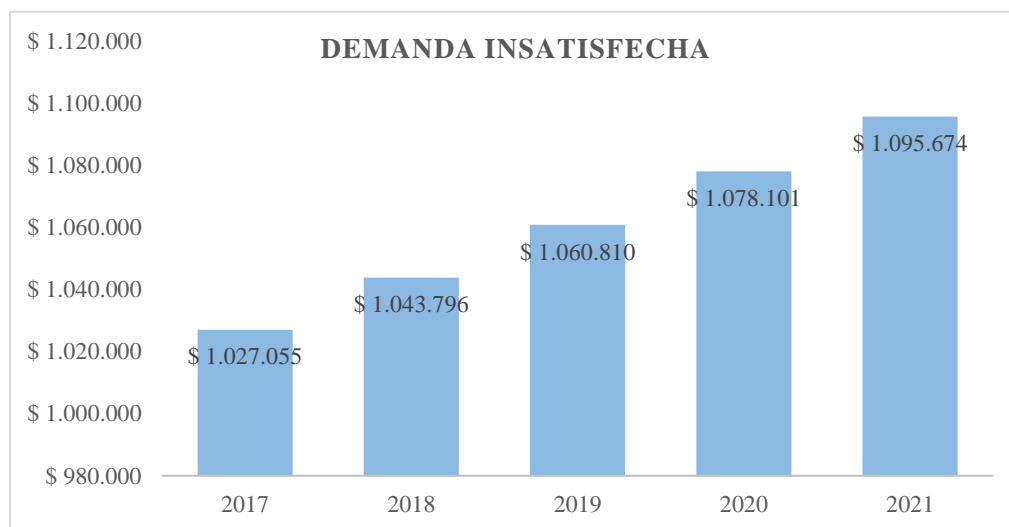


Grafico 4-4 Demanda insatisfecha

Fuente: Estudio de mercado
Realizado por: (Padilla, 2017)

Análisis

En la tabla y grafico de la demanda insatisfecha nos indica que es mayor la oferta por eso existe demanda insatisfecha, el indicador muestra que el proyecto es viable y se puede continuar con los siguientes estudios para realizar el emprendimiento.

4.2.4 Mix de Mercado

4.2.4.1 Producto

Los productos dentro de la cafetería “La vanguardia” van a estar elaborados con materia prima de primera calidad, empacadas y manipuladas acorde a los registros de sanidad, también a las BPM y HACCP con un plus de empaquetados al vacío. Se considerará que la mayor demanda en cuanto a la cafetería va ser los días martes a sábado de acuerdo con el movimiento presente entre esos días. La cafetería abrirá sus puertas de 13h00 a 23h00.

SLOGAN.

“El placer de encontrar la diferencia”

Análisis

Este slogan se eligió porque encontraras un ambiente acogedor en el establecimiento aparte de calidez y a la hora de recibir su pedido encontrará una diferencia visual que se emitirá en cada elaboración entregada.

LOGO DE LA EMPRESA.



Figura 1-4 Logo de la empresa
Realizado por: (Padilla, 2017)

4.2.4.2 Colores de la empresa.

Cafe: color propio de una cafetería es un calor que da un tono de calidez, y sirve para estimular el apetito de los clientes, nos brinda este color una gran, estabilidad, energía, seguridad. Transmite en la cocina inocuidad, confianza y desarrollo.

Marrón: Aporta bienestar, un color igual al de la madera. Es útil debido a su calidez y neutralidad.

Azabache: El color azabache nos brinda tranquilidad, elegancia y distinción. Es poderoso y conjuga autoridad, elegancia y tradición.

4.2.4.3 Identidad corporativa.



Figura 2-4 Tarjeta de presentación

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.2.4.4 Precio.

El precio se obtendrá para cada elaboración que se realizara en la cafería determinándola en la etapa económica financiera realizando recetas estándar, y además que se tomara en cuenta diferentes aspectos dependiendo de la competencia los costos de producción que se darán en esta investigación.

4.2.4.5 Plaza.

Para el presente emprendimiento se ha determinado que la plaza más conveniente debe estar ajustada a las necesidades del cliente en cuanto a su ubicación y en donde va a estar establecida la cafetería, ya que de eso dependerá el desarrollo de la empresa, en el cual no tendrá que tener competencias potenciales y se establecerá en un lugar determinado-estratégico para su aceptación, su difusión y adaptación al mercado local.

4.2.4.6 Promoción.

Dentro de la promoción se dará a conocer a la cafetería por medios de comunicación como radio, periódico, también contaremos con un blog de información que se mantendrá en contacto con redes sociales para mantenernos en un posicionamiento adecuado en el mercado que pretendemos enfocarnos sobre todo en las promociones a continuación descritas.

- Descuento del 10% por consumo, destinado al precio de cada preparación y bebida caliente.
- Martes loco, en donde una preparación de la carta va a ir por 2 ósea compra una te regalamos otra preparación igual, todo esto exento bebidas alcohólicas.
- Realizar promociones mediante redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter), entre más, compartir imagines con la captura de pantalla del cliente se le dará un descuento especial en el consumo de nuestro servicio.

4.2.5 Análisis del Sector.

Cafetería La Vanguardia estará ubicada al este de la ciudad de Riobamba. La implementación está acorde con el lugar puesto que no existen otro tipo de negocios parecidos de una cafetería y como es la primera cafetería en ofrecer estos productos innovadores tendremos un crecimiento en el mercado local.

4.2.5.1 Competencia.

De acuerdo con la investigación realizada, existen en los alrededores establecimientos que expenden productos de alimentos y bebidas tradicionales ya existentes en el mercado.

Se pudo constatar que los otros negocios que competirán con nuestro establecimiento tienen un nivel medio alto de demanda pues son establecimientos en los cuales expanden productos de panadería y pastelería y platos no fuera de lo normal, no cubriendo así las necesidades de los clientes.

Tabla 11-4 Tabla de competencias en el sector

NOMBRE ESTABLECIMIENTO	DEL	DIRECCION
Restaurant Kino´s		Av. Antonio José de sucre y francisco rosales
Panadería y pastelería Reina del Cisne		Av. Antonio José de sucre y francisco rosales
Heladería y crepería AMERICANOS		Av. Antonio José de sucre y francisco rosales
Cafetería “La Vanguardia”		Av. Antonio José de sucre y francisco rosales

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Padilla 2017)

Análisis

Este negocio estará ubicado en un lugar estratégico en la ciudad de Riobamba en la Av. Antonio José de sucre y francisco rosales. Se eligió este sector por ser una zona de mucha afluencia estudiantil por parte del colegio y universidad además de los ciudadanos de dicho sector, manteniéndose cerca para la venta de nuestros productos.

4.2.6 Cargos y Funciones del Área Comercial

Las principales funciones del cajero/mesero será tomar los pedidos a los comensales que se acerquen a la cafetería, si se da el caso que el comensal desee consumir en el establecimiento será la función del empleado atender la mesa y asistir sus requerimientos, una vez terminado el día tendrá la responsabilidad de realizar el cierre de caja diario cuadrando las ventas y realizando la entrega del dinero al administrador siempre firmando una constancia de la misma.

Tabla 12-4 Ficha profesiográfica

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	N.º	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	Meser@/Cajer@	1	0	13:00 a 21:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Comercial	Gerente general	21 de septiembre del 2017		\$ 415,53	
<p>RESUMEN DEL CARGO</p> <p>Sera el encargado de toda el área y titular del puesto de servicio del establecimiento atención al cliente y la persona encarga de cobrar los pedidos.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Realizar todos los días apertura y cierre de caja.</p> <p>Facturación de pedidos</p> <p>Servicio al cliente</p> <p>Bienvenida</p> <p>Utilizará correctamente su uniforme.</p> <p>PERFIL</p> <p>Experiencia en buen trato a los clientes</p> <p>Experiencia mínima 6 meses</p> <p>Bachiller en contabilidad, administraciones o afines.</p> <p>Sexo indistinto</p> <p>Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.2.7 Determinación de Inversiones y Gastos del Área Comercial

Tabla 13-4 Muebles y enseres del área comercial

MUEBLES / ENSERES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LETRERO CON NOMBRE DEL LOCAL	1	250,00	250,00
BARRA	1	200,00	200,00
MESAS	10	25,00	250,00
MANTELES	10	10,00	100,00
SILLAS PARA LA BARRA	5	20,00	100,00
SILLAS	40	15,00	600,00
ESCRITORIO	1	90,00	90,00
FLOREROS	10	10,00	100,00
CUADROS	5	25,00	125,00
MAQUINA REGISTRADORA	1	300,00	300,00
TOTAL		945,00	2.115,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.2.8 Gastos del Área Comercial.

Tabla 14-4 Costo del área comercial.

PUBLICIDAD				
TIPO	CANTIDAD MENSUAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
REDES SOCIALES	1	FACEBOOK	0	0
PERIODICO	1	LA PRENSA	30	360
VOLANTES	100		40	480
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	100		40	480
RADIO	1	RADIO FUEGO	100	400
TOTAL			210	1720

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3 Estudio Técnico

Es estudio técnico tiene como objetivo tener presente la relación del funcionamiento y operatividad del emprendimiento en el cual se aplican técnicas para la elaboración de productos que se va a ofrecer y la relación con el servicio que se dará en el establecimiento. Para esto se determinará el tamaño de la empresa, muebles y enseres, diseño, instalaciones y organización, para poder elaborar la producción.

4.3.1 Determinación del Tamaño

Para realzar la determinación del tamaño de la empresa se utilizó la siguiente formula.

Tabla 15-4 Determinación del tamaño de la planta

CI=CR+CO	
CR= CAPACIDAD REAL	30
CO= CAPACIDAD OCIOSA	10
CI=CAPACIDAD INSTALADA	40
40=30+10	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

Sabemos que la capacidad de la cafetería es de 40 pax diarios y aplicando la fórmula de la capacidad instalada tenemos como resultado a producir una capacidad real aproximada de 30 pax y una capacidad ociosa de 10 pax diarios. Esto se debe a la capacidad que tiene el establecimiento para elaborar la producción.

4.3.2 Capacidad del Emprendimiento.

Tabla 16-4 Capacidad de la planta.

NOMBRE DE LA RECETA		CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
ENSALADA FRESCA		5	30	120	1440
ENSALADA CAPRES		3	18	72	864
CEVICHE DE PALMITO		2	12	48	576
SANDUCHE LA VANGUARDIA		6	36	144	1728
SANDUCHE DE POLLO		4	24	96	1152
SANDUCHE DE ROAST PORK		3	18	72	864
CREPE VEGETARIANO		2	12	48	576
CREPE BOLOGNESE		2	12	48	576
JUGO DE NARANJA		6	36	144	1728
JUGO DE BABACO		4	24	96	1152
JUGO DE MORA		3	18	72	864
BATIDO DE FRESA		3	18	72	864
BATIDO DE TOMATE DE ARBOL		3	18	72	864
CHOCOLATE LA VANGUARDIA		7	42	168	2016
CAPUCCINO LA VANGUARDIA		5	30	120	1440
CAFÉ AMERICANO		6	36	144	1728
MOKA AMORE		3	18	72	864
LATTE ERUPCION		3	18	72	864
TARTA DE LIMON		5	30	120	1440
MACARON		3	18	72	864
CHEESCAKE		2	12	48	576
TOTAL		80	480	1920	23040

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

El cuadro nos indica la cantidad de productos que se ofrecerán a diario. El establecimiento tiene una dimensión de 19 metro de largo y 5 metros de ancho, cuenta con 3 áreas, las cuales son la primera el

área de producción, el área de bodega y el área de servicio o comercial que tiene una dimensión de 10 de largo por 5 metros de ancho con una capacidad para 30 personas y 10 en capacidad ociosa.

4.3.3 Localización

La presente investigación se llevará a cabo en la ciudad de Riobamba en el sector de la ciudadela 21 de abril a 2 calles del paseo shopping y a 3 de la Universidad nacional de Chimborazo, vía a guano.

MACRO LOCALIZACIÓN

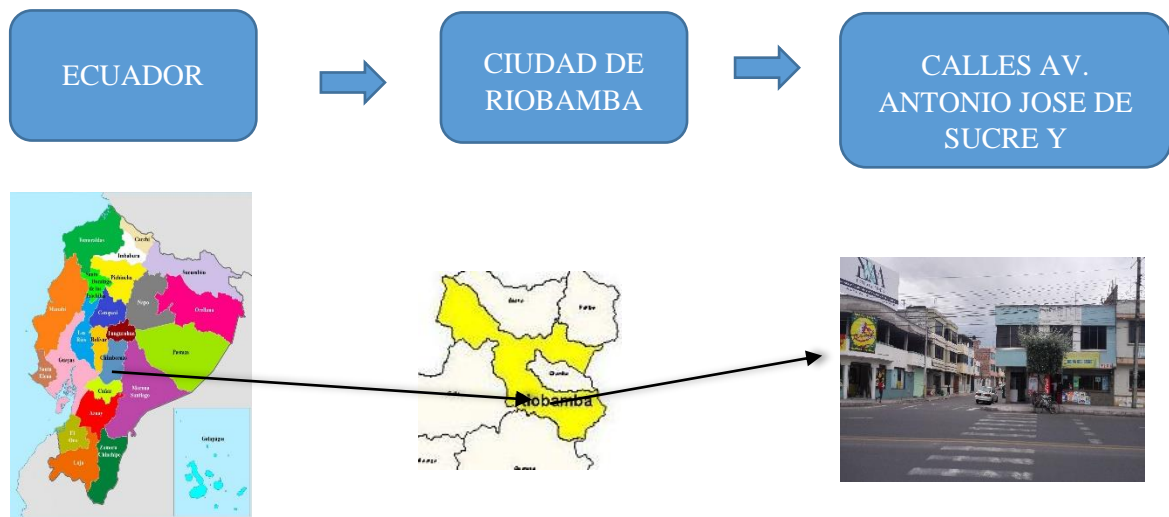


Figura 3-4 Macro localización

Fuente: Propia

Elaborado por: José Padilla

MICRO LOCALIZACIÓN.



Figura 4-4 Micro Localización

Fuente: Propia

Elaborado por: José Padilla

4.3.4 Proceso de Producción

LA VANGUARDIA

“EL PLACER DE ENCONTRAR LA DIFERENCIA”

1. Compra de materia prima y póstuma selección.
2. Recepción – inspección de alimentos.
3. Lavado, almacenamiento y distribución de cada género alimenticio.
4. Mise in place (puesta a punto de los géneros alimenticios)
5. Producción y elaboración de los alimentos.
6. Decoración y montaje póstumo.
7. Servicio – empaquetado -almacenaje.

4.3.4.1 Diagrama de Flujo


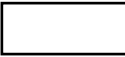

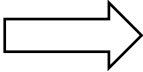
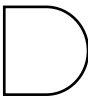
FLUJOGRAMA	
	OPERACIÓN
	INSPECCIÓN
	ALMACENAJE
	TRANSPORTE
	DEMORA

Figura 5-4 Diagrama de flujo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

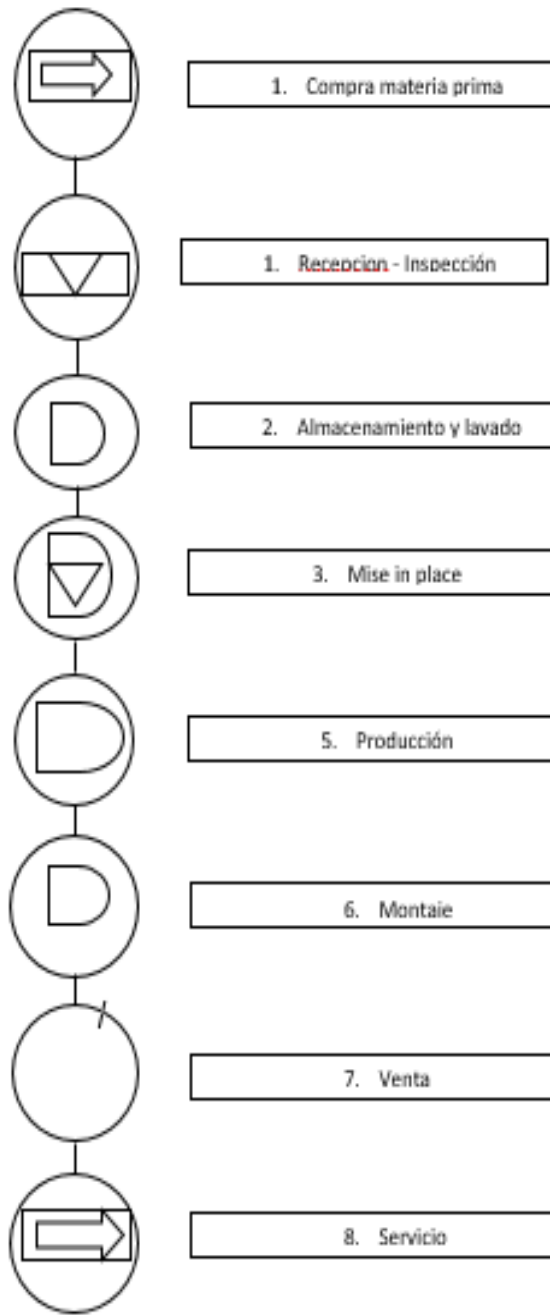


Figura 6-4 Flujograma de producción

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.4.2 Recetas Estándar.

Se realizó el siguiente formato para las recetas estándar (ver anexo B)

Tabla 17-4 Formato receta estándar.

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	ENSALADA FRESCA			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Lechuga	200	200	gr	1	c/lb	0,44
Choclito	425	425	gr	1,4	c/lb	1,31
Pimientos	50	50	gr	0,15	c/lb	0,02
Cebolla perla	50	50	gr	0,25	c/lb	0,03
Pepas de zambo	10	10	gr	1	c/lb	0,02
Flor comestible (Geranio)	30	30	gr	3	c/lb	0,20
MARINADO DE TRUCHA EN SIFON						
Pulpa Maracuyá	150	150	ml	1,25	c/lt	0,19
Limón	75	75	ml	0,69	c/lt	0,05
Trucha	150	150	gr	4,38	c/lb	1,45
ESPUMA DE AGUACATE						
Aguacate	100	100	gr	1	c/lb	0,22
Crema de leche	100	100	ml	0,8	c/lt	0,08
Gelatina s / s	15	15	gr	1,05	c/lb	0,03
Limón	5	5	gr	0,25	c/lb	0,00
Sal	5	5	gr	0,8	c/lb	0,01
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	
C.I.F 30% (PV)	0,39		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	4,05
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,81		FC=1+D		TOTAL	4,25
$U1=PV-\Sigma CP$	0,48		D=10%		C. PAX	0,43
$U2=P.V.S-PV$	2,32		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U\ neta= U1+U2$	2,80				P.V	1,29
					P.V.S	3,61

Fuente: (Proaño, 2014)

Realizado por: (Padilla, 2017)

4.3.5 Requerimientos de Talento Humano

AREA DE PRODUCCION.

Tabla 18-4 Ficha profesiográfica.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	N.º	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	GERENTE GENERAL CHEF DE COCINA	1	3	13:00 a 23:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración	Salario Neto		
Producción		21 de septiembre 2017	\$ 801,90		
<p>RESUMEN DEL CARGO</p> <p>Será titular del puesto deberá poner en práctica todos sus conocimientos en el área, tendrá a cargo un ayudante de cocina, un posillero y un mesero cajero, también se encargará de la producción principal del establecimiento.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Dirigir y proveer de materia prima al establecimiento.</p> <p>Operar cualquier sistema contable – financiero</p> <p>Verificar documentos.</p> <p>Elaborar todos los productos de la carta establecida.</p> <p>Administrar al personal a cargo.</p> <p>PERFIL</p> <p>Ser Licenciado. En gestión gastronómica.</p> <p>Experiencia mínima 1.</p> <p>Licencia de conducir</p> <p>Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Tabla 19-4 Ficha profesiográfica.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	N.º	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	AYUDANTE DE COCINA	1	0	13:00 a 21:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Producción		21 de septiembre del 2017		\$ 422,82	
<p>RESUMEN DEL CARGO</p> <p>Será el segundo en cocina y ayudante principal del chef deberá llevar completamente el uniforme de trabajo, se encargará de la producción secundaria del establecimiento.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Elaboración de la producción</p> <p>Lavado y desinfección de la materia prima</p> <p>Mantener limpio el área de trabajo</p> <p>Cocción de productos</p> <p>Revisión de cada plato y producto terminado</p> <p>PERFIL</p> <p>Ser Gastrónomo, que tenga varios certificados o cursos de cocina.</p> <p>Experiencia mínima 6 meses en cargos similares</p> <p>Condiciones físicas y metales en pleno estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Tabla 20-4 Ficha profesiográfica.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	N.º	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	POSILLERO	1	0	14:00 a 22:00	LUNES a SABADO
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Producción		21 de septiembre de 2017		\$ 328,05	
<p>RESUMEN DEL CARGO Sera el encargado de toda el área de limpieza de vajillas ollas y el establecimiento en sí.</p> <p>FUNCIONES Lavar todo el menaje Lavar toda la cubertería Lavar los trapeadores Arreglar el salón Limpiar y trapear el establecimiento</p> <p>PERFIL Tener varias recomendaciones del puesto a cargo Edad mínima hasta los 60 años Ser proactivo Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.6 Diseño de la Planta

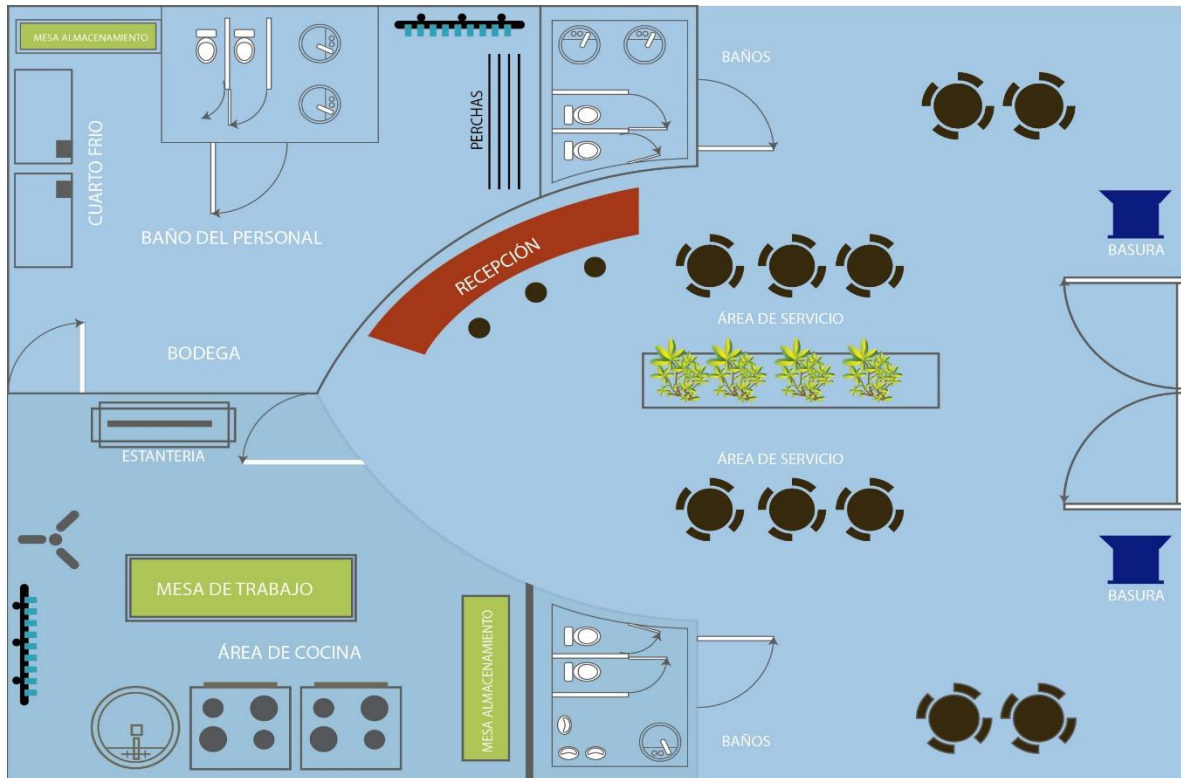


Figura 7-4 Diseño de la planta.
Realizado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

Cafetería la vanguardia estará distribuida por 3 áreas: las cuales están especificadas en el diseño de la planta, en la primera encontraremos el área bodega en donde se encontrara los cuartos fríos y las estanterías en donde se colocara la materia prima, adicional contara con un baño del personal, en la segunda área se encuentra la cocina en donde se realizara el mise in place y la póstuma transformación de la materia prima para elaborar el producto final, en la siguiente y última área se encontrara la zona de servicio en donde nuestros clientes serán recibidos, y se encargara de tomar comandas y la distribución del producto terminado.

4.3.7 Estructura de Costos de Producción.

4.3.7.1 Consumo de servicios básicos.

Tabla 21-4 Costo de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
SERVICIOS BÁSICOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
AGUA	BASICO (1,13 c/m3)	EMAPAR	32	384
LUZ	BASICO	EERSA	45	540
INTERNET	ILIMITADO	CNT	28	336
TELEFONO	BASICO	CNT	15	180
TOTAL			120	1440

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.7.2 Combustible.

Tabla 22-4 Costo combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
GAS DOMESTICO	3	DISTRIBUDOR Agip gas	36	432
TOTAL			36	432

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.7.3 Mantenimiento.

Tabla 23-4 Costo mantenimiento

MANTENIMIENTO				
EQUIPOS / INSTALACIONES	TIEMPO/ CANTIDAD	ENCARGADO	COSTO \$ SEMESTRAL	COSTO \$ ANUAL
HORNO CONVECCIÓN	C/6 MESES	ANDINO	40	80
LICUADORA	C/12MESES	BUEN HOGAR	10	20
ENFRIADOR	C/6 MESES	BUEN HOGAR	30	60
REFRIGERADOR	C/6 MESES	BUEN HOGAR	30	60
COCINAS INDUSTRIAL	C/12MESES	ANDINO	20	40
COCINA AL VACIO	C/6 MESES	NOON PRO	50	100
CAFETERA	C/6MESES	OSTER	40	80
EMPACADORA AL VACIO	C/6 MESES	FOODSAVER	40	80
MESONES DE TRABAJO	C/12 MESES	ANDINO	10	10
MESON DE DOS POZOS	C/12 MESES	ANDINO	10	10
TV LED	C/12 MESES	JORGE OÑA	15	15
VENTILADOR DE PARED	C/12 MESES	VINICIO BURGOS	15	15
TOTAL			310	570

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.7.4 Depreciación.

Tabla 24-4 Calculo depreciación

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR TOTAL	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP.ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	7266,00	10	726,60	653,94
VEHICULO	6500,00	5	3575,00	585,00
EQUIPOS DE COMPUTO	676,00	3	223,08	150,97
MUEBLES Y ENSERES	2927,00	10	292,70	263,43
2.927,00				1.653,34

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.7.5 Materia Prima

Tabla 25-4 Costos de producción

NOMBRE DE LA RECETA	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO \$	COSTO MENSUAL\$	COSTO ANUAL \$
ENSALADA FRESCA	5	30	120	1440	0,43	51,01	612,11
ENSALADA CAPRES	3	18	72	864	0,22	15,66	187,88
CEVICHE DE PALMITO	2	12	48	576	0,32	15,20	182,45
SANDUCHE LA VANGUARDIA	6	36	144	1728	0,67	96,09	1153,09
SANDUCHE DE POLLO	4	24	96	1152	0,52	50,39	604,74
SANDUCHE DE ROAST PORK	3	18	72	864	0,63	45,23	542,81
CREPE VEGETARIANO	2	12	48	576	0,28	13,33	159,92
CREPE BOLOGNESE	2	12	48	576	0,37	17,92	215,04
JUGO DE NARANJA	6	36	144	1728	0,18	25,70	308,45
JUGO DE BABACO	4	24	96	1152	0,17	16,10	193,16
JUGO DE MORA	3	18	72	864	0,20	14,37	172,49
BATIDO DE FRESA	3	18	72	864	0,24	17,51	210,18
BATIDO DE TOMATE DE ARBOL	3	18	72	864	0,24	17,30	207,63
CHOCOLATE LA VANGUARDIA	7	42	168	2016	0,24	39,89	478,66
CAPUCCINO LA VANGUARDIA	5	30	120	1440	0,30	36,15	433,82
CAFÉ AMERICANO	6	36	144	1728	0,20	28,83	345,97
MOKA AMORE	3	18	72	864	0,35	25,04	300,48
LATTE ERUPCION	3	18	72	864	0,36	25,61	307,27
TARTA DE LIMON	5	30	120	1440	0,22	26,87	322,44
MACARON	3	18	72	864	0,20	14,36	172,29
CHEESECAKE	2	12	48	576	0,31	14,92	179,06
TOTAL	80	480	1920	23040	6,6	607,5	7289,9

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.7.6 Mano de Obra Directa

Tabla 26-4 Sueldo Administrativo

			BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CHEF /GERENTE GENERAL	550,00	6.600,00	801,90
TOTALES:	550,00	6.600,00	801,90

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Tabla 27-4 Sueldo producción

			BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
AYUDANTE DE COCINA	290,00	3.480,00	422,82
POSILLERO	225,00	2.700,00	328,05
TOTALES:	515,00	6.180,00	750,87

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Tabla 28-4 Sueldo de ventas

			BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CAJERO / MESERO	285,00	3.420,00	415,53
TOTALES:	285,00	3.420,00	415,53

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.7.7 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 29-4 CIF

GASTOS DE SERVICIOS	GASTOS MENSUALES	GASTOS DIARIOS DE SERVICIOS DE LOCAL
Servicios básicos	120	4,29
Mantenimiento	51,67	1,85
Combustibles y lubricantes	36	1,29
Arriendo	350	12,50
TOTAL	557,67	19,93

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.8 Determinación de Activos Fijos para Producción

Tabla 30-4 Determinación de activos fijos.

ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	6.427,00	7.858,00
VEHICULO	6.500,00	6.500,00
MUEBLES Y ENSERES	945,00	2.115,00
EQUIPOS DE COMPUTO	676,00	676,00
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		17.149,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.3.9 Programa Pre Operativo.

Tabla 31-4 Programa pre operativo

PROGRAMA PREOPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN					
PROCESO / ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	MATERIA PRIMA	COSTO POR TIEMPO \$	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF/GERENTE GENERAL	0:30:00	7	1,76	8,76
MUESTRAS	CHEF/GERENTE GENERAL	1:30:00	4	2,64	6,64
DEGUSTACIONES	AYUDANTE DE COCINA	1:00:00	4	3,34	7,34
CONTROL CALIDAD	MESERO/CAJERO	1:00:00	0	3,34	3,34
TOTAL			15,00	11,09	26,09

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

La cafetería contara con un Chef / gerente general, será el encargado de planificar y realizar menús, organizar su equipo de trabajo, tener contacto directo con los proveedores , contara también con el área de producción, en el área de producción contara con un ayudante de cocina que tendrán la responsabilidad de elaborar adecuadamente todos las preparaciones asignadas en la carta, también contarán con un posillero que se encargara con la limpieza de la cocina, en el área de ventas se contara con un cajero/mesero que llevara el control de las ventas y cierre de caja adicional de atención al cliente y toma de comandas. Con lo mencionado el emprendimiento tiene tres áreas, administrativa, producción y ventas, siendo esto importante para la realización del organigrama estructural.

4.4.1 Área administrativa.

Tabla 32-4 Área administrativa

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
CHEF / GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estados financieros para fines contables en pro de la empresa. • Operar sistemas contables que se estén manejando dentro de la empresa. • Verificar y solucionar problemas contables • Administrar al personal adecuadamente • Elaborar todos los productos de la carta establecidos en el menú. • Administrar personal a cargo • Verificar los pedidos de fechas próximas. 	<p>Sera titular del puesto este mismo debería llevar adecuada y correctamente los registros de cuentas y disposiciones financieras, toda la información que registre será respaldada y corroborada con fichas diarias de ingresos y egresos de dinero.</p> <p>Sera el titular del puesto, deberá poner en práctica todos sus conocimientos en el área de producción, será responsable de la decoración y salida optima del producto terminado. Estará a cargo del ayudante de cocina y del posillero.</p>

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.4.2 Área de producción.

Tabla 33-4 Área de producción

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
AYUDANTE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none">• Realizar el mise in place en el área de producción.• Estar a disposición del chef.• Cocción de todos los productos.	Sera el segundo al mando de la cocina y el segundo responsable en la producción de los productos de la carta, será el encargado de realizar el mise in place y revisar la salida optima de los platillos.
POSILLERO	<ul style="list-style-type: none">• Limpiar adecuadamente la vajilla.• Limpiar todo el sector de cocina y bodegas.	Sera responsable de la limpieza absoluta de la cocina y bodegas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.4.3 Área de ventas.

Tabla 34-4 Área de ventas

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
CAJERO/MESERO	<ul style="list-style-type: none">• Recibir la cantidad asignada de fondo de cambio.• Firmar el recibo de entrega de dinero.• Realizar diariamente apertura y cierre de caja.• Toma de comandas a los clientes.	Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos de la empresa entregando balance y arqueos de caja diaria.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.4.1 Organización.

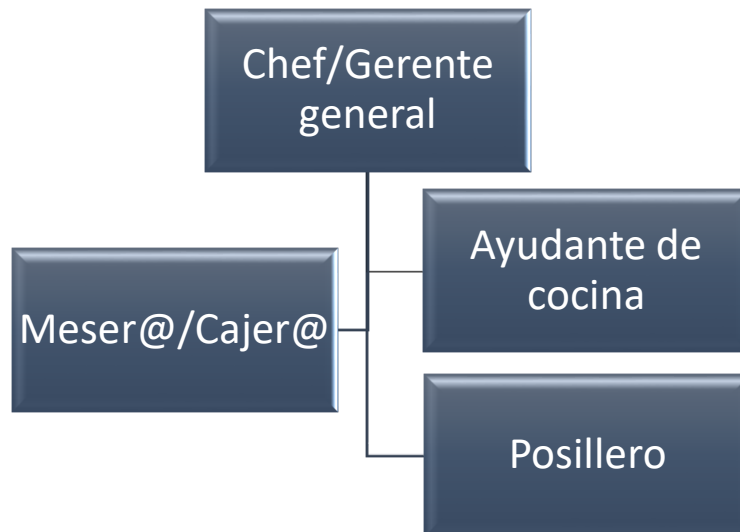
4.4.1.1 Organigrama Estructural



Leyenda
Nivel de dirección
└─ Nivel operativo
Realizado por: José Padilla

4.4.1.2 Organigrama Funcional

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



4.4.1.3 Proceso de selección y contratación de talento humano.

RECLUTAMIENTO.

En este paso se buscará el reclutamiento de postulantes que cumplan todos los requisitos y características preestablecidos en el punto anterior, se realizará a través de anuncios por internet y por medio de publicidad en periódico.

SELECCIÓN.

Una vez que se tenga a los postulantes se realizará una serie de evaluaciones los cuales nos permitirá verificar el desempeño, las actitudes y desenvolvimiento en cada área, y tiene que cumplir lo preestablecido de ahí en adelante pasara a una entrevista con el administrador quien revisara su hoja de vida y si está acorde a lo establecido pasara a la póstuma contratación del postulante que tiene que cumplir con estos requisitos:

- Cédula de ciudadanía.
- Papeleta de votación.
- Certificado de manipulación de alimentos.
- Tener registro de salud que no tenga ninguna enfermedad venérea.

CONTRATACION.

Terminada la selección del personal se procederá a realizar la contratación del postulante, con un contrato de trabajo en el proceso se ejecutará bajo el código de trabajo ecuatoriano donde se conoce los compromisos del empleador y empleado y se precede a firmar y archivar el documento, a base de la ley del artesano.

4.4.1.4 Manual de Funciones

En el manual de funciones encontraremos su uso, políticas, misión, visión, responsabilidades de cada uno de los empleados, guías de buenas prácticas de manufactura y haccp, entre otros. Ver (Anexo W).

4.4.2 Marco Legal

ARTESANOS

Cafetería “LA VANGUARDIA” será una empresa que se registrará estrictamente a las leyes vigentes de la república del Ecuador según la constitución aprobada el 28 de agosto de 2008. Con la ley del artesano que nos indica lo siguiente.

Tabla 35-4 Aspectos ley del artesano

ASPECTOS DE LA LEY DE ARTESANOS	
BENEFICIOS	OBLIGACIONES
<ul style="list-style-type: none">• Promover la profesionalización y competitividad de los artesanos ecuatorianos.• Acceder a mejores condiciones en el mercado nacional e internacional.• Incentivos para el desarrollo productivo del sector.• El IVA se conserva al 0%.• Acceso a las prestaciones del seguro social.• No pagos de fondos de reserva.	<ul style="list-style-type: none">• Mantener actualizada su calificación por la junta de defensa del artesano.• No exceder del monto de activos totales permitido por la ley de defensa del artesano.• Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la junta nacional de defensa del artesano.• Llevar un registro de ingresos y gastos de manera mensual.

Fuente: Ley artesanos

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Sera considerado ARTESANO, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para que la pequeña industria, es decir \$ 87,500. La JNDA a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el reglamento de calificaciones y ramas de trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (Artesano, 2014)

A. REQUISITOS PERSONALES.

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

B. REQUISITOS GENERALES Y LEGALES.

- Copia Cedula de identidad.
- Copia certificado de votación (hasta 65 años).

- Foto carne actualizada a color.
- Tipo de sangre.
- Solicitud adquirida en la JNDA, Junta Provincial y Cantonales.

C. CALIFICACIONES POR PRIMERA VEZ.

- Copia de título artesanal.

D. RECALIFICACIONES.

- Copia de la última calificación y / o título artesanal.

E. CALIFICACIONES AUTONOMAS.

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

PROCEDIMIENTO.

El interesado cumplirá con los requisitos para adquirir el formulario en las diferentes juntas a nivel nacional. Una vez cumplido esto se realizará la inspección al taller, quienes determinaran si cumplen o no con lo que determina la ley y se extenderá la calificación DE TALLER artesanal. (Artesano, 2014)

F. CERTIFICACION DE ARTESANO CALIFICADO

Requisitos y procedimientos.

- 1.) Solicitud de certificación de Artesano Calificado.
- 2.) Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
- 3.) Copia de la última calificación (según el caso).

El interesado deberá adquirir la solicitud de Artesano calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano. (Artesano, 2014)

G. DUPLICADO DE CALIFICACION POR: CAMBIO DE DIRECCION, CAMBIO DE RAZON SOCIAL, AUMENTO DE CAPITAL, OTROS.

Requisitos:

- 1.) Solicitud (Juntas provinciales, cantonales).
- 2.) Declaración de datos – JNDA (E el caso de pérdida).
- 3.) Copia de la cedula identidad. (Artesano, 2014).

4.4.3 Permisos Requeridos para su Funcionamiento

Los permisos señalados a continuación:

Tabla 36-4 Permisos requeridos para el funcionamiento de la cafetería

PASOS	DESCRIPCIÓN	GASTO	OBSERVACIÓN
1	INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO	25	
2	REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL	60	Tener rise o ruc, copia de la cedula
4	RUC O RISE	0	Copia de la cedula, dirección del local
5	PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD (ARCSA)	40	Copia de cedula
6	PAGO ANUAL DE LOS BOMBEROS	5	Copia de cedula
7	REGISTRO AL MINISTERIO DE TURISMO	45	Copia cedula, rise, ruc, dirección del establecimiento
8	PERMISO DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE	10	Copia cedula, rise, ruc, dirección del establecimiento
TOTAL		185	

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: (Padilla 2017)

4.4.4 Estudio ambiental.

4.4.4.1 Mitigar el Impacto Ambiental.

A. RECICLAR.

Reciclar en el establecimiento es dar un mejor uso a las cosas que ya no solemos utilizar como por ejemplo se va a reciclar cartón, fundas plásticas, vidrios. Para después venderlos a bajo costo y generar ingresos al establecimiento.

B. REDUCIR.

Cuando hablamos de reducir lo que estamos diciendo que se va a tratar de simplificar el consumo de productos directos, o sea, aquellos que se compran y se consume, ya que tiene una relación directa con los desperdicios y a la vez con nuestro bolsillo. En la cafetería tendremos esta regla para no desperdiciar la materia prima todo estará estandarizado y etiquetado.

C. REUTILIZAR.

Al decir reutilizar, nos estamos refiriendo a poder volver a utilizar las cosas, dándole una vida a materiales que utilizamos día a día y darles un uso lo más prolongado posible antes que llegue la hora de reciclarlos. En la cafetería daremos un uso extra a las fundas de las compras o fundas de basura reutilizándolas para otros fines.

Tabla 37-4 Mitigación del Impacto ambiental

DAÑOS OCACIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y POR LAS ACTITUDES PREOPERATIVAS	IMPACTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTO
EL AGUA	Contaminación por desechos expulsados por la mala manipulación de accesorios y maquinarias	Control durante la manipulación de equipos, para evitar arrojar desperdicios innecesarios		\$ 0,00
	Contaminación por desechos en la producción.	Control y señalización para no arrojar desperdicios al agua.	Letreros de avisos para evitar este tipo de contaminación.	\$ 20,00
EL SUELO	Contaminación por desechos inorgánicos emitidos por la cafetería.	Instalación de basureros para tener control de desechos.	3 basureros inorgánicos puestos en lugares estratégicos.	\$ 35,00
	Contaminación por desechos orgánicos en la cafetería	Manejo adecuado mediante el proceso de producción.	Instalación de un contenedor para desechos orgánicos.	\$ 40,00
EL AIRE	Contaminación por polvo y otras partículas de la fase de adecuación del local	Control constante para evitar este tipo de contaminación		\$ 0,00
			TOTAL	\$ 95,00

Fuentes: Investigación propia
Elaborado por: (Padilla 2018)

Suelo.

La implementación de una cafetería y más aun de arreglos previos que se realizan en esta, causara sin duda un impacto ambiental principalmente en la contaminación por desechos sólidos que se arrojen, por lo cual la empresa se encargara de controlar y mitigar el impacto ambiental que procede al suelo, organizando su basura en orgánicas e inorgánica adecuadamente en fundas de basura, manteniéndolas cerradas para que el personal que llegue se las lleve previamente etiquetadas.

Agua.

Dentro de la cafetería la utilización del agua es indispensable y tiene mucha importancia, por lo que el agua se requiere para el lavado, aseo y producción, por lo tanto, será dar una buena utilización de este bien, para que no haya desperdicio alguno y contaminación de la misma, se llevara un registro en donde tendremos el uso porcentual diaria del agua para que haya un consumo adecuado.

Aire.

Es uno de los factores más frágiles en sufrir daños ambientales, la cafetería tendrá el deber de mantenerse controlando el daño al mismo evitando quemar productos o accesorios volátiles, como plásticos, papel entre otros, lo cual lo afectaría.

4.4.4.1 Acciones Remediales

Tabla 38-4 Acciones remediales

DETALLE	RECICLAR	REDUCIR	REUTILIZAR
Envases de plástico	X	X	X
Bolsas plásticas	X	X	
Cartones	X	X	X
Desechos comida	X	X	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Padilla, 2017)

La cafetería tomara acciones remediales entre ellas tenemos, la utilización de fundas plásticas en las cuales llegan las compras, reutilizándolas reduciendo así el impacto ambiental.

Los envases plásticos que queden deteriorado por el uso o transcurso del tiempo serán vendidos a bajo costo para generar un ingreso a la empresa, o serán reciclados y destinados a la persona que lleve este tipo de material a reciclar.

Se reducirá la utilización de cartones en la cafetería y se reciclará para una próxima utilización o para su venta.

4.5 Estudio Financiero

4.5.1 Análisis de la Inversión

Tabla 39-4 Análisis de la inversión

INVERSIÓN DEL PROYECTO			
RUBRO	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS	0,00	19.706,26	19.706,26
MAQUINARIA Y EQUIPO		7.266,00	7.266,00
EQUIPO DE COMPUTO		676,00	676,00
VEHICULO		6.500,00	6.500,00
MUEBLES Y ENSERES		2.927,00	2.927,00
MATERIALES INDIRECTOS		34,40	34,40
MENAJE Y VAJILLA		2.107,75	2.107,75
IMPREVISTOS (1%)		195,11	195,11
ACTIVOS DIFERIDOS	78,26	2.909,58	2.987,84
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		185,00	185,00
GASTOS DE INSTALACIÓN		500,00	500,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		1.720,00	1.720,00
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL		475,00	475,00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	78,26		78,26
IMPREVISTOS (1%)		29,58	29,58
CAPITAL DE TRABAJO	0,00	9.982,13	9.982,13
MATERIA PRIMA		1.819,32	1.819,32
MANO DE OBRA DIRECTA		2.252,61	2.252,61
SUELDOS VENTAS		1.246,59	1.246,59
SUELDO ADMINISTRATIVO		2.405,70	2.405,70
GASTO ARRIENDO		1.050,00	1.050,00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES		108,00	108,00
SUMINISTROS Y MATERIALES		641,07	641,07
SERVICIOS BÁSICOS		360,00	360,00
CONTINGENCIA		98,83	98,83
TOTAL	78,26	32.597,97	32.676,23

Fuentes: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.1.1 Fuentes y Usos

Tabla 40-4 Fuentes y usos

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIERAS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
INVERSIONES FIJAS	19.706,26	0,00	19.706,26	0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.266,00		7.266,00	
EQUIPO DE COMPUTO	676,00		676,00	
VEHICULO	6.500,00		6.500,00	
MUEBLES Y ENSERES	2.927,00		2.927,00	
MATERIALES INDIRECTOS	34,40		34,40	
MENAJE Y VAJILLA	2.107,75		2.107,75	
IMPREVISTOS (1%)	195,11		195,11	
ACTIVOS DIFERIDOS	1.897,84	1.897,84	0,00	0,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185,00	185,00		
GASTOS DE INSTALACIÓN	500,00	500,00		
GASTOS DE PUBLICIDAD	630,00	630,00		
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL	475,00	475,00		
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	78,26	78,26		
IMPREVISTOS (1%)	29,58	29,58		
CAPITAL DE TRABAJO	9.982,13	3.302,61	4.860,19	1.819,32
MATERIA PRIMA	1.819,32			1.819,32
MANO DE OBRA DIRECTA	2.252,61	2.252,61		
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.246,59		1.246,59	
SUELDO ADMINISTRATIVO	2.405,70		2.405,70	
GASTO ARRIENDO	1.050,00	1.050,00		
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	108,00	0,00	108,00	
SUMINISTROS Y MATERIALES	641,07		641,07	
SERVICIOS BÁSICOS	360,00		360,00	
CONTINGENCIA	98,83		98,83	
TOTAL	31.586,23	5.200,45	24.566,45	1.819,32

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.2 Presupuestos

4.5.2.1 Presupuesto de Costos de Producción

Tabla 41-4 Presupuesto de costo de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	7.277,30	7.576,40	7.887,79	8.211,97	8.549,49
MANO DE OBRA DIRECTA	6.930,87	7.215,73	7.512,30	7.821,05	8.142,50
<i>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</i>					
DEPRECIACION VEHICULO	585,00	321,75	160,875	80,4375	40,22
MATERIALES INDIRECTOS	137,60	143,26	149,14	155,27	161,65
<i>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</i>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
SERVICIOS BÁSICOS	792,00	824,55	858,44	893,72	930,45
SUMINISTROS Y MATERIALES	555,59	578,43	602,20	626,95	652,72
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	570,00	593,43	617,82	643,21	669,65
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	653,94	653,94	653,94	653,94	653,94
AMORTIZACION GASTO EXPERIMENTACIÓN	15,65	15,65	15,65	15,65	15,65
CONTINGENCIA (1%)	98,83	102,89	107,12	107,12	107,12
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	18048,79	18.458,03	18.997,28	19.641,34	20.355,39

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.2.2 Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 42-4 Presupuesto de gastos de administración

GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	4200	4.372,62	4.552,33	4.739,44	4.934,23
AMORTIZACION GASTOS CAPACITACIÓN	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
AMORTIZACION GASTOS ORGANIZACIÓN	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00
SUELDOS	7.401,90	7.706,12	8.022,84	8.352,58	8.695,87
SERVICIOS BÁSICOS	288,00	299,84	312,16	324,99	338,35
SUMINISTROS Y MATERIALES	42,74	44,49	46,32	48,23	50,21
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO	223,08	150,97	150,97	150,97	150,97
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	105,37	131,72	131,72	131,72	131,72
IMPREVISTOS (1%)	29,58	30,80	32,06	33,38	34,75
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION	12.422,67	12.868,56	13.380,41	13.913,30	14.468,09

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.2.3 Presupuesto de Gastos de Ventas

Tabla 43-4 Presupuesto de gasto de ventas

GASTO DE VENTAS					
SUELDOS	3.835,53	3.993,17	4.157,29	4.328,15	4.506,04
AMORTIZACION GATOS PUBLICIDAD	344,00	344,00	344,00	344,00	344,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	256,43	266,97	277,94	289,36	301,26
IMPREVISTOS (1%)	195,11	203,13	211,48	220,17	229,22
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	105,37	105,37	105,37	105,37	105,37
SERVICIOS BÁSICOS	1.440,00	1.499,18	1.560,80	1.624,95	1.691,73
TOTAL GASTO DE VENTA	6.176,44	6.411,82	6.656,88	6.912,01	7.177,62

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.2.4 Presupuesto Financiero

Tabla 44-4 Presupuesto financiero

GASTO FINANCIERO					
INTERESES BANCARIOS	2.947,98	1.965,32	982,66		
TOTAL GASTO FINANCIERO	2.947,98	1.965,32	982,66		
TOTAL COSTOS Y GASTOS	39.595,88	39.703,72	40.017,23	40.466,65	42.001,11

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 45-4 Estado de pérdidas y ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	61.041,93	63.550,76	66.162,69	68.881,98	71.713,03
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	18.048,79	18.458,03	18.997,28	19.641,34	20.355,39
(=) UTILIDAD BRUTA	42.993,14	45.092,73	47.165,42	49.240,64	51.357,64
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	12.422,67	12.868,56	13.380,41	13.913,30	14.468,09
(-) GASTO DE VENTAS	6.176,44	6.411,82	6.656,88	6.912,01	7.177,62
(=) UTILIDAD OPERATIVA	24.394,03	25.812,35	27.128,13	28.415,33	29.711,92
(-) GASTO FINANCIERO	2.947,98	1.965,32	982,66		
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO UTILIDADES	21.446,05	23.847,03	26.145,47	28.415,33	29.711,92
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	21.446,05	23.847,03	26.145,47	28.415,33	29.711,92

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.4 Estado de Situación Financiera

Tabla 46-4 Estado de situación financiera

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	9.982,13	30.580,39	26.060,80	23.860,82	27.398,93	30.946,43
INVENTARIOS	2.142,15					
ACTIVO FIJO	17.564,11	17.564,11	17.564,11	17.564,11	17.564,11	17.564,11
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-1.653,34	-3.306,69	-4.960,03	-6.613,37	-8.266,72
AC. DIFERIDOS (VALOR ANUAL AMORTIZACIÓN)	2.987,84	2.390,27	1.792,71	1.195,14	597,57	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	32.676,23	48.881,43	42.110,93	37.660,03	38.947,24	40.243,83
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE (INTERESES BANCARIOS)		2.947,98	1.965,32	982,66		
PASIVO LARGO P. (CRÉDITO BANCARIO)	24.566,49	16.377,66	8.188,83	2.422,16	2.422,16	2.422,16
TOTAL PASIVOS	24.566,49	19.325,64	10.154,15	3.404,82	2.422,16	2.422,16
PATRIMONIO						
CAPITAL	8.109,75	8.109,75	8.109,75	8.109,75	8.109,75	8.109,75
UTILIDAD DE EJERCICIO (UTILIDAD NETA)	0,00	21.446,05	23.847,03	26.145,47	28.415,33	29.711,92
TOTAL DE PATRIMONIO	8.109,75	29.555,80	31.956,78	34.255,21	36.525,08	37.821,67
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	32.676,23	48.881,43	42.110,93	37.660,03	38.947,24	40.243,83

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.5 Estado de Flujo del Efectivo

Tabla 47-4 Estado de flujo de efectivo

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		61.041,93	63.550,76	66.162,69	68.881,98	71.713,03
COSTOS DE PRODUCCIÓN		18.048,79	18.458,03	18.997,28	19.641,34	20.355,39
GASTOS ADMINISTRACIÓN		12.422,67	12.868,56	13.380,41	13.913,30	14.468,09
GASTOS VENTAS		6.176,44	6.411,82	6.656,88	6.912,01	7.177,62
GASTOS FINANCIEROS		2.947,98	1.965,32	982,66	-	-
UTILID. ANTES DE REP UTIL. E IMP		21.446,05	23.847,03	26.145,47	28.415,33	29.711,92
UTILIDAD NETA		21.446,05	23.847,03	26.145,47	28.415,33	29.711,92
DEPRECIACIONES		1.653,34	1.653,34	1.653,34	1.653,34	1.653,34
AMORT. ACT. NOMINAL		597,57	597,57	597,57	597,57	597,57
INVERSIÓN MAQ. Y EQUIPO	-7.266,00					
INV. TERRE Y OBRA FÍSICA						
INVERSIÓN OTROS	-5.745,15					
INV. ACT. NOMINAL	-2.987,84					
INV. CAPITAL DE TRABAJO	-9.982,13					
VEHÍCULO	-6.500,00					
IMPREVISTOS	-195,11					
RECUP. CAPITAL TRABAJO						
PRÉSTAMO						
AMORT. PRÉSTAMO		8.188,83	8.188,83	8.188,83		
FLUJO DE CAJA	-26.176,23	15.508,13	17.909,12	20.207,55	30.666,24	31.962,83

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.6 Evaluación Económica

Tabla 48-4 Evaluación económica

PRUEBA ACIDA	
ACTIVO CORRIENTE	9.982,13
INVENTARIOS	2.355,84
PASIVO CORRIENTE	2.947,98
A.C-INV/P.C	2,59

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis

En la evaluación económica se realizó la prueba ácida para medir la liquidez de la empresa, no ayudara a cubrir los pasivos a corto plazo.

4.5.7 Evaluación Financiera

4.5.7.1 FNE

Tabla 49-4 Flujo neto de efectivo

Flujo Neto de Efectivo	
AÑO	VALOR
0	\$ (26.176)
1	\$ 15.508
2	\$ 17.909
3	\$ 20.208
4	\$ 30.666
5	\$ 31.963

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

En esta tabla del flujo neto de efectivo desde el primer año en adelante se ve una ganancia esto representa que el emprendimiento es factible.

4.5.7.2 VAN

Tabla 50-4 Valor actual neto

FORMULACION DEL VAN	
0	\$ 32.676
f1	\$ 15.508
f2	\$ 17.909
f3	\$ 20.208
f4	\$ 30.666
f5	\$ 31.963
VAN:	\$ 47.456
VAN 20%	\$ 37.965

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

El van se obtiene de la suma de los valores del flujo de caja del año 1 hasta el año 5 en el que se utilizó la fórmula de la cual nos ayuda a demostrar el factor acumulado obteniendo un resultado de \$ 47.456

4.5.7.3 TIR

Tabla 51-4 Tasa interna de retorno

FORMULACION DEL TIR	
Inv. Inicial	-\$ 32.676
f1	\$ 15.508
f2	\$ 17.909
f3	\$ 20.208
f4	\$ 30.666
f5	\$ 31.963
TIR	53%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

En el caso del TIR es de 53% que corresponde a la tasa de interés que genera por el capital que pertenece al proyecto, que se puede considerar un valor presente neto igual a 0.

4.5.7.4 Periodo de recuperación

Tabla 52-4 Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION		
3,27	AÑOS	3
3,82	MESES	4
24,70	DIAS	25

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

El periodo de recuperación de la inversión se evalúa mediante la suma de los flujos hasta que el resultado de positivo. El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 4 meses y 25 días.

4.5.7.5 Punto de equilibrio

Tabla 53-4 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	9.883,29
PRECIO	2,68
COSTO VARIABLE	0,32
PUNTO DE EQUILIBRIO	4173,1
UTILIDAD	0

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Tabla 54-4 Unidades que vender punto de equilibrio

UNIDADES A VENDER PARA OBTENER EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
UNIDADES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	UTILIDAD
1.904	5110,52	9.883,29	10484,49	20367,79	-5373,97
3808	10221,04	9.883,29	11085,69	20968,98	-864,65
5712	15331,56	9.883,29	11686,88	21570,18	3644,68
7616	20442,08	9.883,29	12288,08	22171,37	8154,00
9520	25552,59	9.883,29	12889,27	22772,57	12663,32
11424	30663,11	9.883,29	13490,47	23373,76	17172,65
13328	35773,63	9.883,29	14091,66	23974,96	21681,97
15232	40884,15	9.883,29	14692,86	24576,15	26191,29
17136	45994,67	9.883,29	15294,06	25177,35	30700,62
19040	51105,19	9.883,29	15895,25	25778,55	35209,94
20944	56215,71	9.883,29	16496,45	26379,74	39719,26
22848	61326,23	9.883,29	17097,64	26980,94	44228,59
24752	66436,75	9.883,29	17698,84	27582,13	48737,91
26656	71547,27	9.883,29	18300,03	28183,33	53247,23
28560	76657,78	9.883,29	18901,23	28784,52	57756,56

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

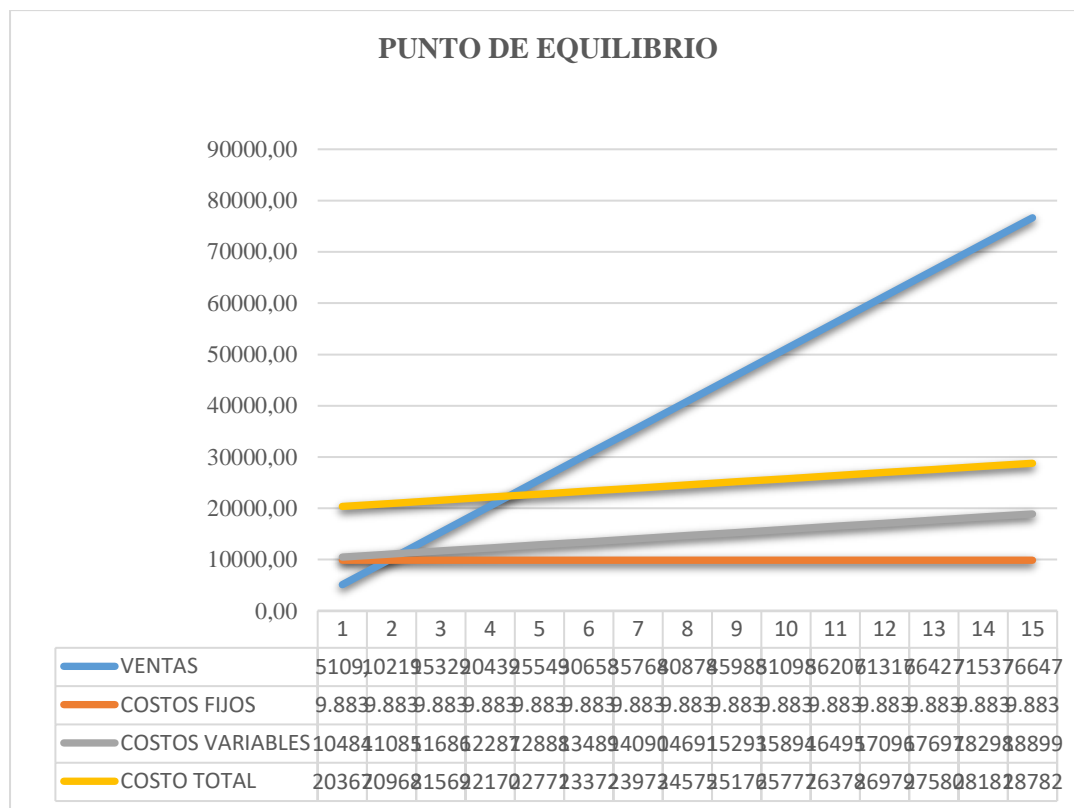


Grafico 5-4 Punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

4.5.7.6 Relación beneficio costo

Tabla 55-4 Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
N°	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	32.676,23		
1		61.041,93	18.048,79
2		63.550,76	18.458,03
3		66.162,69	18.997,28
4		68.881,98	19.641,34
5		71.713,03	20.355,39
	TOTAL INGRESOS		331.350,39
	TOTAL COSTO		95.500,82
	(=) COSTO + INVERSION		128.177,05
	RB/C		2,59

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis

La relación beneficio costo involucra los ingresos y egresos de la empresa, los egresos incluyen la inversión inicial realizada, se determinó que por cada \$ 1 invertido tendremos una ganancia de \$ 2,59

4.5.8 Evaluación Social

Tabla 56-4 Evaluación social

EVALUACION SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO	4865	
EMPLEADOS	4	
APORTE		0,0822%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: (Padilla, 2017)

Análisis.

La evaluación social ayudará a determinar los niveles de disminución de desempleo en la ciudad de Riobamba en el cual se dará empleo a 4 personas, aportando así al progreso y crecimiento económico social de la ciudad.

4.5.9 Evaluación Ambiental

En la evaluación ambiental se aseguró el desarrollo adecuado e implacable para el beneficio del medio ambiente, ya que utilizamos las 3R, es de vital importancia el planificar en conjunto los elementos del sistema ambiental para minimizar y atenuar los impactos adversos que se pueden presentar y actuar de manera adecuada ante los problemas existentes o que se pueden dar.

4.6 Conclusiones

- Dentro del estudio de mercado, se concluye que existe demanda insatisfecha siendo un proyecto creativo que busca implementar una nueva tendencia en el mercado se identificó el 94% de aceptación por parte de las personas encuestadas para la creación de una cafetería con métodos vanguardista diseñando estrategias en cuanto al producto, precio, plaza y promoción.
- Se concluye que en el estudio técnico legal, se elaboró un menú adecuado que presentara al público todo lo que se va aplicar en esta investigación adicional que se cambiaría cada 6 así también cumpliendo con los requisito de constitución permisos de funcionamiento y rigiéndose a la ley del artesano, en el estudio administrativo se realizó una estructura organizacional para el correcto funcionamiento y manejo económico del proyecto y en el estudio medio ambiente se elaboró una matriz en donde se aplica las 3Rs donde la implementación del proyecto no representa ningún daño significativo al ambiente.
- Dentro del estudio financiero se concluyó la factibilidad del proyecto contando con los siguientes resultados: Valor actual neto (VAN) positivo es igual a \$ 47.456, la Taza interna de retorno (TIR) es de 53% y el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 4 meses con 25 días y una relación beneficio/costo de \$ 2.59 definiendo que es factible invertir en el proyecto.

4.7 Recomendaciones

- Es importante exponer la creatividad y la innovación de los productos que se ofrecerán dentro de la cafetería, para con ello dar a conocer las nuevas tendencias que se están dando en la cocina y abrirse campo a lo nuevo, esto ayudara a cubrir la demanda insatisfecha y así lograr satisfacer las necesidades de los clientes.
- Se recomienda seguir los parámetros de los estudios pertinentes para el desarrollo adecuado del proyecto.
- Es recomendable la utilización del estudio económico financiero que nos ayuda con indicadores para el óptimo desarrollo del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Artesano, J. N. (21 de 04 de 2014). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- cafe, Franquicias de. (s.f.). *Como poner una cafeteria*. Obtenido de <https://www.franquiciasdecafe.com>
- Calabuig, M. (8 de Mayo de 2013). *Verema*. Obtenido de <https://www.verema.com/blog/productos-gastronomicos>
- CB, M. (19 de Julio de 2011). *Overblog*. Obtenido de https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html
- Conesa, V. (2010). *Guia metodologica para la evaluacion del impacto ambiental*. Barcelona: Mundi - prensa.
- Cuisine, M. V. (2015). *Animales y Plantas*. Washintong: Taschen GmbH.
- Cuisine, M. v. (2015). *Historia y Fundamentos*. Washington: Taschen GmbH.
- Documentacion., E. d. (2002). *Diseño de ofertas gastronomicas*. Cartagena.
- Edmond Neirinck, J. P. (2001). *Historia de la cocina y cocineros*. España: Zendrera Zariquiey.
- Envapack. (23 de Enero de 2003). *El empaque al vacío*. Obtenido de <http://www.envapack.com/2003/01/221/>
- Fernandez, C. (2015). *Cocina molecular y fusion*. Mexico: Libsá.
- Fischer, J. E. (2011). *Mercadotecnia*. Madrid: McGraw-Hill.
- Francisco Garcia Ortiz, P. P. (2016). *Operaciones basicas y servicios en bar y cafeteria*. Madrid: Paraninfo.
- Gabriel, J. P. (2009). *Texturizante y nuevas tecnologias de los sabores*. Mexico: Unilever Food .
- Gardey, J. P. (2013). *Definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/vanguardia/>
- Gestiopolis, E. (8 de Abril de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Katherine Baldeon, S. F. (2012). *Implementacion Bar - cafeteria rustico*. Guayaquil.
- M, E. (1 de Abril de 2015). *Definista*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/metodo/>
- Modenist cuisine, v. 4. (2015). *Ingredientes y preparaciones*. Washintong: Taschen.
- Morales, C. M. (2010). *Gerencia de proyectos*. Mexico.
- Peña, J. P. (2013). *Aplicacion food desing a la gastronomía*. Cuenca.
- Rodriguez, C. R. (13 de Marzo de 2009). *Emprendemientrastrategia*. Obtenido de <https://emprendemiestrategia.wordpress.com>
- Ruiz, E. C. (2013). *Cocina de vanguardia*. Madrid: Fitur.

- Ruiz, J. (7 de Octubre de 2016). *El conocedor*. Obtenido de <http://revistaelconocedor.com>
- Santos, T. S. (4 de Noviembre de 2008). *Estudio de factibilidad de un proyectode inversion: etapas de su estudio*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Thompson, I. (Mayo de 2010). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Velsid. (11 de Diciembre de 2008). *Gastronomía y CIA*. Obtenido de <https://gastronomiaycia.republica.com/2008/12/11/lecitina-de-soja/>

ANEXOS

Anexo A Encuesta.



ENCUESTA.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA.

ESCUELA DE GASTRONOMIA.



Reciba usted un cordial saludo, sírvase por favor llenar la encuesta y seguir con las siguientes instrucciones.

OBJETIVO: OBTENER INFORMACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE TITULACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN LA UTILIZACIÓN DE MÉTODOS VANGUARDISTAS EN EL CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Cocina de Vanguardia:

Es una nueva tendencia culinaria de preparación y presentación de los alimentos, con la intención de provocar en el consumidor nuevas sensaciones en su paladar, como sabores y texturas, que el cocinero desea reflejar en las preparaciones a través de su creatividad.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que usted considere adecuada.

CUESTIONARIO.

1- ¿Estaría Ud. de acuerdo con la implementación de una cafetería que utiliza métodos vanguardistas en el cantón Riobamba?

SI.....

NO.....

¿Por qué?

2- ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir en una cafetería especializada en la utilización de métodos vanguardistas?

SI.....

NO.....

3- ¿Qué es lo que usted busca en una cafetería?

Buen servicio.....

Ambiente acogedor.....

Buen sabor.....

4- ¿Qué valor económico usted estaría dispuesto a pagar por el consumo en esta cafetería?

\$ 3.50.....

\$ 5.00.....

\$ 7.00.....

\$ 15.00.....

5- ¿Con que frecuencia usted estaría dispuesto a visitar esta cafetería vanguardista?

Diaria.....

Semanal....

Mensual.....

6- ¿En qué medios de comunicación le gustaría a usted informarse acerca de la de la cafetería vanguardista?

Periódico.....

Afiches.....

Volantes.....

Radio.....

Redes sociales.....

7- ¿Qué tipo de promoción le gustaría a usted tener al momento de comprar una preparación en la cafetería vanguardista?

2x1....

Martes loco.....

Descuento del 10% por el consumo...

8- ¿En qué rango de horarios le gustaría a usted que se atienda el servicio en la cafetería vanguardista?

13:00 - 21:00 () 13:00 – 22:00 () 13:00 – 23:00 ()

9- ¿Conoce usted otro tipo de establecimiento que ofrezca este servicio en el cantón Riobamba?

SI...

NO...

Si su respuesta fue positiva mencione cual cafetería ofrece este servicio.

10- ¿Le gustaría a usted recibir el servicio a domicilio por parte de la cafetería vanguardista?

SI.....

NO....

Anexo C Ensalada capres

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	ENSALADA CAPRES			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
ACEITE AROMATIZADO						
Albahaca	75	75	gr	1	c/lb	0,17
Aceite	200	200	ml	1,75	c/lit	0,35
ESCALDADO AL VACIO						
Tomate	150	150	gr	0,25	c/lb	0,08
FONDUE						
Queso mozzarella	30	30	gr	4,49	c/lb	0,30
Limon	5	5	ml	0,25	c/lit	0,00
Vino blanco	70	70	ml	0,69	c/lit	0,05
Maicena	10	10	gr	1,25	c/lb	0,03
ESFERIFICACION DE ACEITUNA						
Aceituna negra	20	20	gr	0,75	c/lb	0,03
Agar - Agar	0,2	0,2	gr	20	c/lb	0,01
ESPUMA DE ALBAHACA						
Nuez	30	30	gr	4,3	c/lb	0,28
Queso parmesano	55	55	gr	1,99	c/lb	0,24
Albahaca	50	50	gr	1	c/lb	0,11
Aceite	60	60	gr	1,75	c/lit	0,11
Flor comestible (Begonia)	5	5	gr	3	c/lb	0,03
Lechuga	200	200	gr	1	c/lb	0,44
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	2,06
C.I.F 30% (PV)	0,20		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,10
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,41		FC=1+D		TOTAL	2,17
U1=PV-∑CP	0,24		D=10%		C. PAX	0,22
U2=P.V.S-PV	1,18		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,42				P.V	0,66
					P.V.S	1,84

Anexo D Ceviche de palmito

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA:	CEVICHE DE PALMITO			GRUPO: ENTRADA			
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		UNIDAD	COSTO TOTAL
MARINADO DE PALMITO EN SIFON							
Naranja	400	400	ml		0,2	c/lit	0,40
Limon	200	200	ml	0,25		c/lit	0,25
Palmito	250	250	gr	2,99		c/lb	1,65
Sal	15	15	gr	0,8		c/lb	0,03
Pimienta	5	5	gr	0,4		c/lb	0,00
ESFERAS DE TOMATE							
Tomate	75	75	gr	1		c/lb	0,17
Algin	0,1	0,1	gr	32		c/lb	0,01
AIRE DE CILANTRO							
Lecitina	0,2	0,2	gr	36		c/lb	0,02
Cilantro	20	20	gr	0,75		c/lb	0,03
PAPEL DE CAMOTE							
Camote	100	100	gr	0,5		c/lb	0,11
Aceite	100	100	ml	1,75		c/lit	0,18
Flor comestible (Girasol)	5	5	gr	3		c/lb	0,03
Cebolla paiteña	60	60	gr	1		c/lb	0,13
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE	3,00
C.I.F 30% (PV)	0,29		CR=FC*CK	5%		% VARIOS	0,15
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,60		FC=1+D			TOTAL	3,15
U1=PV-∑CP	0,35		D=10%			C. PAX	0,31
U2=P.V.S-PV	1,72		CR=FC*CK	33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	2,07					P.V	0,95
						P.V.S	2,67

Anexo E Sanduche la vanguardia

NOMBRE DE LA RECETA:	SANDUCHE LA VANGUARDIA			GRUPO: FUERTE		
				TIEMPO: 15 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Pan Baguete	1000	1000	gr	0,33	c/lb	0,73
COCCÓN AL VACIO						
Carne de res	900	900	gr	1,4	c/lb	2,78
Tomate	50	50	gr	0,2	c/lb	0,02
POLVO DE TOCINO						
Tocino	100	100	gr	1,98	c/lb	0,44
Albahaca	80	80	gr	2	c/lb	0,35
Queso cheddar	60	60	gr	1,99	c/lb	0,26
Lechuga	100	100	gr	1	c/lt	0,22
EMULSIÓN DE VINO Y CAFE						
Café	15	15	gr	3	c/lb	0,05
vino tinto	50	50	ml	0,69	c/lt	0,03
Lecitina	10	10	gr	4	c/lb	0,09
PAPAS FRANCESAS EN UNA COCCIÓN Y DOBLE FRITURA						
Papas	500	500	gr	1	c/lb	1,10
Agua	200	200	ml	0,4	c/lt	0,08
Aceite	100	100	ml	1,75	c/lt	0,18
Sal	20	20	gr	0,8	c/lb	0,04
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	6,36
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,32
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,27		FC=I+D		TOTAL	6,67
U1=PV-∑CP	0,75		D=10%		C. PAX	0,67
U2=P.V.S-PV	3,64		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	4,39				P.V	2,02
					P.V.S	5,66

Anexo F Sanduche de pollo

NOMBRE DE LA RECETA:	SANDUCHE POLLO			GRUPO: FUERTE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Pan Baguete	1000	1000	gr	0,33	c/lb	0,73
COCCIÓN AL VACIO						
Pollo	800	800	gr	1,2	c/lb	2,11
DESHIDRATADO						
Tomate	50	50	gr	0,2	c/lb	0,02
Champiñón	100	100	gr	1,98	c/lb	0,44
Pimientos	50	50	gr	1	c/lb	0,11
Lechuga	90	90	gr	1	c/lt	0,20
PAPAS FRANCESAS EN UNA COCCION Y DOBLE FRITURA						
Papas	500	500	gr	1	c/lb	1,10
Agua	200	200	ml	0,4	c/lt	0,08
Aceite	100	100	ml	1,75	c/lt	0,18
Sal	20	20	gr	0,8	c/lb	0,04
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	
C.I.F 30% (PV)	0,48		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,25
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	1,00		FC=1+D		TOTAL	5,25
$U1 = PV - \sum CP$	0,59		D=10%		C. PAX	0,52
$U2 = P.V.S - PV$	2,86		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U \text{ neta} = U1 + U2$	3,45				P.V	1,59
					P.V.S	4,45

Anexo G Sanduche Roast pork

NOMBRE DE LA RECETA:	SANDUCHE ROAST PORK			GRUPO: FUERTE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO TOTAL
Pan Baguet	1000	1000	gr		0,33	c/lb 0,73
COCCION AL VACIO						
Lomo de cerdo	900	900	gr		1,7	c/lb 3,37
DESHIDRATADO						
Tomate	50	50	gr		0,2	c/lb 0,02
EMULSION						
Mostaza	90	90	gr		0,9	c/lb 0,18
vino blanco	50	50	ml		0,69	c/lt 0,03
Lecitina	0,4	0,4	gr		36	c/lb 0,03
PAPAS FRANCESAS EN UNA COCCION Y DOBLE FRITURA						
Papas	500	500	gr		1	c/lb 1,10
Agua	200	200	ml		0,4	c/lt 0,08
Aceite	100	100	ml		1,75	c/lt 0,18
Sal	20	20	gr		0,8	c/lb 0,04
Cebolla	90	90	gr		0,2	c/lb 0,04
Lechuga	100	100	gr		1	c/lb 0,22
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	6,02
C.I.F 30% (PV)	0,57		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,30
∑. C.P= CxP + C.I.F	1,21		FC=1+D		TOTAL	6,32
U1=PV-∑CP	0,71		D=10%		C. PAX	0,63
U2=P.V.S-PV	3,44		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	4,15				P.V	1,91
					P.V.S	5,36

Anexo H Crepe vegetariano

NOMBRE DE LA RECETA:	CREPE VEGETARIANO			GRUPO: FUERTE			
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		UNIDAD	COSTO TOTAL
Crepe	100	100	gr		0,03	c/lb	0,01
COCCION AL VACIO							
Brocoli	350	350	gr	0,86		c/lb	0,66
Coliflor	300	300	gr	0,69		c/lb	0,46
Zanahoria	250	250	gr	0,4		c/lb	0,22
Zuquini	200	200	gr	0,55		c/lb	0,24
Pimientos	100	100	gr	1		c/lb	0,22
EMULSION							
Lecitina	0,75	0,75	gr	36		c/lb	0,06
Tomate	250	250	gr	0,2		c/lt	0,11
Brote de amaranto	50	50	gr	1		c/lt	0,11
PAPEL DE PAPA							
Papa	100	100	gr	1		c/lb	0,22
Aceite	100	100	ml	1,75		c/lt	0,18
Flor comestible(Begonia)	20	20	gr	3		c/lb	0,13
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE	2,62
C.I.F 30% (PV)	0,25		CR=FC*CK	5%		% VARIOS	0,13
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,52		FC=1+D			TOTAL	2,75
U1=PV-∑CP	0,31		D=10%			C. PAX	0,27
U2=P.V.S-PV	1,50		CR=FC*CK	33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,81					P.V	0,83
						P.V.S	2,33

Anexo I Crepe Bolognese

NOMBRE DE LA RECETA:	CREPE BOLOGNESE			GRUPO: FUERTE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO TOTAL
Crepe	100	100	gr		0,33	c/lb 0,07
COCCION AL VACIO						
Carne molida	500	500	gr	2,05		c/lb 2,26
SALSA COCCION AL VACIO						
Tomate	200	200	gr	0,2		c/lb 0,09
Oregano	100	100	gr	0,75		c/lb 0,17
Pimientos	50	50	gr	1		c/lb 0,11
Tomillo	75	75	gr	1		0,17
Laurel	10	0	gr	0,5		c/lt 0,00
ESFERIFICACION DE SALSA BLANCA						
Harina	20	20	gr	0,4		c/lb 0,02
Mantequilla	20	20	gr	1		c/lb 0,04
Leche	800	800	ml	0,7		c/lt 0,56
Sal	5	5	gr	0,8		c/lb 0,01
Pimienta	5	5	gr	0,4		c/lb 0,00
Agar - Agar	2	2	gr	20		c/lb 0,09
Brotes de alfalfa	20	20	gr	1		c/lb 0,04
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,63
C.I.F 30% (PV)	0,35		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,18
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,73		FC=1+D		TOTAL	3,81
U1=PV-∑CP	0,43		D=10%		C. PAX	0,38
U2=P.V.S-PV	2,08		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	2,50				P.V	1,15
					P.V.S	3,23

Anexo J Jugo de naranja

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	JUGO NARANJA			GRUPO: BEBIDA		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
ESFERIFICACION						
Gelatina s/s	10	10	gr	1,05	c/lb	0,02
Pulpa fresa	50	50	gr	1,25	c/lt	0,06
Naranja	1000	1000	ml		1,7	c/lt
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	1,70
C.I.F 30% (PV)	0,16		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,09
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,34		FC=1+D		TOTAL	1,79
U1=PV-∑CP	0,20		D=10%		C. PAX	0,18
U2=P.V.S-PV	0,97		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,17				P.V	0,54
					P.V.S	1,51

Anexo K Jugo de Babaco

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	JUGO BABACO			GRUPO: BEBIDA		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
AIRE						
Zumo mandarina	50	50	ml	1,25	c/lt	0,06
Lecitina	0,5	0,5	gr	36	c/lb	0,04
AIRE						
Agua	800	800	ml	1	c/lt	0,00
Babaco	500	500	gr	1,21	c/lb	1,33
Azucar	200	200	gr	0,6	c/lb	0,26
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	1,60
C.I.F 30% (PV)	0,15		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,08
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	0,32		FC=1+D		TOTAL	1,68
$U1 = PV - \sum CP$	0,19		D=10%		C. PAX	0,17
$U2 = P.V.S - PV$	0,91		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U \text{ neta} = U1 + U2$	1,10				P.V	0,51
					P.V.S	1,42

Anexo L Jugo de mora

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA:	JUGO MORA			GRUPO: BEBIDA			
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
AIRE							
Hierba buena	5	5	gr	0,25	c/lb	0,00	
Lecitina	0,5	0,5	gr	36	c/lb	0,04	
AIRE							
Agua	800	800	ml		1	c/lit	0,80
Mora	400	400	gr	0,9		c/lb	0,79
Azúcar	200	200	gr	0,6		c/lb	0,26
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE	1,90
C.I.F 30% (PV)	0,18		CR=FC*CK	5%		% VARIOS	0,09
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,38		FC=1+D			TOTAL	1,99
U1=PV-∑CP	0,22		D=10%			C. PAX	0,20
U2=P.V.S-PV	1,09		CR=FC*CK	33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,31					P.V	0,60
						P.V.S	1,69

Anexo M Batido de frutilla

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	BATIDO FRUTILLA			GRUPO: BEBIDA		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	800	800	ml	0,8	c/lit	0,64
Frutilla	300	300	gr	1,5	c/lb	0,99
Leche condensada	125	125	gr	2,49	c/lb	0,69
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	2,32
C.I.F 30% (PV)	0,22		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,12
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	0,46		FC=1+D		TOTAL	2,43
$U1 = PV - \sum CP$	0,27		D=10%		C. PAX	0,24
$U2 = P.V.S - PV$	1,33		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U_{neta} = U1 + U2$	1,60				P.V	0,74
					P.V.S	2,06

Anexo N Batido de tomate de árbol

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	BATIDO TOMATE DE ARBOL			GRUPO: BEBIDA		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	800	800	ml	0,8	c/lit	0,64
Tomate de árbol	250	250	gr	1,5	c/lb	0,83
Leche condensada	150	150	gr	2,49	c/lb	0,82
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	2,29
C.I.F 30% (PV)	0,22		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,11
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,46		FC=1+D		TOTAL	2,40
U1=PV- Σ CP	0,27		D=10%		C. PAX	0,24
U2=P.V.S-PV	1,31		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,58				P.V	0,73
					P.V.S	2,04

Anexo O Chocolate la vanguardia

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	CHOCOLATE LA VANGUARDIA			GRUPO: BEBIDA CALIENTE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	1000	1000	ml	0,8	c/lit	0,80
Chocolate amargo Galletti	100	100	gr	2,6	c/lb	0,57
Malvavisco	10	10	gr	2,99	c/lb	0,07
Leche condensada	150	150	gr	2,49	c/lb	0,82
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	2,26
C.I.F 30% (PV)	0,22		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,11
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,45		FC=1+D		TOTAL	2,37
U1=PV- Σ CP	0,27		D=10%		C. PAX	0,24
U2=P.V.S-PV	1,30		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,56				P.V	0,72
					P.V.S	2,01

Anexo P Café americano

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	CAFÉ AMERICANO			GRUPO: BEBIDA CALIENTE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Agua	800	800	ml	1	c/lit	0,80
Café Galletti	150	150	gr	2,75	c/lb	0,91
Azúcar	150	150	gr	0,6	c/lb	0,20
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	1,91
C.I.F 30% (PV)	0,18		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,10
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,38		FC=1+D		TOTAL	2,00
U1=PV- Σ CP	0,22		D=10%		C. PAX	0,20
U2=P.V.S-PV	1,09		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,32				P.V	0,61
					P.V.S	1,70

Anexo Q Moka amore

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MOKA AMORE			GRUPO: BEBIDA CALIENTE		
				TIEMPO: 8 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	1000	1000	ml	0,8	c/lt	0,80
chocolate galetti	250	250	gr	2,75	c/lb	1,51
Chantilly	50	50	gr	1,59	c/lb	0,18
Leche condensada	150	150	gr	2,49	c/lb	0,82
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,31
C.I.F 30% (PV)	0,32		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,17
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,66		FC=1+D		TOTAL	3,48
U1=PV- Σ CP	0,39		D=10%		C. PAX	0,35
U2=P.V.S-PV	1,90		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	2,29				P.V	1,05
					P.V.S	2,95

Anexo R Latte erupción

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	LATTE ERUPCION			GRUPO: BEBIDA CALIENTE		
				TIEMPO: 5 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	1000	1000	ml	0,8	c/lt	0,80
Chocolate galetti	250	250	gr	2,75	c/lb	1,51
Salsa de cereza	50	50	gr	2,27	c/lb	0,25
Leche condensada	150	150	gr	2,49	c/lb	0,82
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,39
C.I.F 30% (PV)	0,32		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,17
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,68		FC=1+D		TOTAL	3,56
U1=PV-∑CP	0,40		D=10%		C. PAX	0,36
U2=P.V.S-PV	1,94		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	2,34				P.V	1,08
					P.V.S	3,02

Anexo S Tarta de limón

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA:	TARTA DE LIMON			GRUPO: POSTRE			
				TIEMPO: 20 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
COCCION A BAJA TEMPERATURA, INTERNA DE 70°							
Limón	270	270	ml	0,8	c/lt	0,22	
Huevos	11	11	UNIDAD	0,15	c/lb	0,06	
Crema de leche	300	300	ml	1,59	c/lt	1,05	
Azúcar	180	180	gr	0,6	c/lb	0,24	
ESFERIFICACION DE GUANABANA							
Pulpa de guanábana	100	100	ml	1,25	c/lt	0,13	
Agar - Agar	0,3	0,3	gr	20	c/lb	0,01	
AIRE DE MANGO							
Pulpa de mango	50	50	ml	1,25	c/lt	0,06	
Lecitina	0,2	0,2	gr	36	c/lb	0,02	
CRUMBLE DE MANZANA							
Harina	50	50	gr	0,5	c/lb	0,06	
Mantequilla	50	50	gr	1	c/lb	0,11	
Azúcar	50	50	gr	0,6	c/lb	0,07	
Manzana	50	50	gr	0,4	c/lb	0,04	
Flor comestible (Tulipán)	30	30	gr	3	c/lb	0,20	
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	2,25	
C.I.F 30% (PV)	0,21		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,11	
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,45		FC=1+D		TOTAL	2,36	
U1=PV-∑CP	0,26		D=10%		C. PAX	0,24	
U2=P.V.S-PV	1,29		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	1,55				P.V	0,72	
					P.V.S	2,00	

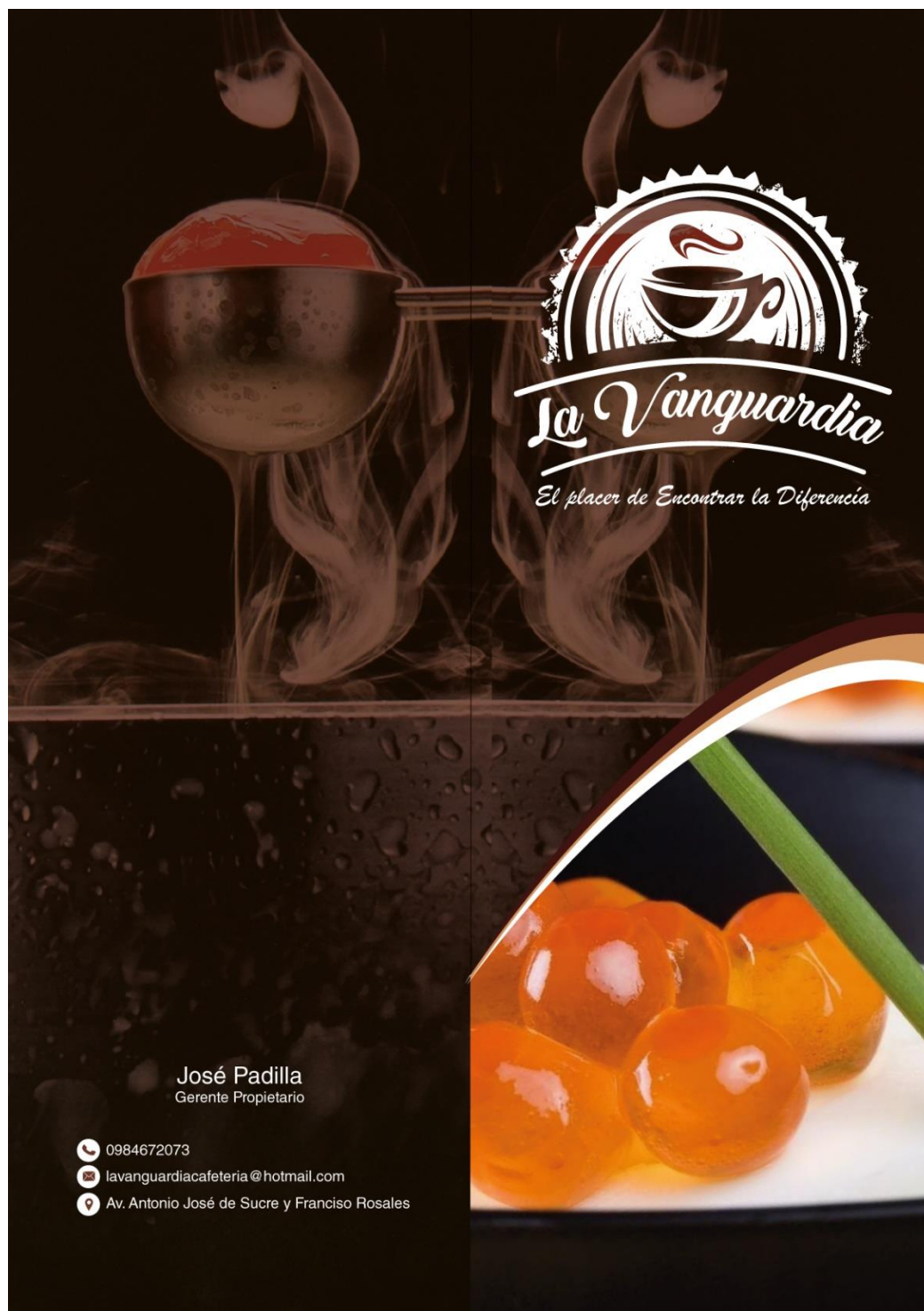
Anexo T Macaron

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MACARON			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 20 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Azúcar impalpable	150	150	gr		1	c/lb 0,33
Huevos	100	100	gr	0,15		c/lb 0,03
Harina de almendra	125	125	gr	2,5		c/lb 0,69
Azúcar	180	180	gr	0,6		c/lb 0,24
ESPUMA DE FRESA						
Pulpa de fresa	100	100	ml	1,25		c/lt 0,13
Crema de Leche	100	100	ml	0,8		c/lt 0,08
Gelatina s / s	10	10	gr	1,05		c/lb 0,02
MOUSSELINE DE VAINILLA						
Leche	125	125	ml	0,7		c/lt 0,09
Crema de Leche	70	70	ml	0,8		c/lt 0,06
Esencia de vainilla	7	7	ml	0,75		c/lt 0,01
Yemas	70	70	gr	0,15		c/lb 0,02
Azúcar	25	25	gr	0,6		c/lb 0,03
Maicena	10	10	gr	0,5		c/lb 0,01
Mantequilla	15	15	gr	1		c/lb 0,03
Merengue italiano	35	35	gr	0,35		c/lb 0,03
FRUTA DESHIDRATADA						
Naranja	10	10	gr	0,15		c/lb 0,00
Banana	10	10	gr	0,2		c/lb 0,00
Durazno	10	10	gr	0,2		c/lb 0,00
Manzana	10	10	gr	0,2		c/lb 0,00
ESFERIFICACION DE COCO						
Pulpa de coco	50	50	ml	1,25		c/lt 0,06
Agar – Agar	0,3	0,3	gr	20		c/lb 0,01
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO			C. VARIABLE
C.I.F 30% (PV)	0,18		CR=FC*CK	5%		% VARIOS
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,38		FC=1+D			TOTAL
U1=PV-∑CP	0,22		D=10%			C. PAX
U2=P.V.S-PV	1,08		CR=FC*CK	33%		C.M.P O VENTA
U neta= U1+U2	1,30					P.V
						P.V.S
						1,68

Anexo U Cheesecake de maracuyá

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	CHEESCAKE			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 20 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Queso crema	250	250	gr	1,39	c/lb	0,77
Huevos	10	10	UNIDAD	0,15	c/lb	0,05
Crema de leche	150	150	ml	1,59	c/lt	0,53
Pulpa de maracuyá	150	150	ml	1,25	c/lt	0,41
Leche condensada	90	90	gr	0,6	c/lb	0,12
ESPUMA DE DURAZNO						
Pulpa de durazno	100	100	ml	1,25	c/lt	0,13
Crema de Leche	100	100	ml	0,8	c/lt	0,08
Gelatina s / s	10	10	gr	1,05	c/lb	0,02
ESFERIFICACION DE CEREZA						
Pulpa de coco	50	50	ml	1,25	c/lt	0,06
Agar – Agar	0,3	0,3	gr	20	c/lb	0,01
CRUMBLE DE NUEZ						
Harina	50	50	gr	0,5	c/lb	0,06
Mantequilla	50	50	gr	1	c/lb	0,11
Azucar	50	50	gr	0,6	c/lb	0,07
Nuez	50	50	gr	4,3	c/lb	0,47
Flor comestible (Dalia)	10	10	gr	3	c/lb	0,07
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	2,95
C.I.F 30% (PV)	0,28		CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,15
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,59		FC=1+D		TOTAL	3,09
U1=PV-∑CP	0,35		D=10%		C. PAX	0,31
U2=P.V.S-PV	1,69		CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	2,04				P.V	0,94
					P.V.S	2,63

Anexo V Carta de la cafetería



Anexo W Manual de funciones



MANUAL DE FUNCIONES



Contenido

Misión.....	1
Visión.....	1
Políticas.....	2
Valores y Principios.....	3
Horario de entrada y salida del personal.....	4
Funciones del Personal.....	5
• Chef.....	5
• Ayudante de Cocina.....	5
• Posillero.....	6
• Mesero/ Cajero.....	6
Buenas prácticas de manufacturas.....	7
Producción.....	8
Normas del uso del uniforme.....	8
Almacenaje de materia prima.....	9
Normas para la higiene del personal.....	10
Manera correcta de lavarse las manos.....	11
Factores que favorecen al crecimiento bacteriano.....	12
Tabla de temperatura para el crecimiento bacteriano.....	13
Reglamento.....	14



MANUAL DE FUNCIONES

Misión

"LA VANGUARDIA" es un emprendimiento destinado para la sociedad en general ofreciendo altos estándares de calidad y servicio, con personal calificado y cumpliendo con todas las normas de manufactura, para satisfacer las necesidades de cada cliente.

Visión

"LA VANGUARDIA" busca ser una empresa pionera en el mercado local en 5 años, con preparaciones innovadoras, creativas y de alta calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores, utilizando equipos adecuados y de punta para la elaboración de cada uno de nuestros productos.



Políticas

La empresa, tiene que cumplir las siguientes normas.

- Trato ético para sus colaboradores.
- Tener conocimiento para el manejo adecuado de la materia prima.
- Todo el personal deberá de utilizar uniforme de la empresa perfectamente limpio.
- Mejorar procesos y definir los roles de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.
- Consolidar prácticas para atraer y retener el mejor talento.



Valores y Principios

CORPORATIVOS

- Solidaridad
- Respeto
- Buena actitud
- Honestidad
- Higiene
- Confianza
- Nobleza.



TRABAJO

- Responsabilidad
- Creatividad
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Tolerancia y puntualidad.

Horario de entrada y salida del personal.

CARGOS	HORARIO
Chef/ Gerente General	13H00 A 23H00
Ayudante de Cocina	14H00 A 22H00
Posillero	14H00 A 22H00
Cajero/Mesero	13H00 A 21H00

- Los horarios estarán sujetos a cambios según las necesidades de la empresa y la misma deberá anticipar a su personal para que no haya ningún tipo de mal entendido.
- La empresa no aceptara retrasos por parte del personal, todo retraso o permiso tiene que ser notificado anticipadamente.
- El personal deberá confirmar su horario de entrada firmando una hoja de control.
- Ningún trabajador podrá ausentarse de su lugar de trabajo a menos de una autorización por parte del administrador.



Funciones del personal.

Chef.

- Organizar de forma adecuada la cocina
- Supervisar la limpieza
- Supervisar la calidad de la materia prima.
- Capacitar al personal.
- Disminuir al máximo los desperdicios.
- Revisar si los platos salen adecuadamente.
- Estar a cargo del ayudante, posillero y mesero.
- Conocer sistemas contables para la apertura y cierre de caja.

Ayudante de Cocina.

- Mantener limpio el área de cocina.
- Realizar el mise in place.
- Elaborar las preparaciones dispuestas en el menú.
- Segundo a cargo en caso de no encontrarse el chef.
- Decoración de los platos.



Posillero

- Mantener limpia su área.
- Tener pues a punto todo lo relaciona con la vajilla.
- Mantener constantemente limpia la vajilla.
- Limpieza de bodegas y área de cocina.

Mesero/ Cajero

- Conocer el sistema para la elaboración de comandas.
- Dar la bienvenida los clientes y presentar la carta de la cafetería.
- Brindar a los clientes información si es necesaria en base a la carta.
- Mantener una excelente imagen de área.
- Preparar diariamente el informe de apertura y cierre de caja.



BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURAS.

Las buenas prácticas de manufacturas son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación.

- Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.
- Son indispensables para la aplicación del sistema HACCP (Análisis de peligros y puntos críticos de control), de un programa de gestión de calidad total o de un sistema de calidad como ISO 9001.

Las buenas prácticas de manufacturas se aplican en todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos y son una herramienta fundamental para la obtención de productos inocuos.

Constituyen un conjunto de principios básicos con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyen los riesgos inherentes a la producción y distribución.



Producción.

En las zonas donde se manipule alimentos o productos está prohibido todo acto que pueda resultar en contaminación de estos.

Evitar practicar actos que no son sanitarios tales como:

- Rascarse la cabeza u otras partes del cuerpo.
- Tocarse la frente.
- Llevar anillos o algún otro tipo de material.
- No llevar malla y gorro de cocina.

Normas del uso del uniforme.

- Malla para el cabello.
- Guantes para la manipulación de alimentos.
- Llevar el uniforme correctamente.
- Manos limpias y cortadas las uñas.
- Cabello recogido o corto en el caso de los hombres.
- Barba cortada.



Almacenaje de materia prima.

La materia prima, productos semiprosesados y procesados deben almacenarse y transportarse en condiciones apropiadas que impidan la contaminación de las mismas.

- Durante el almacenamiento debe ejercerse una inspección periódica de materia prima, productos procesados y de las instalaciones de almacenamiento, a fin de garantizar su inocuidad.
- En las bodegas de almacenamiento de materia prima, materiales de empaque, productos semiprosesados y procesados deben utilizarse tarimas adecuadas que permitan mantenerles a una distancia mínima de 20cm del suelo.
- Deben mantener los alimentos debidamente rotulados por tipo y fecha que ingresan a la bodega.



Normas para la higiene del personal

Como y cuando lavarse las manos:
La persona que manipule los alimentos debe lavarse las manos luego de realizar las siguientes actividades.

- Usar el baño.
- Manipular alimentos crudos.
- Tocarse el cabello.
- Estornudar.
- Fumar, comer, beber o masticar chicle.
- Sacar basura o desechos.



Manera correcta de lavarse
las manos.



Factores que favorecen al crecimiento bacteriano.

Temperatura: es un elemento muy importante en la proliferación de bacterias, la zona de peligro para el crecimiento de las bacterias en los alimentos esta entre 4°C y los 60°C.

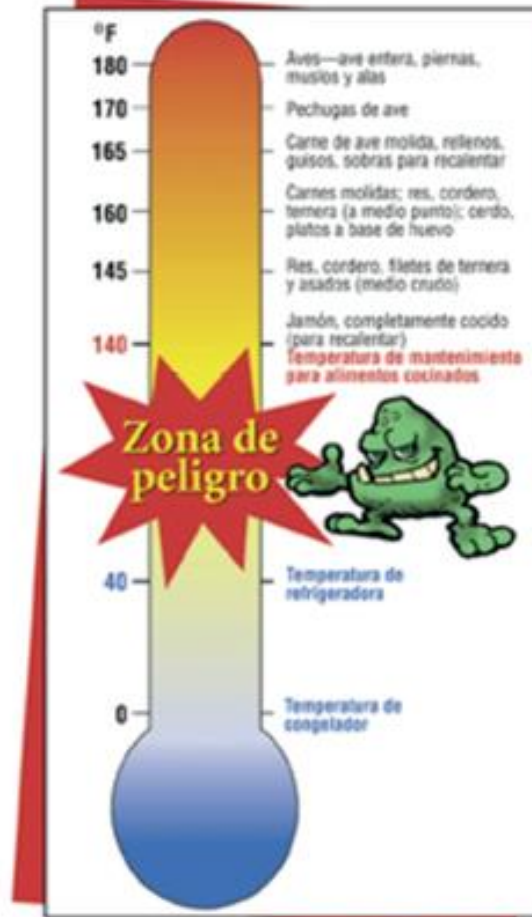
Tiempo: Algunas bacterias son capaces de reproducirse de 10 – 20 minutos, si tienen las condiciones adecuadas como nutrientes, humedad y temperatura.

Humedad: Se refiere a la cantidad de agua presente en los alimentos y que se encuentra disponible para el crecimiento de bacterias.

Nutrientes: Las bacterias necesitan alimento para poder desarrollarse prefiriendo carnes rojas, pollo, pescado y lácteos, razón por la cual se denominan alimentos de alto riesgo.



Tabla de temperaturas para
el crecimiento bacteriano.



Reglamento.



- No fumar dentro de la cafetería.
- No masticar chicle dentro del área de producción.
- No ingerir bebidas alcohólicas dentro de la cafetería.
- No utilizar perfume u otra fragancia contaminante de la materia prima.
- No arrimarse o sentarse sobre los equipos y materiales de producción.
- Desinfectar el área de producción y equipos antes de su uso.
- No utilizar teléfonos celulares.