



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS: CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA,
SERVICIOS INNOVADORES DE CALIDAD, OTAVALO 2013”**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GASTRONOMÍA**

AUTORES:

Paspuezán Velastegui Darwin Fernando

Quilumbango Aguirre Karen Tatiana

DIRECTOR DE TESIS:

MGS. José Hidrobo Guzmán

IBARRA-ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros: Quilumbango Aguirre Karen Tatiana y Paspuezán Velastegui Darwin Fernando, previo a la obtención del título de Licenciados de Gastronomía, en calidad de autores del Proyecto “PLAN DE NEGOCIOS CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA, SERVICIOS INNOVADORES DE CALIDAD, OTAVALO 2013”, nos permitimos certificar que lo escrito en este trabajo investigativo es de nuestra autoría a excepción de las citas y reflexiones utilizadas para el proyecto.

Ibarra, a los 12 días del mes de marzo del 2016.

Atentamente

Paspuezán Velastegui Darwin

Quilumbango Aguirre Karen

Dr. Guadalupe Rosero

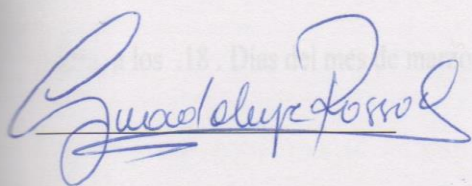
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO ENCARGADA

Ibarra, septiembre del 2015

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del trabajo de grado encargada presentado por los egresados Paspuezán Velastegui Darwin Fernando y Quilumbango Aguirre Karen Tatiana , para optar por el título de Licenciado en Gastronomía cuyo tema es: **“PLAN DE NEGOCIOS: CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA, SERVICIOS INNOVADORES DE CALIDAD, OTAVALO 2013”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de marzo del 2016.



Lic. Guadalupe Rosero

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO ENCARGADA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Paspuezán Velastegui Darwin Fernando y Quilumbango Aguirre Karen Tatiana con cédulas de identidad Nro. 100355486-0 y 100402254-5 manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“PLAN DE NEGOCIOS: CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA, SERVICIOS INNOVADORES DE CALIDAD, OTAVALO 2013”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Gastronomía en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los .18 . Días del mes de marzo de 2016.

(Firma): 

(Firma): 

Nombre: Paspuezán Velastegui D..

Nombre: Quilumbango Aguirre K.

Cédula: 100355486-0

Cédula: 100402254-5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100355486-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Paspuezán Velastegui Darwin Fernando		
DIRECCIÓN:	Priorato, Calle Mojanda y Panamericana Norte		
EMAIL:	darwin-pn25@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	06-2581045	TELÉFONO MÓVIL:	0982262474
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100402254-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Quilumbango Aguirre Karen Tatiana		
DIRECCIÓN:	Priorato, Calle Mojanda y Panamericana Norte		
EMAIL:	karentaty08@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	06-2581045	TELÉFONO MÓVIL:	0982262483
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"PLAN DE NEGOCIOS: CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA, SERVICIOS INNOVADORES DE CALIDAD, OTAVALO 2013"		
AUTOR (ES):	Paspuezán Velastegui Darwin Fernando Quilumbango Aguirre Karen Tatiana		
FECHA: AAAAMMDD	20016/03/18		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Gastronomía
ASESOR /DIRECTOR:	Mgs. José Hidrobo Guzmán

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, Paspuezán Velastegui Darwin Fernando y Quilumbango Aguirre Karen Tatiana con cédulas de identidad Nro. 100355486-0 y 100402254-5 respectivamente, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

Darwin Paspuezán

3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

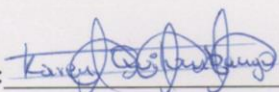
Ibarra, a los. 18 Días del mes de marzo de 2016.

LOS AUTORES:

(Firma): 

Nombre: Paspuezán Velastegui D.

Cédula: 100355486-0

(Firma): 

Nombre: Quilumbango Aguirre K.

Cédula: 100402254-5

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres: Laura, René a mi hermana Cinthya quienes me apoyaron en cada etapa importante de mi vida, brindándome apoyo moral y material, haciendo posible la culminación de esta etapa importante; y a mi esposo en reconocimiento a su apoyo moral.

Karen Quilumbango

Dedico este trabajo a toda mi familia, ya que cada uno de los miembros de la misma ha sido el pilar y el impulso para que culmine cada una de las etapas de mis estudios.

Especialmente a mis padres ya que ellos han sido los amigos incondicionales que he necesitado para levantarme de cada tropiezo, para así poder lograr cada uno de los propósitos que me he trazado

Darwin Paspuezán

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a cada una de las personas que forman parte del personal administrativo y docente los cuales impartieron cada uno de sus conocimientos dentro y fuera de las aulas, primero siendo nuestros amigos y luego nuestros maestros.

Estamos agradecidos con las autoridades de la universidad ya que con su esfuerzo y esmero nos han dotado de aulas y laboratorios de excelente calidad para así poder recibir todo el conocimiento que necesitamos para desarrollarnos como buenos profesionales

Gratitud a nuestro tutor Magister José Hidrobo Guzmán por las facilidades brindadas para el desarrollo de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	viii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
INDICE DE CONTENIDOS.....	ix
INDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN.....	xvii
SUMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPÍTULO I.....	20
DIAGNÓSTICO	20
ANTECEDENTES.	20
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	23
JUSTIFICACIÓN.	23
OBJETIVOS.	24
OBJETIVO GENERAL.....	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	24
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.	24
SERVICIO.....	24
PRODUCTOS.....	25
CLIENTES.....	26
METODOLOGÍA.....	26
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	26
DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA	27
DEFINICIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	28
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	28
MÉTODO TEÓRICO	28
EMPÍRICO	28
MATRIZ FODA.	29
CAPÍTULO II	31
ASPECTOS ORGANIZATIVOS	31

LOCALIZACIÓN OPTIMA DE LA CAFETERÍA.....	31
MACRO LOCALIZACIÓN	31
MICRO LOCALIZACIÓN.....	32
ASPECTO LEGAL DE LA EMPRESA.	32
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.....	32
ANÁLISIS INTERNO DE LA CAFETERÍA	33
NOMBRE.	33
LOGOTIPO.....	33
MISIÓN.	34
VISIÓN.	34
VALORES.	34
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	35
EQUIPO DE TRABAJO.....	35
PERFILES DE PUESTOS	36
NÚMERO DE PERSONAL REQUERIDO POR PUESTO	37
CAPÍTULO III.....	38
ANÁLISIS DE MERCADO	38
ANÁLISIS DEMANDA.....	38
ANÁLISIS OFERTA.....	38
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	38
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS:	39
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	39
RESULTADOS DE LA ENCUESTA	39
ESTRATEGIA DE MERCADO.....	52
PRODUCTO.....	52
PRECIO	52
PLAZA	52
PROMOCIÓN.....	53
ESTRATEGIA PUBLICITARIA.	53
PLAN DE MEDIOS	54
MEDIO PRINCIPAL.....	54
MEDIO SECUNDARIO.....	54
MEDIO AUXILIAR	54

PRESUPUESTO DE MEDIOS	54
CAPÍTULO IV	55
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	55
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR.	55
UBICACIÓN Y DIRECCIÓN.....	55
PRODUCCIÓN PROPIA/ SUBCONTRATACIÓN O COMERCIALIZACIÓN.....	55
DESCRIPCIÓN DE LA INSTALACIÓN.....	56
PLANO DE DISTRIBUCIÓN.....	56
CAPACIDAD INSTALADA	57
REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y ACCESORIOS.	57
PROVEEDORES.....	61
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	61
FLUJOGRAMA DEL PROCESO.....	62
RECETA ESTÁNDAR.....	62
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	74
IMAGEN CORPORATIVA	75
CAPÍTULO V.....	78
ANÁLISIS FINANCIERO	78
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN.....	78
EQUIPOS DE COCINA Y BAR.....	79
EQUIPOS DE OFICINA.....	80
MUEBLES Y ENSERES DE COCINA, OFICINA Y BAR.....	80
UTENSILIOS DE COCINA.....	81
COSTO DE PRODUCCIÓN.....	83
GASTO INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	83
CÁLCULO DE REMUNERACIÓN	83
PROYECCIÓN DE VENTAS COSTOS Y GASTOS.....	83
PRESUPUESTO DE VENTAS.....	84
COMPRA DE MATERIA PRIMA	85
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	90
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	90
PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA.....	90
ESTADO DE RESULTADOS.....	91

FLUJO DE CAJA.....	91
ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA.....	92
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN TIR-VAN.....	92
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).	92
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	93
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	94
RELACIÓN COSTO/BENEFICIO.....	94
TIEMPO DE RECUPERACIÓN.....	95
ANÁLISIS FINANCIERO.....	95
CAPÍTULO VI.....	96
IMPACTOS	96
IMPACTO ECONÓMICO	97
IMPACTO SOCIAL CULTURAL.....	98
IMPACTO AMBIENTAL.....	99
IMPACTO TURÍSTICO.....	100
IMPACTOS GENERAL.....	101
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFÍA.....	105
GLOSARIO	107
ANEXOS.....	109

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Servicios.....	25
Tabla 2. Población	26
Tabla 3. Demografía	27
Tabla 4. Competencia	38
Tabla 5. Pregunta 1	40
Tabla 6. Pregunta 2	41
Tabla 7. Pregunta 3	42
Tabla 8. Pregunta 4	43
Tabla 9. Pregunta 5	44
Tabla 10. Pregunta 6	45
Tabla 11. Pregunta 7	46
Tabla 12. Pregunta 8	47
Tabla 13. Pregunta 9	48
Tabla 14. Pregunta 10	49
Tabla 15. Pregunta 11	50
Tabla 16. Pregunta 12	51
Tabla 17. Presupuesto de Medios	54
Tabla 18. Capacidad.....	57
Tabla 19. Equipos de cocina	57
Tabla 20. Equipos de bar	58
Tabla 21. Equipos de oficina	58
Tabla 22. Muebles y enseres de cocina.....	58
Tabla 23. Muebles y enseres del bar.....	58
Tabla 24. Muebles y enseres de oficina.....	59
Tabla 25. Utensilios de cocina.....	59
Tabla 26. Menaje de bar.....	60
Tabla 27. Menaje de comedor.....	60
Tabla 28. PVP	75
Tabla 29. Presupuesto de la inversión.....	78
Tabla 30. Equipos de cocina	79
Tabla 31. Equipos de bar	79
Tabla 32. Equipos de oficina	80

Tabla 33. Muebles y enseres de cocina.....	80
Tabla 34. Muebles y enseres de bar	80
Tabla 35. Muebles y enseres de oficina	80
Tabla 36. Utensilios de cocina	81
Tabla 37. Menaje de bar.....	82
Tabla 38. Menaje de comedor.....	82
Tabla 39. Gasto indirectos de fabricación.....	83
Tabla 40. Calculo de remuneración	83
Tabla 41. Presupuesto de ventas	84
Tabla 42. Materia prima.....	85
Tabla 43. Materia prima.....	85
Tabla 44. Materia prima.....	86
Tabla 45. Materia prima.....	86
Tabla 46. Materia prima.....	87
Tabla 47. Materia prima.....	87
Tabla 48. Materia prima.....	88
Tabla 49. Materia prima.....	88
Tabla 50. Materia prima.....	89
Tabla 51. Materia prima.....	89
Tabla 52. Presupuesto de mano de obra directa.....	90
Tabla 53. Gastos administrativos.....	90
Tabla 54. Producción y venta.....	90
Tabla 55. Resultados.....	91
Tabla 56. Flujo de caja.....	91
Tabla 57. Posición Financiera.....	92
Tabla 58. TIR.....	93
Tabla 59. VAN.....	93

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1.Mapa	31
Gráfico 2.Mapa Otavalo.....	32
Gráfico 3.Organigrama	35
Gráfico 5.Resultado 1	40
Gráfico 6.Resultado2	41
Gráfico 7.Resultado 3	42
Gráfico 8. Resultado 4	43
Gráfico 9. Resultado 5	44
Gráfico 10. Resultado 6	45
Gráfico 11. Resultado 7	46
Gráfico 12. Resultado 8	47
Gráfico 13. Resultado 9	48
Gráfico 14. Resultado 10	49
Gráfico 15. Resultado 11	50
Gráfico 16. Resultado 12	51
Gráfico 17. Vestimenta	52
Gráfico 18. Plano	56
Gráfico 19. Flujograma.....	62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA.....	110
ANEXO 2. AFICHE.....	113
ANEXO 3. LOGO	114
ANEXO 4. RECETA 1.....	115
ANEXO 5. RECETA 2.....	116
ANEXO 6. RECETA 3.....	117
ANEXO 7. RECETA 4.....	118
ANEXO 8. RECETA 5.....	119
ANEXO 9. RECETA 6.....	120
ANEXO 10. RECETA 7.....	121
ANEXO 11. RECETA 8.....	123
ANEXO 12. RECETA 9.....	124
ANEXO 13. RECETA 10.....	125
ANEXO 14. RECETA 11.....	126
ANEXO 15. RECETA 12.....	127
ANEXO 16. RECETA 13.....	128
ANEXO 17. RECETA 14.....	129
ANEXO 18. RECETA 15.....	130
ANEXO 19. RECETA 16.....	131
ANEXO 20. RECETA 17.....	132
ANEXO 21. RECETA 18.....	133
ANEXO 22. RECETA 19.....	134
ANEXO 23. RECETA 20.....	135
ANEXO 24. RECETA 21.....	136
ANEXO 25. RECETA 22.....	137
ANEXO 26. RECETA 23.....	138
ANEXO 27. RECETA 24.....	139
ANEXO 28. RECETA 25.....	140
ANEXO 29. RECETA 26.....	141

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para la creación de una cafetería de estilo rústico, con servicios innovadores de calidad en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, debido a la carencia de cafeterías con ambientes óptimos, personal capacitado y servicios deficientes que existen en las cafeterías de dicha ciudad.

La metodología que se utilizó para obtener los datos del análisis, consiste en el método de investigación de campo que es por medio de una encuesta en donde se manejó un cuestionario de preguntas cerradas con todas las alternativas posibles que se desea evaluar y queremos conocer.

Se hizo un análisis y de esta manera se obtiene resultados que nos permitirán conocer la problemática de las cafeterías existentes y la aceptación de una nueva propuesta en la Ciudad de Otavalo.

Es un plan que va encaminado a cumplir las mismas funciones que tiene una microempresa, y para lograr las metas trazadas es necesario llevar a cabo una serie de estrategias en la ejecución del plan para evitar el fracaso de la misma; pues para emprender un plan de este tipo y obtener el éxito esperado de un negocio con las características propuestas, se debe conocer a cabalidad todas las áreas sobre todo las de administración y servicios.

SUMMARY

This paper aims to design a business plan for creating a rustic-style café with innovative quality services in the city of Otavalo, Imbabura province, due to the lack of cafes with optimal environments, trained personnel and services poor that exist in the cafes of the city.

The methodology used for data analysis is the method of field research is through a survey where a questionnaire of closed questions with all possible alternatives to be evaluated was handled and we want to know.

An analysis was made and thus results that allow us to know the problems of existing cafes and acceptance of a new proposal in the City of Otavalo is obtained.

It is a plan that is aimed to perform the same functions that have a small business, and to achieve the goals it is necessary to carry out a number of strategies in implementing the plan to avoid failure thereof; as to undertake a plan of this type and get the expected success of a business with the proposed features, you must know fully all areas especially administration and services.

INTRODUCCIÓN

El proyecto presenta el desarrollo de distintos análisis, con el objetivo de demostrar la viabilidad del siguiente plan de negocios con servicios innovadores ubicada en el Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

Dicho trabajo especificará el área de interacción, además se realizará un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación de la cafetería por parte de los potenciales consumidores y se obtendrá las características de los mismos.

Dicho proyecto consta del diagnóstico, en donde se realiza una breve introducción acerca de las cafeterías ubicadas en dicho lugar, el objetivo general, descripción del proyecto, determinación y cálculo de muestra además el análisis interno y externo de la cafetería; se realiza un análisis sobre los Aspectos organizativos, donde se habla sobre la misión, visión, organización de la empresa, descripción de perfiles de puestos, aspectos legales y su localización.

En base a todos estos factores se realiza un Análisis de mercado, en donde se determina en mayor porcentaje una demanda insatisfecha, con la ejecución de esta cafetería se pretende cubrir gustos, necesidades, preferencias de nuestros posibles consumidores.

Con los aspectos anteriores se realizará un Análisis financiero donde se determina el presupuesto de inversión, las ventas proyectadas y requerimiento de materia prima; en donde se podrá determinar la factibilidad del proyecto y la utilidad del mismo.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

1.1. Antecedentes.

El café constituye un importante producto básico de la economía y consumo mundial, esto ha permitido un impulso en la creación de cafeterías con diferentes servicios en calidad, servicio y variedad de consumo: café, café en leche, agua aromática, té, etc., pero pocos cuentan con ambientes acogedores, innovadores y diferentes a los comunes para que los consumidores se sientan cómodos al momento de recibir una gama de servicios de calidad, a la vez disfruten de áreas de entretenimiento, música en vivo, arte plástico, y sobre todo el uso de redes de comunicación. (Baldeón, 2012, 15)

En el caso de la ciudad de Otavalo, podemos encontrar una gran variedad de servicios que ofrecen las cafeterías, por ejemplo existen cafeterías que: promocionan postres, pasteles tradicionales de la Región acompañados de café filtrado; otras que personalizan tortas según la necesidad del cliente y otras que poseen una gran variedad de productos, como las bebidas que pueden ser frías o calientes, los bocaditos, etc.

A pesar de contar con una oferta variada de cafeterías, se ha identificado la falta de establecimientos que puedan ofrecer a los clientes un espacio de armonía, tranquilidad donde ellos puedan disfrutar de su estadía según lo deseado, sin necesidad de ser perturbados, que además de una simple taza de café puedan deleitarse de una diversidad de preparaciones y servicios; como es el ambiente habitual de las cafeterías parisinas.

Es clara la necesidad de crear tipos de establecimientos que permitan realizar fusión de culturas; se utilizará el concepto de las cafeterías parisinas combinadas con ambientes rústicos, implementándolo en nuestra sociedad, es decir se crearán áreas donde se puedan sentir cómodos sin ser perturbados, áreas sociales donde la música contemporánea tenga lugar para dar a conocer artistas locales y donde pueda admirar el arte de los caricaturistas plasmando nuestra cultura en su retrato, simplemente un lugar que al momento de ingresar sea transportado a una atmósfera romántica y cultural como lo son este tipo de cafeterías parisinas.

La creación de la cafetería con servicios innovadores de calidad, es un plan que va encaminado a cumplir las mismas funciones que tiene una microempresa, y para lograr las metas trazadas es necesario llevar a cabo una serie de estrategias en la ejecución del plan para evitar el fracaso de la misma; pues para emprender un plan de este tipo y obtener el éxito esperado de un negocio con las características propuestas, se debe conocer a cabalidad todas las áreas, sobre todo las de administración y servicios.

Las cafeterías son establecimientos en los cuales el objetivo principal es de gustar de un buen café y de una gran variedad de aperitivos deliciosos, rodeados de una infraestructura y ambientes comparadas con las de un bar o un restaurante. Son sitios de reuniones para discutir temas importantes con la familia, amistades, compañeros de trabajo, parejas y no simplemente como un lugar de consumo.

Históricamente las cafeterías eran lugares a donde ingresaban caballeros, debido a que él café lo empezaron a consumir los hombres religiosos en su tiempo de desvelo. “Los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que se obtenía del comercio del café en Europa”. (Baldeón, 2012,20)

Una de las primeras cafeterías que fueron abiertas al público fue en Londres en 1692, pero pronto se dio una amplia competencia, y es así como en 1693 existían en la capital inglesa más de 300 cafés, donde era costumbre discutir vivamente la actualidad política, cortesana y social.¹ De todos modos, no fue en Inglaterra donde las cafeterías llegarían a imponerse, pues los anglosajones se han destacado más por la infusión de té.² (Capdevila, 201, 2)

Las cafeterías se vieron albergadas en las culturas de ciudades como París, Viena cuya principal característica era que los establecimientos ofrezcan a las personas un lugar para pasar el tiempo, a diferencia de Italia en donde las cafeterías se dedicaban únicamente a ofrecer el producto en el menor tiempo posible.

Una de las cafeterías más antiguas y famosas creadas en el Ecuador es el “El Madrilón” ubicada en el casco colonial quiteño, cuya apertura fue en mayo de 1976, a la cual asistían frecuentemente un grupo de entusiastas y visionarios generales y almirantes.

Actualmente en algunos países a las cafeterías se las conoce como sitios en donde los mismos clientes se encargan de pasar con una bandeja por una barra para que los camareros distribuyan los alimentos que elijan, a manera de un servicio de bufet.

Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto y cultura de cafeterías instalando unas 5.000 en todo el mundo.

La ciudad de Otavalo se ha convertido en una de las más visitadas por turistas nacionales y extranjeros debido a la existencia de diversas culturas indígenas con sus distintas costumbres, tradiciones, artesanías y gastronomía; por tal motivo se ha visto la necesidad de crear sitios en los cuales puedan disfrutar de un ambiente cálido y acogedor, desde espacios recreativos, hasta lugares especializados para la atención a las personas que visitan esta ciudad. Por tal razón los negocios no solamente deben orientarse a ganar dinero sino también a ofrecer una excelente calidad en la producción y servicio de alimentos.

Es por esto que en la ciudad de Otavalo, se puede observar una gama de productos, servicios innovadores en cuanto a tecnología e instalaciones se refiere dando así beneficios a los clientes, pero estos beneficios con el pasar del tiempo han desencadenado un incremento de establecimientos con un nivel de competencia alto no solo entre negocios que se dedican a la misma actividad sino también para cubrir las necesidades de los clientes, es por ello que se ha optado por realizar un plan para el diseño de una cafetería con un servicio innovador e instalaciones rústicas que identifican al Ecuador, los mismos que brindarán un ambiente relajante para que el cliente sienta la experiencia de comer y beber sin molestia alguna.

Al mismo tiempo ofrecer una variedad de postres, bebidas, abre bocas y sándwich en las cuales se utilizaran algunos productos andinos como: chocho, zanahoria blanca, maíz, camote, entre otros.

Se harán las cosas de manera diferente, se experimentará formas y procesos más eficientes. Se da la bienvenida a la innovación, siempre y cuando esta sea la mejor.

El alto índice de llegada de turistas a la ciudad de Otavalo, en el mercado actual que existe en Ecuador, crea un difícil desarrollo al implementar un nuevo negocio debido a que la competencia es intensa en los negocios ya existentes, necesitando así de grandes inversiones en un plan de marketing. Es por ello que se ha optado en la creación de una cafetería con instalaciones rústicas, donde podemos encontrar una sala de libros, juegos y delicatessen.

A pesar de la alta productividad y el crecimiento de población en la ciudad de Otavalo, la falta de empleo es un gran problema, es por esto que la creación de nuevos establecimientos generará fuentes de empleo y excelente servicios para el cliente.

1.2.Planteamiento del problema.

El cantón Otavalo posee una población de 104874 habitantes distribuidos en diferentes comunidades, con diferentes costumbres y tradiciones que con el tiempo han ido avanzando, estableciendo la necesidad de relacionarse entre ciudadanos (amigos, pareja, familia), donde el servicio y la gastronomía son necesarios.

La deficiencia de cafeterías con ambientes óptimos ha ocasionado que la estadía de los consumidores no sea duradera, el personal sin experiencia al momento de atender al cliente genera la existencia de calidad al momento de servir; los servicios deficientes también ocasionan la poca fidelidad al momento de acudir a la cafetería.

La implementación de la cafetería tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los moradores, ofreciendo un ambiente acogedor y un servicio profesional.

1.3.Justificación.

ANÁLISIS DE LA NUEVA CONSTITUCIÓN

Agua y alimentos menos accesibles

Art. 13. El derecho a la alimentación incluye el acceso libre y permanente a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para una alimentación sana, de calidad, de acuerdo con la cultura, tradiciones y costumbres de los pueblos. (Constitución de la república del Ecuador, 2011, 13)

De la alimentación y nutrición

Art. 16. El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región, y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes. (Constitución de la república del Ecuador, 2011, 13)

Realizadas las encuestas se concluye, que la factibilidad de una nueva cafetería tendrá buena aceptación, debido a que no hay cafeterías que cumplan con las necesidades y requerimientos de los moradores.

La cafetería estará enfocada a brindar un ambiente confortable, diversas preparaciones utilizando alimentos nutritivos; el talento humano a contratar será calificado con actitud y experiencia, utilizaran uniformes atractivos e innovadores.

Dicho esto es indispensable implementar un negocio que va hacer propio; a más de constituir una realización personal generará empleo y contribuirá al desarrollo socio-económico de la ciudad y también al desarrollo comercial. Un negocio propio permite mejorar el precio para que los clientes queden satisfechos y se pueda diferenciar de la competencia.

1.4.Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

Diseñar un plan de negocios para la creación de una cafetería de estilo rústico, con servicios innovadores de calidad en la ciudad de otavalo, provincia de Imbabura.

1.4.2. Objetivos específicos.

- a) Realizar un estudio de mercado, que apunte a conocer los gustos, necesidades y preferencias de los clientes potenciales.
- b) Desarrollar un estudio técnico para definir el equipamiento y la infraestructura requerida en el plan de negocios propuesto dentro de un espacio físico adecuado para el funcionamiento de la Cafetería.
- c) Desarrollar un estudio administrativo legal con el fin de constituirla según normativa estatal.
- d) Elaborar un estudio financiero para identificar los recursos económicos tales como la inversión, financiamiento, ventas, ingresos y egresos que determinen la rentabilidad del Plan.

1.5.Descripción Del Proyecto.

1.5.1. Servicio.

En la cafetería las personas buscan degustar del servicio de un buen café, además se puede encontrar la oferta de otras bebidas e incluso se puede brindar el servicio de bocaditos, ensaladas sandwiches y tortas..

Es por esto que en la ciudad de Otavalo, es propicio e indispensable contar con un lugar en el cual las personas tengan comodidad y un servicio de calidad, que se lo garantiza con la capacitación del talento humano que colaborara en el establecimiento.

Por lo cual la cafetería contará con ambientes rústicos con un tipo de innovación que sea del agrado del cliente y que le permitan sentirse cómodo y satisfecho. Entre las áreas de la cafetería podemos encontrar comida, reproducción de videos, danza y música en vivo que permita rescatar los valores y mantener el arte y las raíces de la cultura otavaleña, en virtud de lo esperado por los turistas. En las cuales el cliente sea atendido por el talento humano capacitado para brindar un excelente servicio.

Los ambientes de la cafetería serán distribuidos correctamente con una decoración rustica, que cuente con la amplitud necesaria y los elementos necesarios que permitan al cliente recibir el mejor de los servicios.

Tabla 1.Servicios

SERVICIOS	CARACTERISTICAS
WI-FI	Los clientes podrán tener acceso al WI-FI sin costo alguno
ÁREA DE LECTORES	La cafetería contará con una amplia gama de libros y revistas para que las personas que gusten de la lectura puedan alargar su estadía.
MÚSICA EN VIVO	Música folclórica que caracteriza a la ciudad y distintos artistas que canten música suave de acuerdo al ambiente que ofrece el lugar.

Elaborado por: los autores

1.5.2. Productos.

La cafetería ofrecerá a sus clientes una gran variedad de alimentos elaborados con productos andinos como humitas, torta de zanahoria blanca o yuca, galletas de amaranto, galletas de quinua, muchines de yuca, ya que estos tienen un alto valor nutritivo lo cual permitirá proporcionar una alimentación saludable a los clientes; además brindará a sus clientes una

diversidad de bebidas como: chocolate caliente, cappuccino, mocaccino, aromáticas, y para picar empanadas, bolones, a base de productos andinos.

1.5.3. Clientes.

El servicio está enfocado para personas de 18 a 50 años, sin discriminar cultura, nacionalidad y género. Además ofreceremos nuestro servicio a las personas que deseen disfrutar de un momento agradable en compañía de su familia, pareja, amigos.

1.6. Metodología.

Existen varias formas de realizar la investigación de campo:

Encuesta: se realiza para recolectar datos directos que permitan obtener información de primera mano.

Observación: es indirecta y se la realiza en el lugar a estudiarse.

Para este proyecto se va a emplear la encuesta, que será diseñada con preguntas cerradas y de selección múltiple la misma que será aplicada en el centro de la Ciudad de Otavalo.

1.6.1. Segmentación de mercado.

Es un proceso en el cual se divide el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños.

Para segmentar el mercado se tomará en cuenta algunos parámetros que definan el mercado meta.

1.6.1.1. Segmentación geográfica

Tabla 2. Población

CANTON	104874
PARROQUIA	52753
BARRIO SAN LUIS	8573

Fuente: INEC

Elaborado por: los autores

1.6.1.2.Segmentación demográfica

Se basa en un grupo con una edad determinada, y nivel socio económico, a continuación se detalla la segmentación:

Tabla 3.Demografía

Edad	18-50
Nivel socio económico	Población económicamente activa

Elaborado por: los autores

1.6.2. Determinación del universo y muestra

1.6.2.1.Universo

El universo que se tomará en cuenta para el cálculo de la muestra es tomada de la población urbana den centro de la ciudad de Otavalo, la población económicamente activa comprendida entre 18-50 años para ejecutar el estudio de mercado se utilizará las encuestas.

1.6.2.2.Calculo de la Muestra

Con los datos obtenidos, se calculará la muestra. La fórmula que se aplicará es la siguiente.

$$n = \frac{N \cdot \partial^2 \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + \partial^2 \cdot Z^2}$$

Dónde:

N = Población

∂^2 = varianza 0,5

Z^2 = confianza 1,96

(N-1) corrección de la población

E^2 = Error admisible 0,10

$$n = \frac{8573 \times 0,5^2 \times 1,96^2}{(8573-1)0,10^2 + 0,5^2 \times 1,96^2}$$

$$n = \frac{8233,51}{86,68} = 95$$

Según los datos obtenidos se aplicará 95 encuestas.

1.6.3. Definición del Tamaño de la Muestra.

De acuerdo a los objetivos planteados para analizar la factibilidad del plan se determinó un nivel de confianza requerido del 90%, con un error del 10% en los resultados de las encuestas. Para poder determinar el tamaño de la muestra de la población a ser estudiada y para obtener la desviación estándar del consumo se aplicó un muestreo piloto de 95 encuestas.

Con estos datos se calcula el tamaño de la muestra de la población a aplicar la encuesta.

1.7. Metodología de la Investigación.

La metodología de la investigación estará encaminada a cumplir con los siguientes aspectos:

1.7.1. Método teórico

Análisis

A través del análisis vamos a descomponer un todo de la propuesta para estudiar en forma intensiva cada uno de sus elementos, características y relaciones entre cliente-empresa (Raúl, 2009)

Síntesis

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis, se trata de hacer una explosión metódica y breve (Ferrer, 2010)

1.8. Empírico

Es aquel método que no necesita de comprobación o de un estudio previo, aprendemos sin necesidad de estudiar. Es aquel método q se realiza para llegar a determinada conclusión a través de la experiencia, básicamente es aprender a base de experiencias que pueden ser tanto positivas o negativas; con la lógica empírica podemos observar la aceptación de los posibles clientes e identificar los gustos.

1.9.Matriz FODA.

El análisis FODA es una herramienta importante dentro del proyecto, nos permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico correcto para el buen funcionamiento de la misma.

ANALISIS INTERNO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Equipo y tecnología de primera.</p> <p>Infraestructura moderna.</p> <p>Calidad del servicio y ambiente acogedor.</p> <p>Talento humano y capacitación permanente.</p>	<p>Falta de experiencia en la elección de proveedores por ser nuevos en el mercado</p> <p>Permanencia mínima en el mercado</p> <p>Construcción con acabados elegantes.</p>

ANALISIS EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Demanda creciente de consumidores.</p> <p>Sector que cuenta con todos los servicios básicos.</p> <p>Adquisición de productos de buena calidad a bajo costo.</p> <p>Facilidad de crédito</p> <p>Creciente consumo en este tipo de lugares.</p>	<p>Interés de otras personas en imitar el proyecto.</p> <p>Poca fidelidad de los clientes.</p>

Potencialización de las fortalezas y oportunidades

- Debido a que se contará con equipos y tecnología de calidad será fácil entrar en competencia con las otras microempresas.
- La ubicación es una parte importante ya que existe afluencia de personas y además el lugar cuenta con todos los servicios básicos que es indispensable para un buen servicio.

Disminución de amenazas y debilidades

- Las debilidades son producidas por las dudas que se presentan al momento de ejecutar en plan, la falta de presupuesto hace que no podamos contar con acabados elegantes, además la aceptación en el mercado permite que la permanencia sea mínima en el mercado. Por otra parte tenemos la duda de que por ser nuevos en el mercado tenemos una mala experiencia al momento de elegir los proveedores.
- El servicio ira mejorando día a día para mantener clientela fiel e incrementar, ya que el proyecto es de fácil imitación y existe infidelidad por parte de la misma.

CAPÍTULO II

2. Aspectos organizativos

2.1. Localización óptima de la cafetería.

2.1.1. Macro localización

San Luis de Otavalo, o simplemente Otavalo, es una ciudad de la provincia de Imbabura, en Ecuador; con una población de 104874 habitantes, Se ubica a 95 km al noreste de Quito y 20 km al sur de Ibarra. Su clima es mediterráneo-templado seco o sub-andino de valles. Su temperatura oscila entre 12 y los 25 °C. Se encuentra a 4 km al sureste se encuentra el lago "San Pablo" y a 8 km al noreste está el volcán Imbabura.. Otavalo ha sido declarada como “Capital intercultural de Ecuador” por ser una ciudad con enorme potencial en varios aspectos, poseedor de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial. Este valle andino es hogar de la etnia indígena kichwa de los Otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica. La Plaza de Ponchos o Plaza Centenario, colorido mercado artesanal más grande de Sudamérica, es un sitio de confluencia a donde gente de todas partes del mundo llega para admirar la diversidad y habilidad artesanal y comercial.

Gráfico 1. Mapa

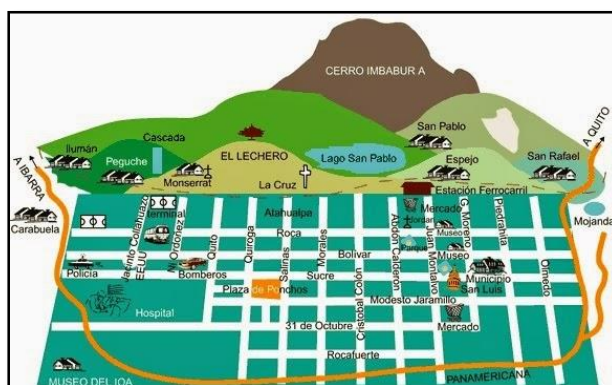


Fuente: Google

2.1.2. Micro localización

Estará localizada en la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Ciudad de Otavalo, en las calles Sucre y Morales frente a la Plaza de Ponchos.

Gráfico 2. Mapa Otavalo



Fuente: Google

2.2. Aspecto Legal de la Empresa.

La cafetería es una sociedad anónima, suele formarse libremente y se halla constituida por dos o más personas; es necesario realizar la escritura pública de la creación de la empresa, para lo que previamente se requiere la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil y haber efectuado la creación y pago de la cuenta de integración del capital a formar la empresa, que al ser una compañía anónima se creará con el mínimo requerido para el efecto que es actualmente de \$800,00 USD

2.3. Permiso de funcionamiento

Cuerpo de bomberos - Permiso de funcionamiento: los requisitos son, copia de cedula (primera vez), solicitud al primer jefe de Bomberos del sector, copia de patentes.

Servicio de Rentas Internas – RUC: los requisitos son; formularios debidamente firmados por el representante legal o apoderado, original y copia, de la escritura pública de constitución en el Registro Mercantil, original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación, ubicación del establecimiento, cobranza del impuesto predial.

Dirección Provincial de salud de Imbabura - Permiso sanitario: los requisitos son; solicitud de inspección, patente municipal, copia de la cedula y papeleta de votación, copia del RUC, certificado del cuerpo de Bomberos, certificado de salud.

Registro de marca otorgado por el IEPI –Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

Patente municipal, para su obtención es necesaria la escritura de constitución de la compañía, copia de la cedula del representante legal, cancelar el monto económico, resolución de compañías.

Ministerio de Turismo – Permiso de funcionamiento: para obtener este permiso se necesita; copia del RUC, Copia de patente, Copia del permiso anual de funcionamiento.

2.4. Análisis interno de la cafetería

2.4.1. Nombre.

El nombre de la cafetería será, Suave aroma S.A.

2.4.2. Logotipo.



El logotipo es un diseño simple, que con su color y su forma representa a una cafetería, es capaz de ser reproducido en cualquier tamaño ya sea pequeño o grande, es muy útil para la publicidad que se va a utilizar.

Lo que se busca con este diseño es identificar la marca de la empresa y distinguirla de la competencia.

2.4.3. Misión.

La Cafetería será una entidad de prestigio y reconocida en sus labores, para ello contará con personal altamente capacitado y también su maquinaria será de punta para un magnífico desarrollo. Sus principales misiones son:

Hacer productos de calidad.

Lucrar en beneficio de sus inversionistas.

Brindar trabajo a terceros

2.4.4. Visión.

La Cafetería en los tres próximos años será una entidad reconocida con infraestructura propia, y estará en capacidad de competir con otras empresas que se dediquen a la venta de bebidas y alimentos procesados, y también tener otro local con las mismas características para la venta de nuestros productos en un lugar con mayor intensidad comercial de esta ciudad, y al cumplir los cinco años de estabilidad tener la capacidad operacional y económica para dar apertura a nuevas sucursales en distintos lugares del país.

2.4.5. Valores.

Compromiso: con nuestro país, con los clientes, con nosotros mismos, tenemos una gran responsabilidad.

Pasión: es nuestro motivador a ser siempre mejores, con amor a lo que hacemos, a cada detalle, la pasión que nos lleva al éxito continuo.

Atención al cliente: la parte más importante para nosotros es que disfrutes de la mejor atención y calidez, completando la experiencia con un delicioso café 100% ecuatoriano.

Perfección: a través del desarrollo de cada uno de nuestros productos y capacitando constantemente a nuestros trabajadores para que siempre entreguen lo mejor de sí en cada preparación y en el inigualable servicio.

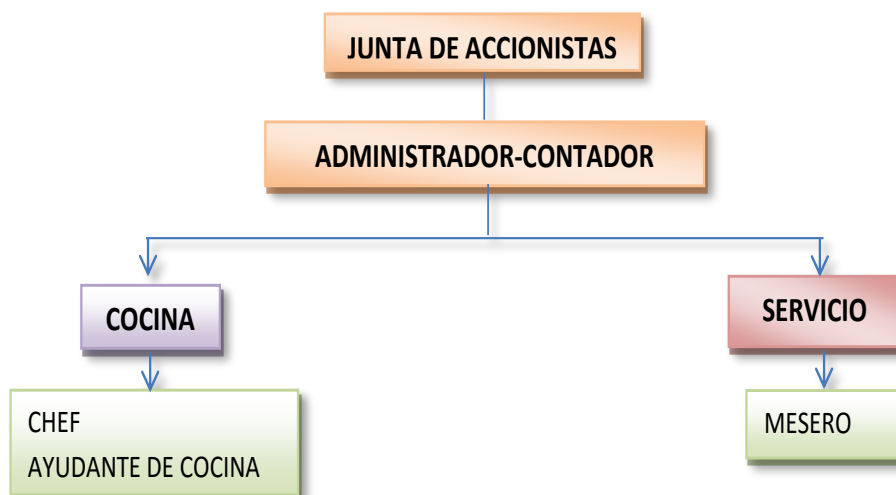
Trabajo en equipo: obteniendo lo mejor de cada persona a favor de la empresa y mejorando constantemente, resulta una sinergia que se refleja en el servicio al cliente y la calidad en el producto.

2.5.Organigrama de la Empresa.

Al tratarse de la creación de una microempresa, cuya característica principal es que cuenta con poco personal, algunos puestos de trabajo reflejados en el siguiente organigrama son multifuncionales, es decir una sola persona ejerce varias funciones, por ejemplo el Administrador, además de ejercer la representación legal de la empresa judicial y extrajudicialmente, ayudará al personal de la cafetería, y será el encargado de negociar con proveedores y con empresas relacionadas.

En la parte inferior del organigrama se encuentra el personal relacionado con el proceso productivo y de venta de los productos, sus funciones fueron detalladas en el título que hace referencia a la mano de obra necesaria. El organigrama de la empresa se encuentra en el siguiente gráfico.

Gráfico 3.Organigrama



Fuente: Los Autores

2.6.Equipo de Trabajo

En lo referente a la mano de obra se requiere de personal capacitado, con experiencia en la preparación de bebidas y actitud de servicio. El personal estará conformado por hombres y mujeres jóvenes que residan en la provincia de Imbabura de preferencia en la ciudad de Otavalo, con buena presencia y de buenas costumbres, deberán ser proactivos en las actividades encomendadas para lo cual se realizarán controles periódicos de estos aspectos.

Este plan generará 2 plazas de trabajo a tiempo completo relacionados con la operación directa del negocio. Adicionalmente se generarán 2 plazas de trabajo para administradores del local y se empleará a manera de honorarios a los artistas. La ocupación del personal operativo mencionado por cada turno de trabajo será de 8 horas.

2.6.1. Perfiles de puestos

Chef

Excelente actitud de servicio

Capaz de desarrollar trabajo en equipo y dispuesto a trabajar bajo presión.

Conocimiento en preparación de los alimentos de acuerdo con los estándares de calidad, técnicas, control de calidad, pruebas y presentación de acuerdo con lo establecido.

Conocimiento para elaboración de platillos.

Excelente presentación personal y hábitos de higiene.

Debe tener disponibilidad de tiempo

Perfil

Formación: estudios superiores en Gastronomía

Conocimientos requeridos: conocimientos en cocina caliente y fría normas de sanitación y almacenamiento de materia prima y procesada

Experiencia: mínima de 2 Años en cargos similares, decoración y montaje de platillos.

Ayudante de cocina

Se encargará de colocar los aderezos de la preparación de las guarniciones y colaborará en el despacho de los productos y la limpieza del área de trabajo

Al inicio del día será el encargado de receiptar, revisar y almacenar los insumos entregados por los proveedores.

Deberá ser personal con experiencia en trabajos en restaurantes, por lo menos con estudios secundarios.

Perfil

Formación: bachiller o afines al tema

Conocimientos requeridos: conocimientos en cocina caliente y fría, preparación y decoración de platos.

Experiencia: mínima de 2 Años en cargos similares, decoración y montaje de platillos.

Mesero

Encargado de recibir y tomar el pedido al cliente

Comunicar a la cocina sobre el pedido

Servir los platos y limpiar las mesas

Al finalizar el turno deberá apoyar con la limpieza de la cafetería.

Perfil

Formación: bachiller o estudios afines

Conocimientos requeridos: alimentos y bebidas, despacho y montaje de platos.

Experiencia: mínima de 2 Años en cargos similares, servicio al cliente.

2.7. Número de personal requerido por puesto

Planificar el personal evita el exceso o falta del mismo, contribuyendo así a cumplir con los objetivos.

Para el cálculo de personal se tomara en cuenta los siguientes datos:

Número de mesas y puestos: constara con 17 mesas y 85 puestos.

Horarios de atención: la cafetería permanecerá abierta 5 días a la semana de Martes a Sábado en los distintos horarios:

Martes a Jueves (15:00pm/21:00pm)

Viernes (14:00pm/22:00pm)

Sábado (14:00pm/23:00pm)

Cumpliendo 40 horas semanales.

Personal: se requiere 1 Administrador, 1 chef, 1 ayudante de cocina y 2 meseros, cumpliendo 40 horas semanales con 2 días libres a la semana.

CAPÍTULO III

3. Análisis de mercado

3.1. Análisis demanda.

Es necesario desarrollar una investigación de mercado para determinar preferencias de los clientes. Por medio de una encuesta se logrará determinar la oferta de servicios a prestar y las estrategias que nos permitan cumplir con nuestros objetivos planteados.

La encuesta esta enfocada a la población económicamente activa comprendida entre 18 a 50 años de edad, que habita en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura; los resultados obtenidos serán plasmados en gráficos con porcentajes.

3.2. Análisis Oferta.

Está enfocado a un segmento de mercado adulto, especialmente para turistas internacionales, brindándoles (comida rápida), bebidas calientes y frías además preparaciones a base de alimentos andinos, dándole al cliente la opción de relajarse en nuestro local disfrutando de un magnifico producto y al mismo tiempo disponer de un ambiente agradable y acogedor.

3.2.1. Identificación de la oferta

En la ciudad existen ocho competidores indirectos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo

Tabla 4. Competencia

Café mundi	Quiroga 6-08 y M. Jaramillo	(06)2921 729
Café plaza	Sucre y Morales	
Oraibi	Sucre 10-11 y C. Colon	(06)2921 221
Sahara	Quiroga y Sucre	(06)2922 212
Terraza cafe sol	Quiroga y M. Jaramillo	
Native c@ffee.net	Sucre entre Cristóbal Colon y Morales	(06)2923 540
Shanandoa	Salinas 5-15 y M. Jaramillo	(06)2921465

Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

De las cafeterías mencionadas anteriormente ninguna ofrece el servicio de música en vivo, preparaciones con alimentos andinos, servicio con talento humano capacitado y uniformado adecuadamente, lo que significa que existe oportunidad para la aceptación de la cafetería.

3.3.Tabulación y análisis de las encuestas:

3.3.1. *Análisis de resultados.*

La información recopilada se recogió a través de la encuesta formulada y aplicada a los posibles consumidores del producto y servicio que brindará la nueva cafetería.

El análisis permite validar la información recopilada, para el procesamiento de la información se utilizará el programa de Excel, donde se registrarán los datos tabulados y se obtendrá la información de las encuestas mediante tablas y gráficos.

3.3.2. *Resultados de la encuesta*

Con la utilización de la hoja de cálculo de Excel se obtuvo las siguientes tablas y gráficos que se presentan a continuación.

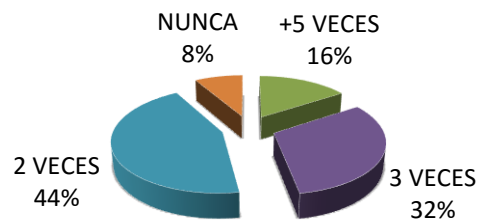
Resultado de la encuesta realizada a personas económicamente activas de entre 18 a 50 años de la Ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

1. ¿Cuántas veces al mes visita usted una cafetería?

Tabla 5.Pregunta 1

Variables	Frecuencia	%
+5 veces	15	16
3 veces	30	32
2 veces	42	44
Nunca	8	8
Total	95	100

Gráfico 4.Resultado 1



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

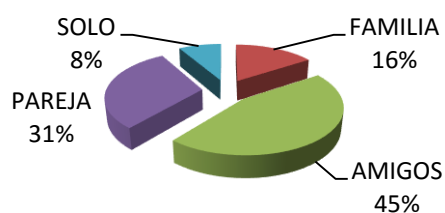
Análisis: en la tabla 1 se obtiene que el 16 % de los encuestados visitan más de 5 veces al mes una cafetería, el 32% acude a una cafetería 3 veces al mes, el 44% prefiere visitar una cafetería 2 veces al mes, mientras que el 8% no a visitado nunca una cafetería. Lo que permite conocer la frecuencia con la que las personas visitan una cafetería, cuyo resultado nos demuestra que la mayoría (76%) visitan una cafetería entre 2 o 3 veces al mes.

2. Cuando visita una cafetería ¿Quién lo acompaña?

Tabla 6.Pregunta 2

Variables	Frecuencia	%
Familia	15	16
Amigos	43	45
Pareja	29	31
Solo	8	8
Total	95	100

Gráfico 5.Resultado2



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: con esta pregunta se puede observar que el 16% de las personas encuestadas visitan una cafetería acompañados de su familia, el 45% prefieren acudir acompañados de amigos, el 29% señalan que van acompañados de su pareja, mientras que el 8 % prefiere ir solo a la cafetería.

Esto permite conocer que a las personas en su mayoría les gusta ir acompañados de sus amigos.

3. ¿En qué horario prefiere visitar la cafetería?

Tabla 7. Pregunta 3

Variables	Frecuencia	%
Mañana(10:00/15:00)	12	13
Tarde(15:00/18:00)	34	36
Noche(18:00/22:00)	49	51
Total	95	100

Gráfico 6.Resultado 3



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: según la encuesta realizada observamos que el 13% prefiere visitar la cafetería en el horario de 10:00/15:00, el 36% acude en el horario de 15:00/18:00, mientras que al 51% le gusta ir a la cafetería en el horario de 18:00/21:00.

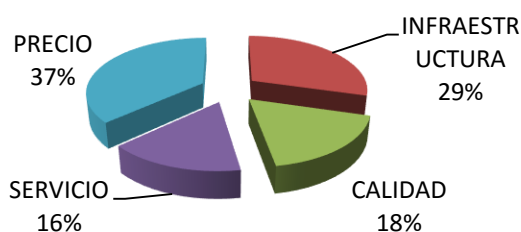
Mediante la información se conoce que el horario más conveniente para la cafetería sería de 15:00/22:00

4. ¿Qué prioriza cuando va a una cafetería?

Tabla 8. Pregunta 4

Variables	Frecuencia	%
Infraestructura	28	29
Calidad de productos	17	18
Servicio	15	16
Precio	35	37
Total	95	100

Gráfico 7. Resultado 4



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: de los encuestados el 29% al ir a una cafetería prioriza la infraestructura, el 18% prefiere priorizar la calidad de los productos, mientras que el 16% prioriza el servicio que recibe, y finalmente el 37% prioriza el precio.

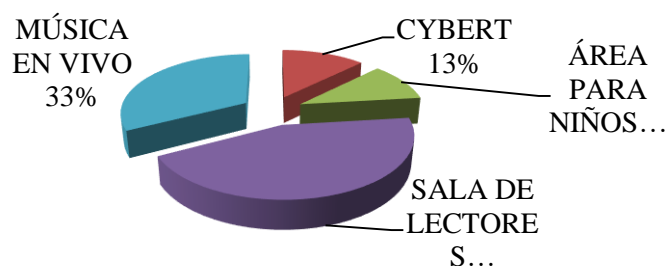
Con esta pregunta se puede apreciar que el precio es lo primordial para las persona a la hora de ir a una cafetería.

5. ¿Qué ambiente prefiere que exista en la cafetería?

Tabla 9. Pregunta 5

Variables	Frecuencia	%
Cybert	12	13
Área para niños	10	10
Sala de lectores	42	44
Música en vivo	31	33
Total	95	100

Gráfico 8. Resultado 5



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: en esta pregunta observamos que al 13% de los encuestados, le gustaría que dentro de la cafetería exista área de cybert, el 10% prefiere área para niños, por otra parte el 44% está de acuerdo que exista área de lectores, mientras que el 33% prefiere una ambiente en el cual pueden disfrutar de música en vivo.

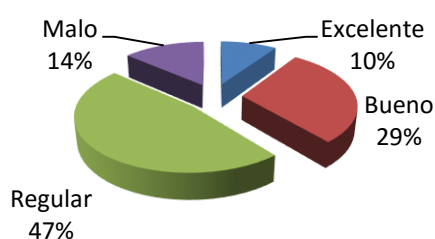
Esto permite conocer que las personas prefieren una zona de lectores acompañada de una zona para disfrutar de música en vivo.

6. ¿Cómo calificaría usted el servicio de las cafeterías que ha visitado?

Tabla 10. Pregunta 6

Variables	Frecuencia	%
Excelente	9	10
Bueno	28	29
Regular	45	47
Malo	13	14
Total	95	100

Gráfico 9. Resultado 6



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: gracias a la encuesta realizada se pudo observar que el 10% califica como excelente el servicio de las cafeterías existentes, el 29% lo calificó como bueno, mientras que el 47% lo califica como regular, y finalmente el 14% lo califica como malo.

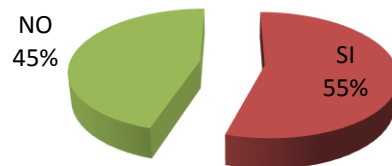
Con esta pregunta se puede observar que el servicio de la cafetería en su mayoría es regular, por lo que se debería poner interés en mejorarlo.

7. ¿Es importante para usted que la cafetería cuente con internet?

Tabla 11. Pregunta 7

Variables	Frecuencia	%
Si	52	55
No	43	43
Total	95	100

Gráfico 10. Resultado 7



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: gracias a esta pregunta se observa que para el 55% es importante el servicio de internet, mientras que para el 45 % no es importante este servicio.

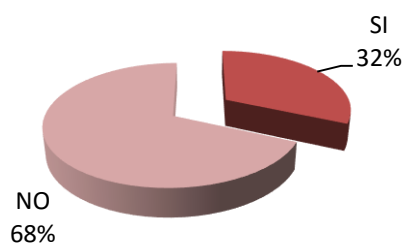
Por lo tanto, mediante la información obtenida con esta pregunta permite conocer que es importante que exista el servicio de internet en la cafetería.

8. ¿Conoce usted alguna cafetería rústica en el centro de la ciudad?

Tabla 12. Pregunta 8

Variables	Frecuencia	%
Si	30	32
No	65	68
Total	95	100

Gráfico 11. Resultado 8



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: gracias a esta encuesta se puede observar que el 32% conoce una cafetería rústica, mientras que el 68% no conoce cafeterías de este tipo.

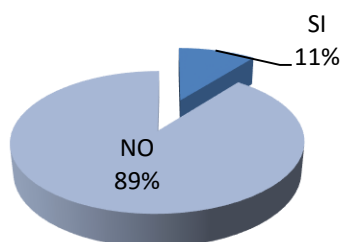
Por lo tanto, se observa que sería muy conveniente implementar una cafetería con características rústicas.

9. ¿Conoce usted alguna cafetería que ofrezca preparaciones a base de productos andinos (zanahoria blanca, maíz, quinua)?

Tabla 13. Pregunta 9

Variables	Frecuencia	%
Si	10	11
No	85	89
Total	95	100

Gráfico 12. Resultado 9



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: Con la información obtenida en la encuesta realizada se puede observar que el 11% conoce una cafetería que ofrece productos elaborados con alimentos andinos, mientras que el 89% no conoce este tipo de cafeterías.

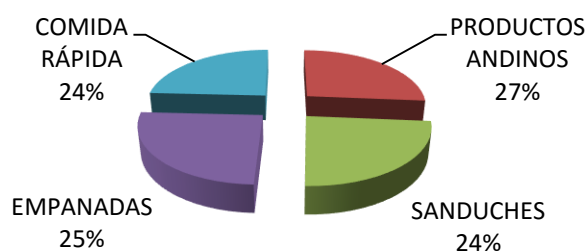
Con esta pregunta se observa que este tipo de servicios sería nuevos por lo que se cree conveniente implementarlo.

10. ¿Qué tipo de productos le gustaría que ofrezca la cafetería?

Tabla 14. Pregunta 10

Variables	Frecuencia	%
Productos andinos	25	27
Sanduche	23	24
Empanadas	24	25
Comida rápida	23	24
Total	95	100

Gráfico 13. Resultado 10



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: con la encuesta realizada, la información de los encuestados no ayuda a observar que al 27% de los encuestados les gustaría que en las cafeterías ofrezcan productos andinos, el 24% opta por consumir sanduche y comida rápida, mientras que el 25% prefiere empanadas.

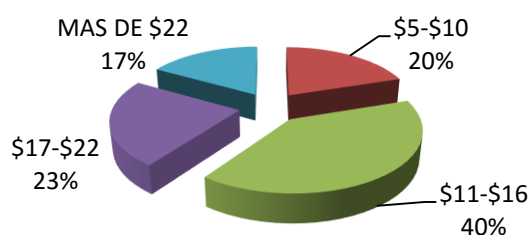
Mediante la información obtenida se puede conocer que las preferencias de los encuestados están divididas, por lo que sería conveniente ofertar todo este tipo de productos.

11. ¿Cuánto suele gastar en una cafetería?

Tabla 15. Pregunta 11

Variables	Frecuencia	%
\$5-\$10	19	20
\$11-\$16	38	40
\$17-\$22	22	23
Mas de \$22	16	17
Total	95	100

Gráfico 14. Resultado 11



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: según la encuesta realizada el 20% gasta entre \$5,\$10 cuando visitan una cafetería, el 40% gasta alrededor de \$11,\$16, el 23% prefiere gastar entre \$17,\$22 y finalmente el 17% gasta más de \$22 dólares.

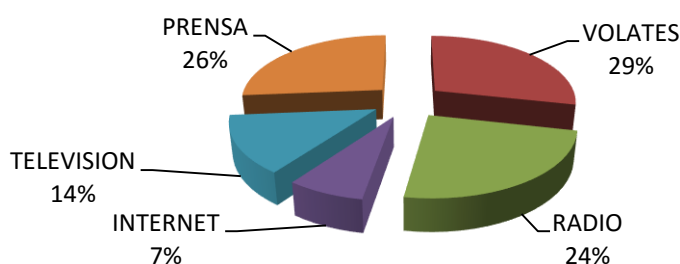
Con esta pregunta se observó que los hombres y las mujeres encuestados optan por gastar de \$11,00 a \$16,00.

12. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de la cafetería?

Tabla 16. Pregunta 12

Variables	Frecuencia	%
Volates	27	29
Radio	23	24
Internet	7	7
Television	13	14
Prensa	25	26
Total	95	100

Gráfico 15. Resultado 12



Fuente: encuestados

Elaborado por: los autores

Análisis: Gracias a la encuesta realizada se observa que el 29% prefiere recibir información de la cafetería mediante hojas volantes, el 24% prefiere recibirla por medio de radio, mientras que el 7% opta por recibir información por internet, para el 14 % es importante recibir la información por medio de televisión, y finalmente el 26% prefiere recibir información mediante la prensa.

Con esta pregunta se puede observar que la mejor forma de promocionar la cafetería sería por medio de los volantes y la prensa.

3.4.Estrategia de Mercado

3.4.1. Producto

Estará enfocada a un segmento de mercado amante a la cultura y el esparcimiento donde disfrutara de una variedad de bebidas calientes, frías, postres y sandwiches, en un ambiente de cafeterías con decoración rustica.

Además los meseros trabajaran con uniformes atractivos: la mujer utilizara el traje típico que le identifica a la mujer otavaleña, en cambio el hombre utilizara camisa blanca, pantalón negro, tirantes y sombrero.

Gráfico 16. Vestimenta



Fuente: Imágenes Google

3.4.2. Precio

La estrategia de precios para la nueva empresa será competir de forma directa con los precios de la competencia, para captar al público al que se quiere llegar.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta el 20% gasta entre \$5 y \$10, el 40% entre \$11 y \$16, el 23% entre \$17 y \$22 y el 17% gasta mas de \$22. Entonces el precio promedio será de hasta \$10 por persona.

3.4.3. Plaza

El servicio será entregado en el mismo local con dos modalidades: producto para servir o producto para llevar.

3.4.4. Promoción

Se distribuirá cupones mediante consumos anteriores, para que el cliente pueda disfrutar del 2x1 en galletas, tortas y bebidas, mediante este método se impulsará al consumo de los productos a base de alimentos andinos.

La publicidad será dirigida directamente al consumidor, ya que debemos centralizar los pocos recursos para dirigirlo al mercado objetivo tratando de informar sobre nuestros productos, de una manera más efectiva, creando así una imagen de prestigio sobre la calidad y el servicio de cafetería.

Se realizara promociones diarias; ya sea ofreciendo un solo producto o realizando combinaciones (combos), que se vean atractivos visualmente por los consumidores.

3.5.Estrategia publicitaria.

Luego de detectar las necesidades del mercado por medio de las encuestas y considerando que se encuentra en la etapa de lanzamiento del producto/servicio, se debe realizar publicidad de alta calidad, orientada a comunicar las ventajas y conveniencias del producto o servicio ofrecido, que deberá ser transmitida por los medios adecuados para que sea captada por el grupo objetivo.

La publicidad es un conjunto de actividades encaminadas a presentar a un grupo de personas, un mensaje impersonal, visual y oral mediante símbolos, slogan, logotipos o un nombre que representa a la empresa, con el fin de informar la existencia de un producto o servicio patrocinado por un medio publicitario como: televisión, prensa, radio, Internet, etc.

La estrategia publicitaria es el medio por el cual se han de alcanzar los objetivos; para dar a conocer mejor los servicios y productos que se ofrecerá, es necesario utilizar trípticos, volantes, afiches, gigantografías que serán repartidas y colocadas en la vía pública, centros de diversión, agencias de turismo; además se contará con una cuña radial que será transmitida durante seis semanas esto ira de la mano conjuntamente con el plan de medios.

Mensaje básico: El mensaje de la campaña de información es: “mucho más que un café, una experiencia”.

Logotipo: El logotipo propuesto genera un impacto positivo en los clientes y permitirá identificar al producto/servicio con el logotipo escogido.

Tiempo de la campaña: La campaña de información tendrá una duración de seis semanas: en las primeras cuatro semanas se ejecutará antes de la inauguración de la cafetería, con el objeto de que el grupo objetivo reciba una detallada información de los horarios de atención, servicios y actividades que se realizarán en el establecimiento; luego continuará la campaña durante dos semanas más, para recordar al grupo objetivo que ya está en funcionamiento la cafetería, mediante su logotipo, marca, y horarios de atención.

3.6. Plan de medios

3.6.1. Medio principal.

Se usará como medio principal la publicidad en la radio.

3.6.2. Medio secundario

Como medio secundario se realizarán anuncios en diarios locales y hojas volantes.

3.6.3. Medio auxiliar

Como medio auxiliar se enviarán correos electrónicos, invitando a eventos e informando sobre la marcha del establecimiento.

3.7. Presupuesto de medios

Este presupuesto detalla los rubros que se presentan para la gestión del plan de medios.

Tabla 17. Presupuesto de Medios

<i>DETALLE</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>VALOR UNITARIO</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
Trípticos (A4)	1000	0.14	140.00
Volantes (A5)	1000	0.03	30.00
Gigantografías (1x1,50)	3	13.50	40.50
Afiches (A3)	1000	0.14	140.00
Cuña Radio	3 Días	160	480
TOTAL:			830.00

Elaborado por: los autores

CAPÍTULO IV

4. Ingeniería del Proyecto

4.1.Descripción de la actividad a desarrollar.

La ciudad de Otavalo es un lugar muy concurrido tanto por turistas nacionales como internacionales, esto se debe a la cultura, gastronomía y lugares turísticos que poseen la ciudad, es por eso que se debe hacer una innovación no solo en el ámbito estructural sino también en el ámbito gastronómico, cultural y social.

El rol de este negocio es ahorrarles tiempo a los clientes, ellos buscan un lugar en donde satisfacer sus necesidades. Es por eso que se busca brindar un mejor producto, en menor tiempo posible.

Se buscara los mejores ingredientes que pueden existir en el mercado, al mejor costo posible, manejados en un ambiente seguro y responsable, que garantice lo mejor de lo mejor para los clientes que confían en el servicio del establecimiento.

Se procura servir y despertar el deseo para que siempre regrese. Lo cual se trata de entender y satisfacer siempre las necesidades, por lo tanto se les debe respeto y el mejor de los tratos, ya que gracias a ellos se tendrá un trabajo digno, por lo tanto se deberá dar lo mejor junto a ellos.

4.2.Ubicación y dirección.

Dir. Sucre 12-18 y Salinas frente a la Plaza de Ponchos

Tel: 2 922-895

E-mail: www.suavearoma.com

4.3.Producción propia/ subcontratación o comercialización.

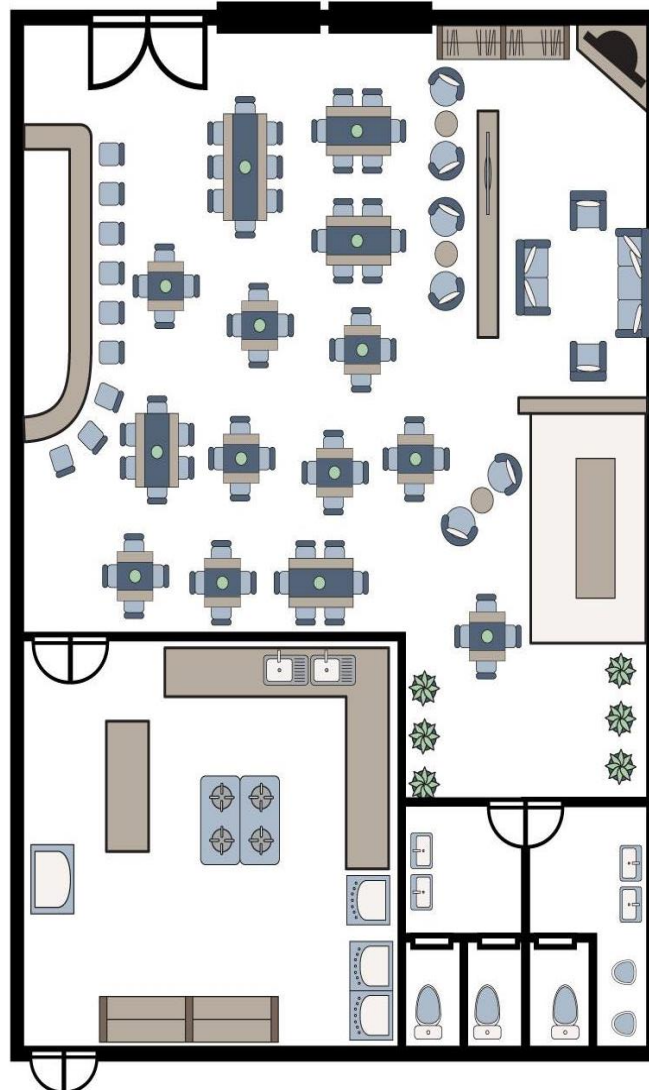
Suave aroma delicatessen optara por utilizar productos elaborados en base a los conocimientos adquiridos por sus socios lo que permitirá ofertar alimentos naturales con cantidades mínimas de aditivos químicos; es decir el 70% de productos serán elaborados dentro del establecimiento, contando así solo con el 30% de productos obtenidos de distintos proveedores.

4.4.Descripción de la instalación

Suave aroma contará con una instalación arrendada, con un ambiente rústico, tranquilo donde la gente pueda relajarse olvidarse de los problemas y dejar a un lado el estrés, será un lugar confortable de tal manera que los clientes se sientan como en casa, además de deleitarse con nuestros productos, a la vez podrán obtener una distracción como la lectura para lo cual contaremos con una pequeña librería, además podrán disfrutar de música en vivo (folclor, romántica, pop) y en temporada de futbol contará con pantalla gigante.

4.4.1. Plano de distribución

Gráfico 17. Plano



Elaborado por: los autores

4.4.2. Capacidad instalada

Tabla 18. Capacidad

Mesas	Forma	Medida	Puestos	Total
3 Mesas	Redonda	1,00 diametro	2 puestos	6 puestos
9 Mesas	Cuadrada	1.00x1.00	4 puestos	36 puestos
4 Mesas	Rectangular	1.00x1.50	6 puestos	24 puestos
1 Mesa	Rectangular	1.00x1.80	8 puestos	8 puestos
Barra	Rectangular		10 puestos	10 puestos
Total				85 puestos

Elaborado por: los autores

4.5.Requerimientos de equipos y accesorios.

Formada por todos los instrumentos mecánicos necesarios para que la empresa brinde el servicio de cafetería temática.

Tabla 19. Equipos de cocina

Concepto	Cantidad
Refrigerador	1
Licuadaora	2
Horno microondas	1
Congelador	1
Extractor de jugo	2
Cocina industrial	1
Balanza	1
Batidora	2

Elaborado por: los autores

Tabla 20. Equipos de bar

Concepto	Cantidad
Parlantes activos	2
Micrófonos	2
Pedestal para micrófonos	2
Cables para micrófonos	3
Parlantes pasivos	2
Potencia xp 1000	1
Pedestal para parlantes	2
Televisor 32"	2
Luces de escenario	2

Elaborado por: los autores

Tabla 21. Equipos de oficina

Concepto	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1
Teléfono – fax	1
Caja registradora	1

Elaborado por: los autores

Tabla 22. Muebles y enseres de cocina.

Concepto	Cantidad
Mesa de trabajo	2
Estanteria	2

Elaborado por: los autores

Tabla 23. Muebles y enseres del bar.

Concepto	Cantidad
Mesas	16
Sillas	75
Sillas de barra	10

Elaborado por: los autores

Tabla 24. Muebles y enseres de oficina.

Concepto	Cantidad
Escritorio	1
Silla giratoria	1
Sillas	2

Elaborado por: los autores

Tabla 25. Utensilios de cocina.

Concepto	Cantidad
Abre latas	2
Batidor manual	2
Bowl	10
Colador de malla de 12 cm	2
Cuchara de policarbonato	4
Cuchareta de acero	4
Cucharón mediano	2
Cucharón pequeño	2
Cuchillo cebollero	2
Cuchillo de sierra	2
Espátula de goma	2
Espumadera	2
Olla de 16 litros	4
Olla de presión 5 litros	2
Rallador	2
Sartén teflón 30 cm	2
Sartén teflón 36 cm	2
Molde pastelería	4
Tabla de picar	4

Elaborado por: los autores

Tabla 26. Menaje de bar.

Concepto	Cantidad
Coctelera	2
Azucarera	20
Bandeja	8
Charol de servicio	4
Hielera	5
Jarra para té	5
Pinza para hielo	5
Cenicero	12
Jarra de cristal	5
Copa Martini	12
Copa diamante	12
Salero	20

Elaborado por: los autores

Tabla 27. Menaje de comedor.

Concepto	Cantidad
Plato tendido	75
Plato tinto	75
Tabla para picadas	75
Taza para café	75
Cuchara sopera	75
Cucharita postre	75
Cuchillo	75
Tenedor	75
Vaso para jugo	75
Vaso milshake	24
Vaso al van	12

Elaborado por: los autores

4.6.Proveedores

Suave aroma delicatessen trabajará con proveedores cumplidores y que sus productos sean de buena calidad, y si por alguna razón no cuentan con el producto requerido nos recomienden un proveedor similar y de confianza.

Los proveedores deberán entregar el producto a tiempo, en buen estado, mantener su cadena de frío y el pago será 40% mediante transferencia al realizar el pedido y 60% al contado al recibir el pedido.

Podemos trabajar con productos adquiridos por nosotros mismos en un supermercado de confiabilidad para así otorgar y mantener productos de calidad y buen servicio.

4.7.Descripción del Proceso Productivo.

La estrategia genérica de valor de la empresa es excelencia operativa, por ello en la organización de los procesos se considerarán procesos integrales de suministro del producto y servicio optimizado y perfeccionamiento de los mismos a fin de minimizar los costos, mantener operaciones estandarizadas y simplificadas en las que quedan pocas cosas a discreción de los empleados, se procura eliminar los desperdicios y premiar la eficiencia.

4.8. Flujograma del proceso

Preparación de menús y servicio

Gráfico 18. Flujograma



4.9. Receta estándar

Las recetas son elaboradas por el Chef Ejecutivo, con el propósito de estandarizar es decir medir y equilibrar al momento de elaborar y montar los platos.

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Aromatica de frutos del bosque

SUELDO: 354,00

RENDIMIENTO:

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
28	0,028	0,03	kilos	Fresas	2,20	0,06	1	5	0,037	0,184	1	Servilletas de papel	0,01	0,01
28	0,028	0,03	kilos	Moras	2,20	0,06								
28	0,028	0,03	kilos	Uvillas	3,00	0,08								
3	0,003	0,00	kilos	Hojas de hierba bu	0,00	0,00								
250	0,250	0,25	litros	Agua	0,00	0,00								
28	0,028	0,03	kilos	Azúcar	1,10	0,03								
						0,24	TOTAL	5		0,18		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,24
	MO	0,18
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,43
	C. UNITARIO	0,43

COSTO UNITARIO 0,43
 % DE UTILIDAD 40% 0,17 0,56 0,6
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,60

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Batidos de fruta

SUELDO: 354,00

RENDIMIENTO:

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Pulpa de fruta	5,00	0,50	1	5	0,037	0,184	1	servilletas de papel	0,01	0,01
30	0,030	0,03	kilos	Azúcar	1,10	0,03					1	sorbetes	0,02	0,02
80	0,080	0,08	litros	Leche	0,89	0,07								
						0,60	TOTAL	5		0,18		TOTAL		0,03

RESUMEN TOTAL	MP	0,60
	MO	0,18
	CIF	0,03
	C. TOTAL	0,82
	C. UNITARIO	0,82

COSTO UNITARIO 0,82
 % DE UTILIDAD 30% 0,25
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,06

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Café de chuspa

SUELDO: 354,00

RENDIMIENTO:

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
250	0,250	0,25	litros	Agua	0,00	0,00	1	3	0,037	0,111	1	Servilletas de papel	0,01	0,01
14	0,014	0,01	kilos	Café de Chuspa	8,50	0,12								
20	0,020	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02								
						0,14	TOTAL	3		0,11		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,14
	MO	0,11
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,26
	C. UNITARIO	0,26

COSTO UNITARIO 0,26
 % DE UTILIDAD 30% 0,08
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,34

PRODUCTO: Café normal HOJA DE COSTOS SUELDO: 354,00 RENDIMIENTO: 1 PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
14	0,014	0,01	kilos	Café instantaneo	7,50	0,11	1	3	0,037	0,111	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
250	0,250	0,25	litros	Agua	0,00	0,00								
20	0,020	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02								0
						0,13	TOTAL	3		0,11		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,13
	MO	0,11
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,25
	C. UNITARIO	0,25

COSTO UNITARIO 0,25
 % DE UTILIDAD 30% 0,07
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,32

PRODUCTO: Torta de zanahoria HOJA DE COSTOS SUELDO: 354,00 RENDIMIENTO: 1 PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
1	0,033	0,03	unidades	Huevos	3,00	0,10	1	15	0,037	0,553	1	servilletas de pape	0,01	0,01
44	0,044	0,04	kilos	Zanahoria amarilla	1,10	0,05								
6	0,006	0,01	litros	Aceite	2,80	0,02								
56	0,056	0,06	kilos	Harina	1,10	0,06								
32	0,032	0,03	kilos	Azucar	1,10	0,04								
3	0,003	0,00	kilos	Polvo de hornear	3,90	0,01								
2	0,002	0,00	kilos	Sal	0,90	0,00								
						0,28	TOTAL	15		0,55		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,28
	MO	0,55
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,84
	C. UNITARIO	0,84

COSTO UNITARIO 0,84
 % DE UTILIDAD 10% 0,08
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,92

PRODUCTO: Capuccino HOJA DE COSTOS SUELDO: 354,00 RENDIMIENTO: 1 PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
150	0,150	0,15	litros	Leche	0,89	0,13	1	10	0,037	0,369	1	servilletas de pape	0,01	0,01
8	0,008	0,01	kilos	Chocolate	8,00	0,06								
8	0,008	0,01	kilos	Café	7,50	0,06								
16	0,016	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02								
40	0,040	0,04	litros	Crema de leche	3,20	0,13								
2	0,002	0,00	kilos	Canela	6,00	0,01								
						0,42	TOTAL	10		0,37		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,42
	MO	0,37
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,79
	C. UNITARIO	0,79

COSTO UNITARIO 0,79
 % DE UTILIDAD 50% 0,40
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,19

PRODUCTO: Chocolate caliente HOJA DE COSTOS SUELDO: 354,00 RENDIMIENTO: 1 PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
60	0,060	0,06	kilos	Chocolate de tabla	6,00	0,36	1	6	0,037	0,221	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
200	0,200	0,20	litros	Leche	0,89	0,18								
3	0,003	0,00	kilos	Canela	6,00	0,02								
20	0,020	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02								
						0,58	TOTAL	6		0,22		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,58
	MO	0,22
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,81
	C. UNITARIO	0,81

COSTO UNITARIO 0,81
 % DE UTILIDAD 30% 0,24
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,05

PRODUCTO: Empanadas de verde con carne HOJA DE COSTOS SUELDO: 354,00 RENDIMIENTO: 1 PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
40	0,040	0,04	kilos	Carne molida	3,30	0,13	1	8	0,037	0,295	1	Papel film	0,1	0,1
10	0,010	0,01	kilos	Zanahoria amarilla	1,10	0,01					1	servilletas de pape	0,01	0,01
10	0,010	0,01	kilos	Arvejas	2,20	0,02								
1	0,033	0,03	unidades	Huevos	3,00	0,10								
5	0,005	0,01	kilos	Cebolla perla	1,20	0,01								
1	0,001	0,00	kilos	Perejil	2,50	0,00								
1	0,001	0,00	kilos	Sal	0,90	0,00								
80	0,080	0,08	kilos	Plátano verde	1,20	0,10								
2	0,002	0,00	kilos	Mantequilla	1,98	0,00								
30	0,030	0,03	litros	Aceite	2,80	0,08								
						0,46	TOTAL	10		0,30		TOTAL		0,11

RESUMEN TOTAL	MP	0,46
	MO	0,30
	CIF	0,11
	C. TOTAL	0,86
	C. UNITARIO	0,86

COSTO UNITARIO 0,86
 % DE UTILIDAD 10% 0,09
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,95

PRODUCTO: Empanadas de verde con pollo HOJA DE COSTOS SUELDO: 354,00 RENDIMIENTO: 1 PORCIONES

MATERIA PRIMA							MANO DE OBRA				MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	N°	TIEMPO	C. MINUTOS	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
40	0,040	0,04	kilos	Pechuga de pollo	3,10	0,12	1	8	0,037	0,295	1	Papel film	0,1	0,1
2	0,002	0,00	kilos	Ajo	2,20	0,00					1	servilletas de pape	0,01	0,01
10	0,010	0,01	kilos	Cebolla perla	1,20	0,01								
80	0,080	0,08	kilos	Plátano verde	1,20	0,10								
1	0,001	0,00	kilos	Perejil	2,50	0,00								
15	0,015	0,02	kilos	Tomate riñon	1,25	0,02								
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,90	0,00								
3	0,003	0,00	kilos	Comino	4,85	0,01								
1	0,033	0,03	unidades	Huevo	3,00	0,10								
30	0,030	0,03	litros	Aceite	2,80	0,08								
3	0,003	0,00	kilos	Mantequilla	1,98	0,01								
						0,46	TOTAL	8		0,30		TOTAL		0,11

RESUMEN TOTAL	MP	0,46
	MO	0,30
	CIF	0,11
	C. TOTAL	0,87
	C. UNITARIO	0,87

COSTO UNITARIO 0,87
 % DE UTILIDAD 10% 0,09
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,96

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Empanadas de viento

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
50	0,050	0,05	kilos	Harina de trigo	0,80	0,04	1	servilletas de pape	0,01	0,01
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,80	0,00				
3	0,003	0,00	kilos	Azúcar	1,10	0,00				
15	0,015	0,02	kilos	Mantequilla	1,98	0,03				
1	0,033	0,03	unidades	Huevo	3,00	0,10				
10	0,010	0,01	kilos	Queso picado	4,00	0,04				
3	0,003	0,00	kilos	Cebolla larga	0,75	0,00				
10	0,010	0,01	litros	Agua	0,00	0,00				
20	0,020	0,02	litros	Aceite	1,80	0,04				
						0,25		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,25
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,26
	C. UNITARIO	0,26

COSTO UNITARIO 0,26
 % DE UTILIDAD 100% 0,26
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,53

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Ensalada César con pollo

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
120	0,120	0,12	kilos	Pechuga de pollo	3,10	0,37	1	servilletas de pape	0,01	0,01
50	0,050	0,05	kilos	Lechuga	1,20	0,06				
15	0,015	0,02	kilos	Crotones de pan	6,00	0,09				
1	0,033	0,03	unidades	Huevos	3,00	0,10				
5	0,005	0,01	litro	Zumo de limón	1,60	0,01				
5	0,005	0,01	kilos	Mostaza	3,49	0,02				
8	0,008	0,01	litros	Vinagre	0,90	0,01				
5	0,005	0,01	kilos	Sal	0,80	0,00				
7	0,007	0,01	litros	Aceite	1,80	0,01				
						0,66		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,66
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,67
	C. UNITARIO	0,67

COSTO UNITARIO 0,67
 % DE UTILIDAD 100% 0,67
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,34

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Ensalada de la casa

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
60	0,060	0,06	kilos	Jícama	3,30	0,20	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
30	0,030	0,03	kilos	Zanahoria amarilla	1,10	0,03				
15	0,015	0,02	kilos	Rábano	1,25	0,02				
20	0,020	0,02	kilos	Lechuga cresp	2,54	0,05				
20	0,020	0,02	kilos	Lechuga romana	2,50	0,05				
20	0,020	0,02	kilos	Tocte	10,00	0,20				
25	0,025	0,03	kilos	Tomates cherry	5,00	0,13				
20	0,020	0,02	kilos	Manzana	1,50	0,03				
25	0,025	0,03	litros	Yogurt natural	2,90	0,07				
4	0,004	0,00	kilos	Raspadura de limó	0,00	0,00				
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,90	0,00				
						0,78		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,78
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,79
	C. UNITARIO	0,79

COSTO UNITARIO 0,79
 % DE UTILIDAD 100% 0,79
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,58

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Ensalada fresca

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
60	0,060	0,06	kilos	Pepinillo	0,80	0,05	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
40	0,040	0,04	kilos	Aguacate	2,00	0,08				
40	0,040	0,04	kilos	Tomate riñon	1,00	0,04				
50	0,050	0,05	kilos	Queso mozzarella	9,00	0,45				
6	0,006	0,01	litros	Vinagre	1,00	0,01				
30	0,030	0,03	kilos	Lechuga cresp	1,20	0,04				
7	0,007	0,01	litros	Aceite	1,80	0,01				
5	0,005	0,01	kilos	Cebollin	3,50	0,02				
5	0,005	0,01	litros	Zumo de limón	1,60	0,01				
5	0,005	0,01	kilos	Sal	0,80	0,00				
						0,70		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,70
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,71
	C. UNITARIO	0,71

COSTO UNITARIO 0,71
 % DE UTILIDAD 100% 0,71
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,42

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Galletas de amaranto

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
28	0,028	0,03	kilos	Amaranto	5,50	0,15	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
20	0,020	0,02	litros	Leche condensada	5,00	0,10	1	Papel encerado	0,1	0,1
25	0,025	0,03	kilos	Harina	0,80	0,02				
1	0,033	0,03	unidades	Huevo	3,00	0,10				
5	0,005	0,01	litros	Aceite	1,80	0,01				
5	0,005	0,01	litros	Miel	2,50	0,01				
						0,40		TOTAL		0,11

RESUMEN TOTAL	MP	0,40
	CIF	0,11
	C. TOTAL	0,51
	C. UNITARIO	0,51
COSTO UNITARIO	0,51	
% DE UTILIDAD	80%	0,40
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA	0,91	

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Galletas de quinua y chocolate

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
30	0,030	0,03	kilos	Quinua	3,96	0,12	1	servilletas	0,01	0,01
30	0,030	0,03	kilos	Avena	1,10	0,03	1	Papel encerado	0,1	0,1
10	0,010	0,01	kilos	Mantequilla	1,98	0,02				
6	0,006	0,01	litro	Miel	2,50	0,02				
1	0,033	0,03	Unidad	Huevos	3,00	0,10				
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,80	0,00				
3	0,003	0,00	litros	Esencia de vainilla	4,00	0,01				
15	0,015	0,02	kilos	Chispas de chocolate	8,00	0,12				
						0,42		TOTAL		0,11

RESUMEN TOTAL	MP	0,42
	CIF	0,11
	C. TOTAL	0,53
	C. UNITARIO	0,53
COSTO UNITARIO	0,53	
% DE UTILIDAD	90%	0,48
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA	1,01	

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Humitas

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Choclo tierno desg	2,20	0,22	1	servilletas de pape	0,01	0,01
4	0,004	0,00	kilos	Manteca de cerdo	3,30	0,01				
2	0,002	0,00	kilos	Queso Picado	4,00	0,01				
1	0,033	0,03	unidades	Huevos	3,00	0,10				
2	0,002	0,00	kilos	Polvo de hornear	3,90	0,01				
4	0,004	0,00	kilos	Azúcar	1,10	0,00				
4	0,004	0,00	kilos	Mantequilla	1,98	0,01				
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,80	0,00				
						0,36		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,36
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,37
	C. UNITARIO	0,37

COSTO UNITARIO 0,37

% DE UTILIDAD 100% 0,37

PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD

PRECIO DE VENTA 0,75

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Jugos naturales

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Pulpa de fruta	4,00	0,40	1	servilletas de pape	0,01	0,01
20	0,020	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02	1	sorbetes	0,02	0,02
80	0,080	0,08	litros	Agua	0,00	0,00				
						0,42		TOTAL		0,03

RESUMEN TOTAL	MP	0,42
	CIF	0,03
	C. TOTAL	0,45
	C. UNITARIO	0,45

COSTO UNITARIO 0,45

% DE UTILIDAD 100% 0,45

PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD

PRECIO DE VENTA 0,90

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: MILSHAKE

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
120	0,120	0,12	litros	Leche	0,89	0,11	1	servilletas	0,01	0,01
120	0,120	0,12	litros	Helado	3,20	0,38	1	sobretes	0,02	0,02
30	0,030	0,03	kilos	Chocolate	8,00	0,24				
20	0,020	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02				
2	0,002	0,00	litros	Esencia de vainilla	4,00	0,01				
						0,76		TOTAL		0,03

RESUMEN TOTAL	MP	0,76
	CIF	0,03
	C. TOTAL	0,79
	C. UNITARIO	0,79

COSTO UNITARIO	0,79	
% DE UTILIDAD	100%	0,79
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA	1,58	

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Mini bolones de verde

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Plátano verde	1,20	0,12	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
5	0,005	0,01	kilos	Mantequilla	1,98	0,01				
20	0,020	0,02	kilos	Queso Mozarella	9,00	0,18				
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,80	0,00				
5	0,005	0,01	kilos	Cebolla larga	0,75	0,00				
2	0,002	0,00	litros	Achiote	2,50	0,01				
60	0,060	0,06	litros	Aceite	1,80	0,11				
						0,43		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,43
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,44
	C. UNITARIO	0,44

COSTO UNITARIO	0,44	
% DE UTILIDAD	100%	0,44
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA	0,88	

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Mocaccino

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS				
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL	
50	0,050	0,05	kilos	Café expreso	9,00	0,45	1	Servilletas de pape	0,01	0,01	
100	0,100	0,10	litros	Leche	0,89	0,09					
5	0,005	0,01	kilos	Cacao en polvo	6,00	0,03					
14	0,014	0,01	kilos	Azúcar	1,10	0,02					
5	0,005	0,01	kilos	Chocolate	8,00	0,04					
						0,62		TOTAL		0,01	

RESUMEN TOTAL	MP	0,62
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,63
	C. UNITARIO	0,63
COSTO UNITARIO	0,63	
% DE UTILIDAD	100%	0,63
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA	1,27	

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Morocho

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS				
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL	
60	0,060	0,06	kilos	Morocho	2,20	0,13	1	Servilletas	0,01	0,01	
200	0,200	0,20	litro	Leche	0,89	0,18					
2	0,002	0,00	kilos	Canela	5,00	0,01					
30	0,030	0,03	kilos	Azúcar	1,10	0,03					
20	0,020	0,02	kilos	Pasas	3,74	0,07					
						0,43		TOTAL		0,01	

RESUMEN TOTAL	MP	0,43
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,44
	C. UNITARIO	0,44
COSTO UNITARIO	0,44	
% DE UTILIDAD	100%	0,44
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA	0,88	

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: MUCHINES DE YUCA

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
90	0,090	0,09	kilos	Yuca	1,00	0,09	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
40	0,040	0,04	kilos	Queso picado	4,00	0,16				
5	0,005	0,01	kilos	Cebolla larga	0,75	0,00				
2	0,002	0,00	kilos	Mantequilla	1,98	0,00				
3	0,003	0,00	litros	Achiote	2,50	0,01				
1	0,033	0,03	unidades	Huevo	3,00	0,10				
30	0,030	0,03	litros	Aceite	1,80	0,05				
3	0,003	0,00	kilos	Sal	0,80	0,00				
						0,42		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,42
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,43
	C. UNITARIO	0,43
COSTO UNITARIO		0,43
% DE UTILIDAD	100%	0,43
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA		0,86

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Pasteles de zanahoria blanca

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
90	0,090	0,09	kilos	Zanahoria blanca	1,50	0,14	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
5	0,005	0,01	kilos	Mantequilla	1,98	0,01				
1	0,033	0,03	unidades	Huevo	3,00	0,10				
20	0,020	0,02	litros	Aceite	1,80	0,04				
2	0,002	0,00	litros	Achiote	2,50	0,01				
2	0,002	0,00	kilos	Sal	0,80	0,00				
7	0,007	0,01	kilos	Cebolla larga	0,75	0,01				
30	0,030	0,03	kilos	Queso picado	4,00	0,12				
						0,41		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,41
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,42
	C. UNITARIO	0,42
COSTO UNITARIO		0,42
% DE UTILIDAD	100%	0,42
PRECIO DE VENTA	COSTO + % DE UTILIDAD	
PRECIO DE VENTA		0,85

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Sanduche de Pernil

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Pan bagget	3,00	0,30	1	servilleta de papel	0,01	0,01
80	0,080	0,08	kilos	Pernil	5,50	0,44	1	Funda paltica o de	0,02	0,02
30	0,030	0,03	kilos	Tocino Ahumado	8,00	0,24				
15	0,015	0,02	kilos	Lechuga	1,20	0,02				
15	0,015	0,02	kilos	Tomate	1,00	0,02				
10	0,010	0,01	kilos	Aderezo	3,50	0,04				
						1,05		TOTAL		0,03

RESUMEN TOTAL	MP	1,05
	CIF	0,03
	C. TOTAL	1,08
	C. UNITARIO	1,08

COSTO UNITARIO 1,08
 % DE UTILIDAD 100% 1,08
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 2,16

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Sanduche Mixto

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Pan Bagget	3,00	0,30	1	servilleta de papel	0,01	0,01
30	0,030	0,03	kilos	Jamón	7,20	0,22	1	funda plastica o pa	0,02	0,02
30	0,030	0,03	kilos	Queso Holandés	8,00	0,24				
15	0,015	0,02	kilos	Lechuga	1,20	0,02				
15	0,015	0,02	kilos	Tomate	1,00	0,02				
10	0,010	0,01	kilos	Aderezo	3,50	0,04				
						0,82		TOTAL		0,03

RESUMEN TOTAL	MP	0,82
	CIF	0,03
	C. TOTAL	0,85
	C. UNITARIO	0,11

COSTO UNITARIO 0,85
 % DE UTILIDAD 100% 0,85
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,71

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Té helado con frutas

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
180	0,180	0,18	litros	Agua	0,00	0,00	1	servilletas de pape	0,01	0,01
40	0,040	0,04	kilos	Té en polvo	6,00	0,24	1	sorbetes	0,02	0,02
40	0,040	0,04	kilos	Fruta troceada	3,00	0,12	1	sobrillitas decorati	0,05	0,05
20	0,020	0,02	kilos	Azúcar	1,10	0,02				
30	0,030	0,03	kilos	Hielo	1,00	0,03				
						0,41		TOTAL		0,08

RESUMEN TOTAL	MP	0,41
	CIF	0,08
	C. TOTAL	0,49
	C. UNITARIO	0,08

COSTO UNITARIO 0,49
 % DE UTILIDAD 100% 0,49
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 0,98

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: Torta de Yuca

SUELDO: 354,00

1

PORCIONES

MATERIA PRIMA							MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIA PRIMA	VALORES	CANTIDADES	Unidad	DETALLE	C. UNITARIO	C. TOTAL	CANT.	DETALLE	C.UNITARIO	C.TOTAL
100	0,100	0,10	kilos	Yuca	1,00	0,10	1	Servilletas de pape	0,01	0,01
40	0,040	0,04	kilos	Queso picado	4,00	0,16				
1	0,033	0,03	unidades	Huevos	3,00	0,10				
5	0,005	0,01	kilos	Mantequilla	1,98	0,01				
40	0,040	0,04	kilos	Azúcar	1,10	0,04				
100	0,100	0,10	litros	Leche	0,89	0,09				
5	0,005	0,01	litros	Miel de maple	5,00	0,03				
						0,50		TOTAL		0,01

RESUMEN TOTAL	MP	0,50
	CIF	0,01
	C. TOTAL	0,51
	C. UNITARIO	0,51

COSTO UNITARIO 0,51
 % DE UTILIDAD 100% 0,51
 PRECIO DE VENTA COSTO + % DE UTILIDAD
 PRECIO DE VENTA 1,03

4.10. Precio de venta al publico

Una vez obtenida el costo de producción de cada preparación procedemos a conseguir el precio de venta al público, es decir la cantidad que debe cancelar el cliente

por un producto pero ya incluido el impuesto que grava cada uno de ellos; el IVA en Ecuador es del 12%.

Tabla 28. PVP

CONCEPTO	SUBTOTAL	PVP
AROMATICA DE FRUTOS	\$ 0,63	\$ 0,75
BATIDO DE FRUTAS	\$ 1,38	\$ 1,50
CAFÉ DE CHUSPA	\$ 0,38	\$ 0,50
CAFÉ NORMAL	\$ 0,38	\$ 0,50
CAPUCCINO	\$ 1,13	\$ 1,25
CHOCOLATE CALIENTE	\$ 1,13	\$ 1,25
EMPANAS DE VERDE CON CARNE	\$ 0,87	\$ 0,99
EMPANADAS DE VERDE CON POLLO	\$ 0,87	\$ 0,99
EMPANADAS DE VIENTO	\$ 0,48	\$ 0,60
ENSALADA CESAR CON POLLO	\$ 1,38	\$ 1,50
ENSALADA DE LA CASA	\$ 1,63	\$ 1,75
ENSALADA FRESCA	\$ 1,38	\$ 1,50
GALLETAS DE AMARANTO	\$ 0,87	\$ 0,99
GALLETAS DE QUINUA Y CHOCOLATE	\$ 0,87	\$ 0,99
HUMITAS	\$ 0,63	\$ 0,75
JUGOS NATURALES	\$ 1,13	\$ 1,25
MILSHAKE	\$ 1,38	\$ 1,50
MINI BOLONES DE VERDE	\$ 0,87	\$ 0,99
MOCACCINO	\$ 1,38	\$ 1,50
MOROCHO	\$ 0,87	\$ 0,99
MUCHINES DE YUCA	\$ 0,87	\$ 0,99
PASTELES DE ZANAHORIA	\$ 0,87	\$ 0,99
SANDUCHE DE PERNIL	\$ 2,38	\$ 2,50
SANDUCHE MIXTO	\$ 1,87	\$ 1,99
TE HELADO DE FRUTAS	\$ 0,87	\$ 0,99
TORTA DE YUCA	\$ 1,13	\$ 1,25
TORTA DE ZANAHORIA	\$ 0,87	\$ 0,99

Elaborado por: los Autores

4.11. Imagen corporativa

La imagen corporativa es la primera impresión que el público tendrá de la empresa, nuestra imagen es atractiva, de manera que crea interés hacia el consumidor ya que es la carta de presentación.

Carta

Es uno de los instrumentos más importantes entre el restaurante y el cliente, por lo tanto debe promover un encuentro entre las preferencias o gustos del cliente y la oferta del local.

CAFETERIA
Menu
Suave aroma S.A.

BEBIDAS CALIENTES

AROMÁTICA DE FRUTOS	0,35
CAFÉ DE CHUSPA	0,45
CAFÉ EXPRESSO	0,40
CAPUCCINO	1,20
CHOCOLATE	1,20
MOCACCINO	1,25
MOROCHO	0,99

BEBIDAS FRIAS

BATIDO DE FRUTAS	1,10
JUGOS NATURALES	1,00
MILKSHAKE	1,50
TE HELADO	0,99
TE HELADO DE FRUTAS	0,99

ESPECIALES

GALLETAS DE AMARANTO	0,99
GALLETAS DE QUINUA Y CHOCOLATE	0,99
HUMITAS	0,75
TORTA DE YUCA	1,00
TORTA DE ZANAHORIA	0,50

BOCADITOS

EMPANADAS DE VERDE	1,00
EMPANADAS DE VIENTO	0,60
MINI BOLONES DE VERDE	0,99
MUCHINES DE YUCA	0,99
PESTELES DE ZANAHORIA	0,85

ENSALADAS


ENSALADA CESAR CON POLLO	1,50
ENSALADA DE LA CASA	1,50
ENSALADA FRESCA	1,50

SANDUCHES

SANDUCHE DE PERNIL	2,49
SANDUCHE MIXTO	1,99
SANDUCHE VEGETARIANO	1,99

Comanda

La comanda es donde el mesero se encarga de anotar la orden que realiza el cliente de los productos que componen la carta. Es una fase fundamental en la prestación del servicio, ya que si no se conocen los deseos del cliente, difícilmente podrá satisfacerse. La comanda también es un documento básico en el proceso de facturación, los productos y cantidades que se anotan en la comanda serán los que se facturen al cliente.

			
Orden de pedido			
N° 1			
Mesero		Mesa	Fecha
Cant	DESCRIPCION	V. unitario	V. total
		VALOR TOTAL	

CAPÍTULO V

5. Análisis Financiero

Este capítulo es de suma importancia, ya que podemos analizar la factibilidad económica del proyecto utilizando herramientas como: valor actual neto (VAN), y la Tasa interna de retorno (TIR).

5.1.Presupuesto de la inversión.

El presupuesto de la inversión para el proyecto es de 36.760,43 dólares, los cuales serán financiados en su totalidad por los autores.

Tabla 29. Presupuesto de la inversión

Activo	circulante
Efectivo	\$ 30.000,00
Cuentas por cobrar	
Inv. Mat. Prima	
Inv. Art. Ter.	
	<u>\$ 30.000,00</u>
<u>Fijo</u>	
Terreno	
Edificio	
Equipo	\$ 6.760,43
Dep. Acum	
	<u>\$ 6.760,43</u>
<u>Total</u>	<u>\$ 36.760,43</u>

Elaborado por: los Autores

5.1.1. Equipos de cocina y bar.

Tabla 30. Equipos de cocina

Concepto	Cantidad	V. unitario	V. total
Refrigerador	1	\$ 999,11	\$ 999,11
Licuadora	2	\$ 88,19	\$ 176,38
Horno microondas	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Congelador	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Extractor de jugo	2	\$ 99,82	\$ 199,64
Cocina industrial	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Batidora	2	\$ 24,80	\$ 49,60
Balanza	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Total		\$ 2.311,92	\$ 2.524,73

Elaborado por: los Autores

Tabla 31. Equipos de bar

Concepto	Cantidad	V. unitario	V. total
Parlantes activos	2	\$ 143,53	\$ 287,06
Micrófono	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Pedestal para micrófono	2	\$ 21,08	\$ 42,16
Cables para micrófono	3	\$ 20,90	\$ 62,70
Parlantes pasivos	2	\$ 120,54	\$ 241,08
Potencia xp 1000	1	\$ 401,59	\$ 401,59
Pedestal para parlantes	2	\$ 31,26	\$ 62,52
Proyector	1	\$ 534,80	\$ 534,80
Televisor 32"	2	\$ 525,89	\$ 1.051,78
Luces de escenario	2	\$ 174,57	\$ 349,14
Total		\$ 1.999,16	\$ 3.082,83

Elaborado por: los Autores

5.1.2. *Equipos de oficina.***Tabla 32. Equipos de oficina**

Concepto	Cantidad	V.unitario	V.total
Computador	1	\$ 802,68	\$ 802,68
Impresora	1	\$ 61,61	\$ 61,61
Teléfono-fax	1	\$ 141,96	\$ 141,96
Caja registradora	1	\$ 448,00	\$ 448,00
Total		\$ 1.454,25	\$ 1.454,25

Elaborado por: los Autores

5.1.3. *Muebles y enseres de cocina, oficina y bar.***Tabla 33. Muebles y enseres de cocina**

Concepto	Cantidad	V.unitario	V.total
Mesa de trabajo	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Estantería	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Total		\$ 450,00	\$ 1.100,00

Elaborado por: los Autores

Tabla 34. Muebles y enseres de bar

Concepto	Cantidad	V.unitario	V.total
Barra pequeña	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Sillas de barra	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Mesas	16	\$ 80,00	\$ 1.280,00
Sillas	75	\$ 25,00	\$ 1.875,00
Total		\$ 340,00	\$ 3.705,00

Elaborado por: los Autores

Tabla 35. Muebles y enseres de oficina

Concepto	Cantidad	V.unitario	V.total
Escritorio	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Silla giratoria	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Sillas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Total		\$ 330,00	\$ 360,00

Elaborado por: los Autores

5.1.4. *Utensilios de cocina.***Tabla 36. Utensilios de cocina**

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V total
Abrelatas	2	\$ 5,23	\$ 10,46
Batidor manual	2	\$ 1,64	\$ 3,28
Bowl	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Colador de malla 12 cm	2	\$ 4,81	\$ 9,62
Cuchara de palo	4	\$ 0,80	\$ 3,20
Cuchareta acero inoxidable	4	\$ 0,65	\$ 2,60
Cucharon mediano	2	\$ 2,38	\$ 4,76
Cucharon pequeño	2	\$ 0,78	\$ 1,56
Cuchillo cebollero	2	\$ 9,32	\$ 18,64
Cuchillo sierra	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Espátula de goma	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Espumadera	2	\$ 0,85	\$ 1,70
Olla de 16 litros	4	\$ 36,88	\$ 147,52
Olla de presión de 6 litros	2	\$ 31,28	\$ 62,56
Rallador	2	\$ 1,68	\$ 3,36
Sartén de teflón 30cm	2	\$ 17,15	\$ 34,30
Tabla de picar	4	\$ 4,68	\$ 18,72
Molde de pastelería	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Total		\$ 137,63	\$ 397,28

Elaborado por: los Autores

5.1.5. *Menaje de bar y cocina.***Tabla 37. Menaje de bar**

Concepto	Cantidad	V.unitario	V total
Coctelera	2	\$ 13,00	\$ 26,00
Azucarera	20	\$ 2,88	\$ 57,60
Bandeja	8	\$ 11,76	\$ 94,08
Charol de servicio	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Hielera	5	\$ 1,85	\$ 9,25
Jarra para te	5	\$ 1,80	\$ 9,00
Pinzas para hielo	5	\$ 0,84	\$ 4,20
Cenicero	12	\$ 0,47	\$ 5,64
Jarra de cristal	5	\$ 1,43	\$ 7,15
Copa Martini	12	\$ 1,22	\$ 14,64
Copa diamante	12	\$ 0,74	\$ 8,88
Salero	20	\$ 0,88	\$ 17,60
Total		\$ 61,87	\$ 354,04

Elaborado por: los Autores**Tabla 38. Menaje de comedor**

Concepto	Cantidad	V.unitario	V total
Plato tendido	75	\$ 3,95	\$ 296,25
Plato tinto	75	\$ 0,84	\$ 63,00
Tabla para picadas	24	\$ 6,00	\$ 144,00
Taza para café	75	\$ 1,13	\$ 84,75
Cuchara sopera	75	\$ 0,58	\$ 43,50
Cucharita postre	75	\$ 0,40	\$ 30,00
Cuchillo	75	\$ 0,77	\$ 57,75
Tenedor	75	\$ 0,51	\$ 38,25
Vaso para jugo	75	\$ 0,75	\$ 56,25
Vaso milkshake	24	\$ 0,96	\$ 23,04
Vaso al van	12	\$ 0,61	\$ 7,32
Subtotales		\$ 16,50	\$ 844,11

Elaborado por: los Autores

5.2. Costo de producción.

5.2.1. Gasto indirectos de fabricación.

Tabla 39. Gasto indirectos de fabricación.

Concepto	Importe
Mantenimiento	1.200,00
Dep eq (5%)	476,04
Dep ed (3%)	0,00
Luz	1.800,00
Arriendo	7.200,00
Seguro	1.000,00
Varios	2.840,00
Total	14.516,04

Elaborado por: los Autores

5.2.2. Cálculo de remuneración

Tabla 40. Calculo de remuneración

Personal	Cantidad	S.mensual
Administrador	1	\$ 500,00
Chef	1	\$ 500,00
Ayudante de cocina	1	\$ 354,00
Mesero	1	\$ 354,00
Subtotal	4	\$ 1.708,00

Elaborado por: los Autores

5.3. Proyección de ventas costos y gastos.

Para proyectar los ingresos nos enfocamos en las cantidades que se elaborarán al año multiplicadas por el precio unitario de cada producto como se muestra a continuación; los costos indirectos de fabricación crecerán de acuerdo al volumen que se produzca.

5.3.1. *Presupuesto de ventas.***Tabla 41. Presupuesto de ventas**

CONCEPTO	P/V	UNIDADES	TOTAL
RT1 (AROMATICA DE FRUTOS)	\$ 0,75	1600	\$1.200,00
RT2 (BATIDO DE FRUTAS)	\$ 1,50	3200	\$4.800,00
RT3 (CAFÉ DE CHUSPA)	\$ 0,50	4700	\$2.350,00
RT4 (CAFÉ NORMAL)	\$ 0,50	2500	\$1.250,00
RT5 (CAPUCCINO)	\$ 1,25	5500	\$6.875,00
RT6 (CHOCOLATE CALIENTE)	\$ 1,25	3800	\$4.750,00
RT7 (EMPANAS DE VERDE CON CARNE)	\$ 0,99	3800	\$3.762,00
RT8 (EMPANADAS DE VERDE CON POLLO)	\$ 0,99	3800	\$3.762,00
RT9 (EMPANADAS DE VIENTO)	\$ 0,60	3800	\$2.280,00
RT10 (ENSALADA CESAR CON POLLO)	\$ 1,50	2500	\$3.750,00
RT11 (ENSALADA DE LA CASA)	\$ 1,75	3300	\$5.775,00
RT12 (ENSALADA FRESCA)	\$ 1,50	2000	\$3.000,00
RT13 (GALLETAS DE AMARANTO)	\$ 0,99	1700	\$1.683,00
RT14 (GALLETAS DE QUINUA Y CHOCOLATE)	\$ 0,99	1000	\$990,00
RT15 (HUMITAS)	\$ 0,75	5500	\$4.125,00
RT16 (JUGOS NATURALES)	\$ 1,25	4700	\$5.875,00
RT17 (MILSHAKE)	\$ 1,50	4000	\$6.000,00
RT18 (MINI BOLONES DE VERDE)	\$ 0,99	4000	\$3.960,00
RT19 (MOCACCINO)	\$ 1,50	3200	\$4.800,00
RT20 (MOROCHO)	\$ 0,99	3500	\$3.465,00
RT21 (MUCHINES DE YUCA)	\$ 0,99	2500	\$2.475,00
RT22 (PASTELES DE ZANAHORIA)	\$ 0,99	2200	\$2.178,00
RT23 (SANDUCHE DE PERNIL)	\$ 2,50	2500	\$6.250,00
RT24 (SANDUCHE MIXTO)	\$ 1,99	4500	\$8.955,00
RT25 (TE HELADO DE FRUTAS)	\$ 0,99	3800	\$3.762,00
RT26 (TORTA DE YUCA)	\$ 1,25	1900	\$2.375,00
RT27 (TORTA DE ZANAHORIA)	\$ 0,99	1600	\$1.584,00
TOTAL			\$102.031,00

Elaborado por: los Autores

5.4. Compra de materia prima

Tabla 42. Materia prima

Concepto	Pr1 (aceite)	Pr2 (achiote)	Pr3 (aderezo)	Pr4 (aguacate)	Pr5 (ajo)	Pr6 (amaranto)	Pr7 (arveja)
Unidades a producir	665	0	70	80	0	51	38
Inv. Final	0	0	0	0	0	0	0
Mat. Disponible	665	0	70	80	0	51	38
Inv. Inicial	0	0	0	0	0	0	0
Compras de m.p.	665	0	70	80	0	51	38
Costo	1,80	2,50	3,00	2,00	2,00	5,50	2,20
Costo de compras	\$1.197,00	\$0,00	\$210,00	\$160,00	\$0,00	\$280,50	\$83,60

Elaborado por: los autores

Tabla 43. Materia prima

Pr8 (avena)	Pr9 (azúcar)	Pr10 (café de chuspa)	Pr11 (café instantaneo)	Pr12 (café expreso)	Pr13 (cacao en polvo)	Pr14 (canela)	Pr15 (carne molid)
30	1052	144	55	160	32	0	114
0	0	0	0	0	0	0	0
30	1052	144	55	160	32	0	114
0	0	0	0	0	0	0	0
30	1.052	144	55	160	32	0	114
1,10	1,10	6,50	6,00	7,50	5,00	5,00	3,30
\$33,00	\$1.157,20	\$936,00	\$330,00	\$1.200,00	\$160,00	\$0,00	\$376,20

Tabla 44. Materia prima

Pr16 (cebollin)	Pr17 (cebolla larga)	Pr18 (cebolla perla)	Pr19 (choclo desgranado)	Pr20 (chocolate)	Pr21 (chocolate de tabla)	Pr22 (comino)
20	87	76	550	227	228	0
0	0	0	0	0	0	0
20	87	76	550	227	228	0
0	0	0	0	0	0	0
20	87	76	550	227	228	0
3,50	0,75	1,00	2,20	8,00	6,00	3,00
\$70,00	\$65,25	\$76,00	\$1.210,00	\$1.816,00	\$1.368,00	\$0,00

Tabla 45. Materia prima

Pr23 (crema de leche)	Pr24 (crotones de pan)	Pr25 (escencia de vainilla)	Pr26 (fresa)	Pr27 (pulpa de fruta)	Pr28 (fruta troceada)	Pr29 (harina)
275	50	0	48	790	152	337
0	0	0	0	0	0	0
275	50	0	48	790	152	337
0	0	0	0	0	0	0
275	50	0	48	790	152	337
3,20	6,00	4,00	1,00	4,00	3,00	0,80
\$880,00	\$300,00	\$0,00	\$48,00	\$3.160,00	\$456,00	\$269,60

Tabla 46. Materia prima

Pr30 (helado)	Pr31 (hielo)	Pr32 (jamon)	Pr33 (jicama)	Pr34 (leche)	Pr35 (lechuga crespas)	Pr36 (lechuga romana)	Pr37 (manteca de cerdo)
480	114	135	198	3806	391	66	0
0	0	0	0	0	0	0	0
480	114	135	198	3806	391	66	0
0	0	0	0	0	0	0	0
480	114	135	198	3.806	391	66	0
3,20	1,00	7,20	3,30	0,89	1,20	1,50	3,30
\$1.536,00	\$114,00	\$972,00	\$653,40	\$3.387,34	\$469,20	\$99,00	\$0,00

Tabla 47. Materia prima

Pr38 (mantequilla)	Pr39 (manzana)	Pr40 (miel)	Pr41 (miel de maple)	Pr42 (mora)	Pr43 (morocho)	Pr44 (mostaza)
148	66	27	19	48	210	25
0	0	0	0	0	0	0
148	66	27	19	48	210	25
0	0	0	0	0	0	0
148	66	27	19	48	210	25
1,98	1,50	2,50	5,00	1,50	2,20	3,49
\$293,04	\$99,00	\$67,50	\$95,00	\$72,00	\$462,00	\$87,25

Tabla 48. Materia prima

Pr45 (pan bagget)	Pr46 (pepinillo)	Pr47 (pechuga de pollo)	Pr48 (perejil)	Pr49 (pasas)	Pr50 (pernil)	Pr51 (polvo de hornear)
700	120	452	0	70	200	16
0	0	0	0	0	0	0
700	120	452	0	70	200	16
0	0	0	0	0	0	0
700	120	452	0	70	200	16
3,00	0,80	3,10	1,00	3,74	5,50	3,90
\$2.100,00	\$96,00	\$1.401,20	\$0,00	\$261,80	\$1.100,00	\$62,40

Tabla 49. Materia prima

Pr52 (platanos verde)	Pr53 (queso holandés)	Pr54 (queso mozzarella)	Pr55 (queso picado)	Pr56 (quinua)	Pr57 (rabano)	Pr58 (sal)
932	135	180	280	30	66	45
0	0	0	0	0	0	0
932	135	180	280	30	66	45
0	0	0	0	0	0	0
932	135	180	280	30	66	45
1,20	8,00	9,00	4,00	3,96	1,00	0,80
\$1.118,40	\$1.080,00	\$1.620,00	\$1.120,00	\$118,80	\$66,00	\$36,00

Tabla 50. Materia prima

Pr59 (te en polvo)	Pr60 (tocino ahumado)	Pr61 (tomate riñón)	Pr62 (tomate cherry)	Pr63 (uvillas)	Pr64 (vinagre)	Pr65 (yogurt natural)
152	75	296	0	48	45	99
0	0	0	0	0	0	0
152	75	296	0	48	45	99
0	0	0	0	0	0	0
152	75	296	0	48	45	99
6,00	8,00	1,00	4,00	2,00	1,00	2,90
\$912,00	\$600,00	\$296,00	\$0,00	\$96,00	\$45,00	\$287,10

Tabla 51. Materia prima

Pr66 (yuca)	Pr67 (zanahoria blanca)	Pr68 (zanahoria amarilla)	Pr69 (zum de limón)	Pr70 (tocte)	Pr71 (huevos)	Pr72 (leche condensada)
415	198	137	45	66	417	0
0	0	0	0	0	0	0
415	198	137	45	66	417	0
0	0	0	0	0	0	0
415	198	137	45	66	417	0
1,00	1,50	0,50	1,60	6,00	3,00	5,00
\$415,00	\$297,00	\$68,50	\$72,00	\$396,00	\$1.251,00	\$0,00

Elaborado por: los Autores

5.5.Presupuesto de mano de obra directa.

Tabla 52. Presupuesto de mano de obra directa

Cargo	Salario	Total anual	Beneficios de ley
Chef	500,00	6000,00	840,00
Ayudante de cocina	354,00	4248,00	694,00
Mesero	708,00	8496,00	694,00
			20972,00

Elaborado por: los Autores

5.6.Presupuesto de gastos de administración.

Tabla 53. Gastos administrativos

Concepto	Importe
Sueldos y salarios	\$6.840,00
Comisión 5%	944,69
Publicidad 2%	1.889,38
Varios	2.000,00
Gastos de ventas y administrativos	\$11.900,93

Elaborado por: los Autores

5.7.Presupuesto de producción y venta.

Tabla 54. Producción y venta

Concepto	Importe
Mat. Prima requerida.	\$ 39.165,28
Mano obra directa	\$20.972,00
Gastos indirectos fabr.	14.516,04
Costo de prod.	\$74.653,32
Inv inicial art term.	0
Suma	\$74.653,32
Inv. Final art. Term	0,00
Costo de venta\$	\$74.653,32

Elaborado por: los Autores

5.8.Estado de resultados.

Tabla 55. Resultados

Concepto	Importe
Ventas	\$102.031,00
Costo de ventas	\$74.653,32
Resultado	\$27.377,68
Gastos de admin	\$11.900,93
Ut antes de impuestos	\$15.476,75
S.r.i. (impuesto) 23%	\$3.404,88
Utilidad de los trabajadores 15%	\$2.321,51
Utilidad del ejercicio	\$9.750,35

Elaborado por: los Autores

5.9.Flujo de caja.

Mediante el flujo de caja se puede observar que no presenta problemas de dinero, ya que se mantiene una excelente situación de liquidez.

Tabla 56. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	33.388,07					
Utilidad del Ejercicio		13.482,27	11.208,78	17.427,74	26.412,23	39.003,01
(-) Participación de los trabajadores		1.770,39	1.429,37	2.362,21	3.813,14	5.701,75
(-) Impuestos a la Renta		2.508,05	2.024,94	3.346,47	5.401,94	8.077,48
(-) Reinversión					520	
(+) Recuperación venta activos						3.263,37
FLUJO NETO	33.388,07	9.203,83	7.754,47	11.719,06	16.677,15	28.487,15
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO		7740,16	5484,23	6970,08	8341,58	11982,77
	25%	7363,06	4962,86	6000,16	6830,96	9334,67
	27%	7247,11	4807,78	5721,13	6410,72	8622,44

Elaborado por: los Autores

5.9.1. Estado de posición financiera

Tabla 57. Posición Financiera.

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO</u>	
CIRCULANTE		CORTO PLAZO	
EFFECTIVO	\$39.192,36	PROVEEDORE	\$0,00
CLIENTES	\$0,00	ISR	\$3.404,88
MAT PRIMA	\$0,00	PTU	\$2.321,51
ART TERM	\$0,00	TPCP	\$5.726,40
TOTAL A C	\$39.192,36	LARGO PLAZO	
FIJO		OBLIG X PAG.	\$6.760,43
TERRENOS	\$0,00	TOTAL PASIVO	\$12.486,83
EDIFICIO	\$0,00	CAP CONTABLE	
EQUIPO	\$6.760,43	CAP SOCIAL	\$23.239,57
DEP ACUM	\$476,04	UT RETENIDAS	\$0,00
	\$6.284,39	UT EJERCICIO	\$9.750,35
			\$32.989,92
TOTAL ACTIVO	\$45.476,75	CAP + PASIVO	\$45.476,75

Elaborado por: los Autores

5.10. Evaluación de la inversión TIR-VAN

La utilización de estas herramientas permite disminuir el riesgo de inversión, por lo cual es necesario identificar las tasas y valores de los indicadores TIR-VAN para conocer el tiempo de recuperación de la inversión.

5.10.1. Tasa interna de retorno (TIR).

Es un indicador financiero que se utiliza para conocer la factibilidad y evaluar si el proyecto es o no rentable.

Tabla 58. TIR

TIR=	$r_1 + (r_2 - r_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$	
TIR=	$0,25 + (0,27 - 0,25) \left(\frac{1103,64}{1103,64 - 578,88} \right)$	
TIR=	0,263118868	26

Elaborado por: los Autores

La TIR de este proyecto es 26% > 1%. De acuerdo con el criterio, el retorno sobre esta inversión es superior a la rentabilidad esperada y por ende es una buena decisión de inversión.

Para aceptar o rechazar un proyecto de inversión, Este índice debe ser superior al 1% de esa forma tenemos: si la TIR=26%, se debe invertir en el proyecto, de lo contrario se debe rechazar.

5.10.2. Valor actual neto (VAN).

Es una herramienta que se utiliza con la finalidad de conocer el flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial; además se podrá conocer si el proyecto es o no factible para la inversión.

Tabla 59. VAN

VAN =	- INVERSION INICIAL+FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS					
VAN =	40518,82 - 33388,07					
VAN =	7130,75					
		1.103,64				
VAN=	$-INVERSION + \sum \frac{FNS}{(1+i)^n}$					
VAN=	$-INVERSION + \sum \left[\frac{9203,83}{(1+0,1891)^1} + \frac{7754,47}{(1+,1891)^2} + \frac{11719,06}{(1+,1891)^3} + \frac{16677,15}{(1+,1891)^4} + \frac{28.487,15}{(1+,1891)^5} \right]$					
VAN=	-INVERSION +	7740,16	5484,23	6970,08	8341,58	11982,77
VAN=	7.130,74					

Elaborado por: los Autores

El VAN del proyecto es superior a 1, por lo cual se debería invertir en el proyecto. Para confirmar la afirmación realizada utilizamos la TIR.

5.10.3. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto.

Para la determinación del punto de equilibrio debemos conocer los costos fijos y variables de la empresa; los costos variables son materias primas, mano de obra a destajo, comisiones.

Por costos fijos, aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, como son la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones. Además debemos conocer el precio de venta de él o los productos que fabrique o comercialice la empresa, así como el número de unidades producidas.

$$\text{PE \$} = \text{Costos Fijos} / [1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas Totales})]$$

$$\text{PE} = \$26416,97 / [1 - (\$74653,32 / \$102031,00)]$$

$$\text{PE} = \$26416,97 / [1 - (\$0,7317)]$$

$$\text{PE} = \$26416,97 / \$0,2683$$

$$\text{PE} = \$ 98460$$

El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

5.10.4. Relación Costo/Beneficio.

La relación Costo/ Beneficio es la relación entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo y la inversión inicial. Esta relación expresa la capacidad de rendimientos en términos de Valor Actual Neto que genera el proyecto por dólar invertido. En la medida en que el índice de rentabilidad sea de 1° mas, la propuesta de inversión será aceptable.

$$\text{Razón B/C} = \sum \text{flujos generados por proyecto} / \text{Inversión}$$

$$\text{Razón B/C} = \$74653,32 / \$36760,43$$

$$\text{Razón B/C} = \$ 2,03$$

Por cada dólar invertido se recuperará 1,03 dólares

5.10.5. Tiempo de recuperación.

El tiempo de recuperación permite conocer el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

Para el cálculo de la recuperación se consideran la inversión inicial sobre la utilidad anual que genera el ejercicio, a fin de analizar el tiempo en el que se va a recuperar la inversión.

$$\text{PR} = \text{Inversión inicial} / \text{Utilidad del ejercicio}$$

$$\text{PR} = \$ 36760,43 / \$ 9750,35$$

$$\text{PR} = 3,77$$

La inversión se para este proyecto se recuperara en 3 años y 7 meses.

5.11. Análisis financiero.

Finalmente en el estudio Financiero se puede ver la rentabilidad de este proyecto a través de los criterios financieros el Índice de Rentabilidad muestra una ganancia de **\$9.750,35**, al igual como lo indica el TIR especificando que el costo de llevarlo a cabo es de 26%, el VAN del proyecto es \$7.130,74 .

El plan muestra la viabilidad económica, financiera y administrativa de llevarse a cabo en los tiempos establecidos atendiendo de manera estricta a cada una de las proyecciones por lo que se recomienda el diseño de controles que permita cumplir con los planes establecidos en cada estudio.

Analizando lo anterior se concluye que la TIR y el VAN es altamente positivo, evidenciando que el Periodo de recuperación de la inversión es aceptable ya que se recuperará en un tiempo menor a la vida útil del proyecto.

En general se concluye que el proyecto es rentable y aconsejable que se lo lleve a cabo, ya que el mismo muestra índices aceptables de rentabilidad.

CAPÍTULO VI

6. Impactos

La evaluación de impactos o posibles consecuencias que puede generar el proyecto, es importante para determinar la incidencia positiva o negativa que la ejecución del proyecto provocará en el entorno en que se desarrollará.

El método utilizado para el análisis de impactos del presente proyecto, consiste en determinar los ámbitos o áreas de influencia y un rango o escala de niveles de impacto, a continuación se construye una matriz con parámetros cuantitativos de los niveles de impacto sobre la base de los siguientes valores:

NIVEL DE IMPACTO	VALOR CUANTITATIVO
Alto negativo	-3
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

Utilizando esta tabla los parámetros puede variar; además la propuesta tiene las siguientes características:

Para cada área se determinara los indicadores de impacto en la respectiva matriz; es necesario realizar una sumatoria de los niveles de impacto en cada matriz y dividir para el número de indicadores, obteniendo de este modo el impacto promedio por área.

En cada matriz se debe incluir el análisis y argumentación de las razones y las circunstancias por la que se asignó el valor correspondiente a cada indicador. De ésta manera se presenta las matrices para el análisis de impactos del proyecto.

6.1. Impacto Económico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Actividad económica						x	
Generación de microempresa							x
Rentabilidad						x	
Productividad						x	
TOTAL						6	3
<p>$\Sigma = 8$</p> <p>Nivel de Impacto Económico = $\frac{\Sigma}{\text{Número De Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Económico = $\frac{9}{4}$</p> <p>Nivel de Impacto Económico = 2.25 Impacto Medio Positivo</p>							

Indicador	Análisis
Actividad económica	Es un impacto de medio positivo porque se impulsara el crecimiento de las actividades económicas, empleo, producción, innovación y ventas.
Generación de microempresa	Tiene un impacto alto positivo ya que la idea de este negocio es crecer con mayor fuerza cada vez en el país, a pesar de ser una entidad pequeña generará empleo y dinero.
Rentabilidad	Con relación a la rentabilidad es un impacto medio positivo ya que al ser una microempresa se espera que incremente la rentabilidad y satisfacer la duración de este proyecto como se indica en el análisis económico financiero.
Productividad	Se refleja como n impacto medio positivo el cual puede ser definido como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos, es decir a menos inversión, mayor productividad para vender y ganar más.

6.2. Impacto social cultural

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo							x	
Cultura de calidad						X		
Identidad							x	
Rescate y fusión de productos						X		
TOTAL						4	6	10
<p>$\Sigma = 8$</p> <p>Nivel de Impacto social cultural = $\frac{\Sigma}{\text{Número De Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto social cultural = $\frac{10}{4}$</p> <p>Nivel de Impacto social cultural = 2.5 Impacto Alto Positivo</p>								

Indicador	Análisis
Fuentes de trabajo	La generación de fuentes de trabajo tiene un impacto alto positivo, porque con este proyecto se creará puestos de trabajos directos y varios indirectos como: proveedores, repartidores de productos, publicistas, los que beneficiarán a la sociedad.
Cultura de calidad	La cultura de calidad tiene un nivel de impacto medio positivo en la sociedad otavaleña, ya que en este negocio la capacitación y mejoramiento será continuo para el talento humano, equipamiento e infraestructura.
Identidad	El influenciar en los hábitos culturales y de identidad de una comunidad inciden como un impacto alto positivo, ya que a través de este proyecto se culturizará indirectamente a los clientes mediante la música, vestimenta y gastronomía.
Rescate y fusión de productos	El rescatar y fusionar los alimentos autóctonos de un país dentro de una comunidad es un impacto alto positivo, porque se logrará combinar productos de las regiones del Ecuador dándoles un aspecto más vendible.

6.3. Impacto Ambiental

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Reciclaje							x	
Desechos solidos					x			
Desechos líquidos						x		
Salud humana							x	
TOTAL					1	2	6	9
$\Sigma = 8$ Nivel de Impacto Ambiental = $\frac{\Sigma}{\text{Número De Indicadores}}$ Nivel de Impacto Ambiental = $\frac{9}{4}$ Nivel de Impacto Ambiental = 2.25 Impacto Medio Positivo								

Indicador	Análisis
Reciclaje	Es un impacto alto positivo, el cual es de suma importancia para el cuidado del medio ambiente, es decir es una visión ecológica ya que se puede conservar los recursos naturales de la tierra, la disminución de los residuos y la reutilización.
Desechos solidos	Los desechos sólidos tienen un nivel de impacto bajo positivo considerado que a medida de lo posible se reciclará, además ocupa un mayor porcentaje en el mayor de los desechos que el ser humano los genera.
Desechos líquidos	Los desechos en estado líquido tienen un nivel de aceptación medio positivo por ejemplo el aceite que será utilizado constantemente será desechado pero sin embargo generará una contaminación leve al ambiente.
Salud humana	Tiene un impacto alto positivo ya que se contará con tecnología e infraestructura de punta y se tomará un sin número de medidas preventivas para precautelar la salud de los trabajadores y clientes.

6.4. Impacto Turístico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Gastronomía					x			
Demanda nacional					x			
Demanda internacional							x	
TOTAL					2		3	5
$\Sigma = 8$ Nivel de Impacto Turístico = $\frac{\Sigma}{\text{Número De Indicadores}}$ Nivel de Impacto Turístico = $\frac{5}{3}$ Nivel de Impacto Turístico = 1,66 Impacto Medio Positivo								

Indicador	Análisis
Gastronomía	La gastronomía percibe un impacto bajo positivo ya que con este proyecto se pretende generar productos fusionados a base alimentos de nuestro país con presentaciones que se pretende ganar popularidad e incidir a futuro el tusmo gastronómico.
Demanda nacional	Este impacto tiene un nivel de impacto bajo positivo en el ámbito del turismo ya que los habitantes del sector están acostumbrados a consumir este tipo de alimentos pero no con la presentación que este negocio va a poner a disposición de ellos, ya que la idea del negocio es lograr un posicionamiento en el mercado.
Demanda internacional	Es un impacto alto positivo ya que existe un gran porcentaje de turistas extranjeros que llegan a la Ciudad de Otavalo que serán atraídos por las distintas preparaciones llamativas de la cafetería.

6.5. Impactos General

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
Impacto económico						x		
Impacto social cultural							x	
Impacto ambiental						x		
Impacto turístico						x		
TOTAL						6	3	9
<p>$\Sigma = 8$</p> <p>Nivel de Impacto General = $\frac{\Sigma}{\text{Número De Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto General = $\frac{9}{4}$</p> <p>Nivel de Impacto General = 2,25 Impacto Medio Positivo</p>								

Como se puede observar en el cuadro anterior los impactos económico, ambiental, social cultural y turístico se ubican en un nivel medio positivo.

De acuerdo a estos resultados podemos indicar que el proyecto incidirá positivamente a nivel económico lo que a su vez a corto y largo plazo contribuirá a generar condiciones favorables a nivel social cultural y ambiental, logrando con esto generar un impacto positivo en el entorno.

7. Conclusiones

- Con respecto al estudio de mercado se concluye que el proyecto es viable ya que cuenta con la demanda suficiente para mantener un nivel de ventas que le permita al plan de negocios solventar los gastos directos, esta población, en la investigación de mercado, comentó que es de su interés tener otro lugar o alternativa para el esparcimiento de los jóvenes y adultos.
- A pesar de la oferta que existe en el ámbito de alimentos y bebidas, con el Estudio financiero y el conocimiento adquirido, la oferta de alimentos y bebidas con servicios de calidad que se ofrece, el proyecto será viable, obteniendo la rentabilidad deseada.
- En cuanto a la competencia, esta se encuentra identificada por los encuestados, ya que son pocas y bien establecidas, al respecto la ventaja competitiva de este proyecto es el dar un ambiente musical con grupos en vivo para deleite del público.
- Se han fijado precios de acuerdo a la valoración de recetas estándar; la diferencia en el mercado la harán nuestros productos y servicios que se ofrece.
- Mediante el estudio realizado se observó que en la ciudad de Otavalo no existe un establecimiento con este tipo de características innovadoras, y se determinó el buen nivel de aceptación que tendrá por parte de los consumidores.
- Su equipamientos será modernos y su infraestructura será llamativa y rústica con un ambiente acogedor lo que permite brindar un servicio de calidad.
- La organización administrativa y las funciones de labor serán definidas y se desarrollaran al inicio de las actividades operativas, con el objetivo de lograr un buen ambiente laboral.
- La empresa será creada bajo una sociedad anónima constituida por 2 socios los cuales tienen responsabilidades ilimitadas.
- Los evaluadores financieros ayudaran a definir la rentabilidad, donde lo económico es importante para tener un negocio prospero.

- De forma concluyente, podemos ver en este proyecto lo importante de utilizar el plan de negocios como instrumento de factibilidad de mercado, producción y financieramente tanto para las empresas establecidas como para las de nueva creación.

8. Recomendaciones

- Realizar un seguimiento a los diferentes segmentos de mercado para de esta forma, continuar con la mejora incesante en los productos y servicios que se van a ofrecer, además con esta información se podrá competir con las exigencias de los clientes.
- Es importante tomar en cuenta los costos al momento de fijar los precios, para no excederse a lo estipulado por la competencia y el mercado, una vez que el negocio este en marcha.
- Además, es necesario hacer un análisis trimestral del funcionamiento, para comparar el presupuesto inicial y el presupuesto real del negocio, sin olvidar el control continuo de los informes financieros para tomar cualquier decisión, durante la puesta en marcha del negocio y cuando este se establezca.
- Para la puesta en marcha de este proyecto se recomienda hacer una campaña de lanzamiento efectiva, y tener presente los presupuestos elaborados.
- Actualizar, innovar y dinamizar los servicios teniendo en cuenta los nuevos formatos, diseños, materiales y tendencias del mercado.
- Desarrollar nuevas prácticas que impliquen mejoramiento del servicio, eficiencia o eficacia para la empresa.
- Utilizar un mecanismo de publicidad que permita al consumidor/cliente conocer lo que es un producto innovador y de calidad para así lograr causar impacto en el mercado.

9. BIBLIOGRAFÍA

Bloomberg, “C. Suite”, www.bloomberg.com, Julio 2009, <http://www.aertia.com/productos.asp?pid=245>.

CENTENO M^aJosé (2005). Cocina profesional 1, cuarta edición Thomson. España Madrid.

Cerrón, J. C. (2002). El Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión . Perú: San Marcos.

CFN. Corporación Financiera Nacional.

Código Laboral

Código Tributario, Corporación de Estudios y Publicaciones, 1998.

EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Gabriel Baca Urbina, 4ta edición, Pág. 165.

Gestión de Proyectos, Juan José Miranda, MM Editores, Quinta edición, página 176.

Graham Friend y Stefan Zehle, *Cómo Diseñar un Plan de Negocios*, Buenos Aires, Cuatro Media, 2008.

PUENTE Carrera Marcelo (2001). Higiene y seguridad en el trabajo. Ecuador: Ibarra. Revista equindecia, equipos de oficina.

SANTAMARÍA Santi (2004). El Restaurante. España.

TAMAYO, Mario. (2003) El Proceso de la Investigación de Mercado Tercera Edición

es.wikipedia.org/wiki/Cafetería

http://decoracion.facilisimo.com/reportajes/estilos/clasico-y-rustico/el-estilo-rustico_186897.html

www.forumdelcafe.com/pdf/F_02-Cafeterias1.pdf

Wikipedia, la enciclopedia libre.

Superintendencia de Compañías del Ecuador

Universidad Nacional de Colombia, *La Matriz DOFA*”,
http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2_3.htm.

US Department of Health & Human Services, *Dietary Guidelines for Americans*,
<http://www.health.gov/dietaryguidelines>

10. GLOSARIO

Delicatessen.- El delicatessen es un tipo de tienda especializada que ofrece alimentos exclusivos por sus características especiales, por ser exóticos, raros o de elevada calidad en su ejecución. Se trata de productos delicados de alta gama. A veces abreviado como deli, si se trata de comida ya preparada para el consumo inmediato. ([https://es.wikipedia.org/wiki/Delicatessen_\(gastronomía\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Delicatessen_(gastronomía)))

Cafetería.- Una **cafetería** es un establecimiento de hostelería donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados y no comida caliente propiamente dicha.¹ Una cafetería comparte algunas características con un bar y otras con un restaurante. (<https://es.wikipedia.org/wiki/Cafeter%C3%ADa>)

Milkshake .- Es un batido de leche es una bebida elaborada a base de leche y frutas, chocolate, turrón o también helado.

Microempresa.- La micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. (<http://definicion.de/micro-empresa/>)

Sociedad Anónima.- La sociedad anónima (abreviatura: S.A.)¹ es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la obtención de un dividendo mínimo. (https://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad_an%C3%B3nima)

INVERSIÓN.- En el contexto empresarial, la inversión es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo. (<https://es.wikipedia.org/wiki/Inversi%C3%B3n>)

TIR.- La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos

autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. (https://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno)

VAN.- El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. (<http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>)

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA
ENCUESTA



DATOS INFORMATIVOS

NOMBRE:.....

EDAD:.....

INDICACIONES

Esta encuesta se realiza con la finalidad de determinar el nivel de aceptación de la cafetería, en la ciudad de Otavalo, satisfacer, calificar la calidad y el servicio del producto, para poder efectuar correctamente las estadísticas para el plan de negocios.

OBJETIVOS

Conocer las ventajas y desventaja que tiene la implementación de esta cafetería.

Fomentar el consumo de alimentos elaborados a base de productos andinos.

PREGUNTAS:

¿Cuántas veces al mes visita usted una cafetería?

+5 VECES	
3 VECES	
2 VECES	
NUNCA	

Cuando visita una cafetería ¿Quién lo acompaña?

FAMILIA	
AMIGOS	
PAREJA	
SOLO	

¿En qué horario prefiere visitar la cafetería?

MAÑANA(10:00/22:00)	
TARDE(15:00/22:00)	
NOCHE(18:00/22:00)	

¿Qué prioriza cuando va a una cafetería?

INFRAESTRUCTURA	
CALIDAD	
SERVICIO	
PRECIO	

¿Qué ambiente prefiere que exista en la cafetería?

CYBERT	
ÁREA PARA NIÑOS	
SALA DE LECTORES	
MÚSICA EN VIVO	

¿Cómo calificaría usted el servicio de las cafeterías que ha visitado?

EXCELENTE	
BUENO	
REGULAR	
MALO	

¿Es importante para usted que la cafetería cuente con internet?

SI	
NO	

¿Conoce usted alguna cafetería rustica en el centro de la ciudad?

SI	
NO	

¿Conoce usted alguna cafetería que ofrezca preparaciones a base de productos andinos (zanahoria blanca, maíz, quinua)?

SI	
NO	

¿Qué tipo de productos le gustaría que ofrezca la cafetería?

PRODUCTOS ANDINOS	
SANDUCHES	
EMPANADAS	
COMIDA RÁPIDA	

¿Cuánto suele gastar en una cafetería?

\$5-\$10	
\$11-\$16	
\$17-\$22	
MAS DE \$22	

¿A través de qué medio le gustaría recibir información de la cafetería?

VOLATES	
RADIO	
INTERNET	
TELEVISION	
PRENSA	



GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo 2. Afiche




Suave Aroma S.A.
CAFETERIA

Un Mundo de Deliciosos
Cafes y Bebidas ... !

- Pantallas LCD con cable
- Conexion a Internet
- Aire Acondicionado



Dirección: Calle Sucre 1218 y Salinas Frente a la Plaza de Ponchos
Telf.: 06- 2922895 E-mail : info.contacto@suavearoma.net
www.suavearoma.net

Anexo 3. Logo

Anexo 4. Receta 1

PRODUCTO: aromática de frutos del bosque

NUMERO DE PORCIONES: una porción

TIEMPO DE PRODUCCION: 5 Minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

28 gramos de fresas

28 gramos de moras

28 gramos de uvillas

3 gramos deshierba buena

250 ml de agua

28 gramos de azúcar

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas, cucharas.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

En un recipiente macere las fresas y las moras con un poco de agua durante dos horas.

Luego, se adiciona las uvillas y las hojas de hierbabuena. Llevar la maceración al fondo de las tazas y cubrir con agua hirviendo previamente endulzada.

Anexo 5. Receta 2

PRODUCTO: batidos de fruta

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 5 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de pulpa de fruta

30 gramos de azúcar

80 ml de leche

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 sorbetes

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cuchillo, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora,

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Sacar la pulpa de la fruta y colocarla con el azúcar y la leche en el vaso de la licuadora,

Licuar hasta que esté bien mezclado, de ser necesario cernir con un colador.

Una vez que esté bien licuado servimos en los vasos

Anexo 6. Receta 3

PRODUCTO: café de chuspa

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 4 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

250 ml de agua

20 gramos de café de chuspa

28 gramos de azúcar

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, olla, tazas, cucharas, chuspa

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

En una olla hervir el agua

Colocar el café dentro de la chuspa y sumergir la chuspa en el agua hervida,

Finalmente añadir el azúcar, remover y servir en las tazas o jarros

Anexo 7. Receta 4

PRODUCTO: café normal

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 3 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

20 gramos de café instantáneo

250 ml de agua

28 gramos de azúcar

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas, cucharas.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

En una olla hervir el agua

Al agua hervida añadir el café y el azúcar y mezclar muy bien finalmente servir

en las tazas o jarros

Anexo 8. Receta 5

PRODUCTO: cappuccino

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

180 mililitros de leche

14 gramos de chocolate

14 gramos de café

28 gramos de azúcar

50 gramos de crema de leche

2 gramos de canela

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilleta de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora, cuchillo, cucharitas

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Colocar la leche en un recipiente resistente al calor y calentarla sin dejar hervir.

Trocer finamente el chocolate

Añadir el chocolate troceado finamente, también agregar el azúcar y el café, se debe mezclar muy bien.

Batir la crema de leche hasta que esté a punto de nieve

Servir en la copa de cappuccino, cubrir con la crema de leche batida y finalmente espolvorear la canela en polvo.

Anexo 9. Receta 6

PRODUCTO: chocolate caliente

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 6 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

60 gramos de chocolate

200 ml de leche

3 gramos de canela en rama

20 gramos de azúcar

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, batidor, cuchillo, cucharas

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Poner a calentar la leche con la canela. Cuando esté a punto de hervir, añadir el chocolate rallado.

Añadir de una en una cucharada de azúcar hasta terminar el azúcar

Mover constantemente hasta que se deshaga el chocolate, y después con un batidor sacar espuma.

Anexo 10. Receta 7

PRODUCTO: empanadas de verde con carne

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 8 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

30 gramos de carne molida

10 gramos de zanahoria amarilla

10 gramos de arvejas

1 huevo

5 gramos de cebolla perla

1 gramos de perejil

1 gramos de sal

70 gramos de plátano verde

2 gramos de mantequilla

20 ml de aceite

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

papel film

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, sartén, paila, rodillo, amasador, cucharetas, cuchillo, bolws, rallador.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Pelar el plátano verde y cocinarlo, una vez que estén listo retirar y triturar hasta lograr una masa homogénea

Agregar un huevo y la mantequilla y mezclar bien hasta obtener una masa blanda

Con la ayuda de un rodillo se debe extender la masa y cortar en círculo de 20 cm de diámetro.

Cocinar las arvejas, el huevo y la zanahoria, una vez listos, se debe cortar la zanahoria y el huevo en pequeñas dimensiones y el perejil finamente picado.

Picar la cebolla y sofreírla, cuando se ponga transparente, incorporamos la carne

molida y se condimenta con la sal y se incorpora las arvejas, la zanahoria

Rellenar el círculo de masa con la porción de relleno, doblar la masa por la mitad con la ayuda del papel film y sellar los bordes con un tenedor o un repulgue de empanadas.

En una paila colocamos el aceite y una vez que esté bien caliente, finalmente

Freímos las empanadas. al sacarlas de aceite las colocamos sobre servilletas para quitar el exceso de aceite.

Anexo 11. Receta 8

PRODUCTO: empanadas de viento

NUMERO DE PORCIONES: 1 porciones

Tiempo de producción: 6 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

50 gramos de harina de trigo

3 gramos de sal

3 gramos de azúcar

15 gramos de mantequilla

1 huevo

10 gramos de queso picado

3 gramos de cebolla picada

10 mililitros de agua tibia

20 milímetros de aceite

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

cocina, gas, bowl, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, paila, cucharitas, bolillo, cortador de masa

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

En un bowl mezcle todos los ingredientes secos y añada la mantequilla.

Desmenuce con la mano hasta obtener una masa pastosa

Incorpore lentamente el agua tibia y el huevo hasta formar una masa elástica.

Deje reposar. Mientras tanto mezcle el queso y la cebolla larga picada.

Corte pequeñas porciones de masa, aplane con un bolillo, rellenes y selle.

Por último freír en abundante aceite, cuando estén listas colocarlas sobre las servilletas absorbentes.

Anexo 12. Receta 9

PRODUCTO: ensalada César con pollo

NUMERO DE PORCIONES: una porciones

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

120 gramos de pechuga de pollo

50 gramos de lechuga cressa

15 gramos de crotones de pan

1 huevo

5 ml de zumo de limón

5 gramos de mostaza

8 ml de vinagre

5 gramos de sal

7 gramos de aceite

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 Servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora, cuchillo, cucharas, batidor, fuente o bowl.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Lave bien y corte en trozos la lechuga

Cocinar la pechuga de pollo y córtala en cubos.

Hervir el huevo durante un minuto y colocarlo en agua fría. Luego batir ligeramente el huevo, agregar el aceite, la sal, el vinagre y por último la mostaza

Colocar en una fuente la lechuga, el pollo troceado, los crotones de pan y finalmente rociar con la preparación anterior

Anexo 13. Receta 10

PRODUCTO: ensalada de la casa

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

60 gramos de jícama

30 gramos de zanahoria

15 gramos de rábano

20 gramos de lechuga crespa

20 gramos de lechuga romana

20 gramos de tocte

25 gramos de tomate cherry

20 gramos de manzana

25 gramos de yogurt natural

4 gramos de raspadura de limón

3 gramos de sal

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, rallador, cuchillo, cucharitas, bowl

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Lavar la zanahoria, la jícama, el rábano, la lechuga crespa, la lechuga romana, las manzanas y el tomate cherry. Y cortamos en cubos de 2cm. La zanahoria se debe blanquear.

Todos los ingredientes cortados lo reservamos en un bowl

Rociamos la preparación anterior sobre los ingredientes picados que reservamos en el bowl.

Finalmente espolvoreamos el tocte previamente picado

Anexo 14. Receta 11

PRODUCTO: ensalada fresca

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 8 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

60 gramos de pepinillo

40 gramos de aguacate

40 gramos de tomate riñón

50 gramos de queso mozzarella

6 ml de vinagre

30 gramos de lechuga

7 gramos de aceite

5 gramos de cebollín

5 ml de zumo de limón

5 gramos de sal

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 Servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cuchillo, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, bowls, , cucharetas, pinzas, rallador

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Lavar bien y cortar el pepinillo, el tomate, la lechuga y el aguacate y reservar en un bowl

Mezclar el zumo de limón, el vinagre, el aceite, la sal y el cebollín finamente picado.

Rociar la preparación anterior sobre lo que reservamos anteriormente en el bowl , mezclar bien y finalmente rallar el queso sobre la preparación final

Anexo 15. Receta 12

PRODUCTO: Galletas de amaranto

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 8 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

28 gramos de amaranto

20 gramos de leche condensada

25gramos de harina

1 huevo

5 ml de aceite

5 gramos de miel

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

1 rollo de papel encerado

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Horno, gas, latas para hornear, tazas de medida, cucharas, cucharetas, cortador de galletas.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Mezclar el amaranto con la mitad de leche Condensada, la harina, el huevo, el aceite y la miel de abeja, hasta formar una pasta.

Con un cortador de galletas, forma las galletas y colócalas en la lata previamente cubierta con el papel encerado hornear por 5 minutos a 160°C hasta que estén doraditas

Retirar y deja enfriar.

Servir las galletas bañándolas con el resto de la leche condensada

Anexo 16. Receta 13

PRODUCTO: Galletas de quinua y chocolate

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 8 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

30 gramos de quinua

30 gramos de avena

10 gramos de mantequilla

6 mililitros de miel

1 huevo

3 gramos de sal

3 ml de esencia de vainilla

15 gramos de chispas de chocolate

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

Papel encerado

1 servilleta de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, olla de presión, tazas de medida, cucharas, cucharas, lata para horno, horno, bowl.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Cocinar la quinua en una olla de presión, enfriar y escurrir

Mezclar todos los ingredientes a excepción del chocolate

Colocar el papel encerado en bandeja del horno, moldear las galletas y colocar las chispas de chocolate

Colocar en el horno y hornear por 30 minutos a 250°C hasta que estén ligeramente

Doradas

Anexo 17. Receta 14

PRODUCTO: Humitas

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 4 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de choclo desgranado tierno

4 gramos de manteca de cerdo

2 gramos de queso picado

1 huevos

2 gramos de polvo de hornear

4 gramos de azúcar

4 gramos de mantequilla

3 gramos de sal

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

cocina, gas, olla tamalera, tazas de medida, cucharas, batidor, molino, cucharitas

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Moler el choclo con la ayuda de un molino

Separar las claras de huevo de las yemas y batirlas a punto de nieve

Mezclar en choclo con la manteca, la mantequilla, el queso desmenuzado, el azúcar, el polvo de hornear, las yemas y la sal.

Cuando todo esté mezclado correctamente se deben incorporar las claras de huevo batidas a punto de nieve con movimientos envolventes

Una vez lista la mezcla se debe armar las humitas en las hojas de choclo

Una vez armadas las humitas se deben cocinar 45 minutos en una olla tamalera

Nota: Las humitas se compraran ya procesadas

Anexo 18. Receta 15

PRODUCTO: jugos naturales

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 5 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de fruta

20 gramos de azúcar

80 ml de agua

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1servilletas

1 sorbetes

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cuchillos, bowls, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora,

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Quitar el empaque de la pulpa de de fruta y colocarla con el azúcar y el agua en el vaso de la licuadora licuar hasta que esté bien mezclado, de ser necesario, cernir con un colador

Una vez que esté bien licuado servimos en los vasos

Anexo 19. Receta 16

PRODUCTO: milshake

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 5 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

120 gramos de Leche

120 gramos de Helado

30 gramos de Chocolate en barra

20 gramos Azúcar

2 gramos Esencia de vainilla

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 Servilletas de papel

1 Sorbetes

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Bolws, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora, vasos,

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Colocar el helado junto con la leche en el vaso de la licuadora, tapar correctamente y licuar hasta que se hayan mezclado bien.

Una vez que este licuado colocamos en los vasos o copas, y decoramos con el chocolate y la esencia de vainilla.

Anexo 20. Receta 17

PRODUCTO: Mini bolones de verde

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de verde

5 gramos mantequilla

20 gramos de queso mozzarella

3 gramos de sal

5 gramos cebolla larga

2 milímetros de achiote

60 ml de aceite

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, cuchillo, paila, cucharitas.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Pelar el plátano verde cortar en cuartos y cocinarlos. Triture bien y amase con la mantequilla y la sal. Agregue el achiote y la cebolla.

Formar los mini bolones y colocar el queso en el interior como relleno

En una paila calentar el aceite y freír los mini bolones, sacarlos y colocarlos sobre las servilletas de papel para eliminar el exceso de aceite

Anexo 21. Receta 18

PRODUCTO: mocaccino

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 5 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

50 gramos de café Expreso

100 mililitros de leche

5 gramos de cacao en polvo

14 gramos de azúcar

5 gramos de chocolate

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, rallador , licuadora, cucharetas, cafetera eléctrica, rallador

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Se debe realizar un café expreso con la ayuda de la cafetera eléctrica

Una vez que el café expreso esté listo, mezclar en una olla la leche con el cacao en polvo y se lleva a fuego removiendo hasta que la leche este bien caliente sin que hierva.

Con la ayuda de una licuadora se debe batir por 1 minuto, hasta conseguir una espuma.

Finalmente mezclar la leche con el café expreso caliente, decorar con chocolate rallado y servir

Anexo 22. Receta 19

PRODUCTO: Morocho

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

60 gramos de morocho

200 litros de leche

2 gramos de canela

30 gramos de azúcar

20 gramos de pasas

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, cucharas, tazas o copas.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Colocar el morocho precocido junto con la leche y la canela. Cocinar hasta que el morocho este suave

Una vez que el morocho esté listo se debe añadir el azúcar y las pasas

Finalmente servir en copas y decorar con canela en polvo

Anexo 23. Receta 20

PRODUCTO: Muchines de yuca

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

90 gramos de yuca

40 gramos de queso picado

5 gramos de cebolla larga

2 gramos de mantequilla

3 mililitros de achiote

1 huevo

30 ml de aceite

3 gramos de sal

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, cuchillo, paila, cucharetas, bowl, amasador, rallador, sartén.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Pelamos y cortamos la yuca, sacando las venas, en una olla ponemos a cocinar la yuca con sal hasta que estén suaves para luego majarlas y formar una masa añadimos el huevo,

Rectificamos la cantidad de sal y reservamos.

En un sartén ponemos la mantequilla, el achiote con la cebolla blanca y dejamos cocinar, a esta mezcla adicionamos el queso picado rallado y mezclamos bien, este será el relleno de los muchines.

Con la masa comenzamos a formar los muchines rellenando en el centro con el queso y cerrándoles bien para evitar que se salga al momento de freírlas.

Calentamos en un sartén el aceite y freímos los muchines hasta que estén dorados los dejamos escurrir sobre unas servilletas de papel para quitar el exceso de aceite.

Anexo 24. Receta 21

PRODUCTO: Pasteles de zanahoria blanca

NUMERO DE PORCIONES: 1PORCIÓN

Tiempo de producción: 15 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

90 gramos de zanahoria blanca

5 gramos de mantequilla

1 huevo

20 mililitros de aceite

2 mililitros de achiote

2 gramos de sal

7 gramos de cebolla larga

30 gramos de queso picado

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cocina, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, sartén, cuchillo, cucharetas.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Pelar la zanahoria y cocinar con un poco de sal. Botar el agua en la que se cocinó la zanahoria.

Aplastar la hortaliza hasta formar una masa.

Hacer un refrito de cebolla con achiote y aceite

Añadir en el refrito la zanahoria blanca en puré, la mantequilla, el huevo y la sal.

Mezclar bien hasta obtener una masa blanda.

Desmenuzar el queso y mezclar con la cebolla blanca picada.

Hacer con la masa el pastel y agregar el relleno de queso con cebolla.

Freír con aceite en un sartén hasta que se doren, colocar sobre servilletas para eliminar el exceso de aceite

Anexo 25. Receta 22

PRODUCTO: Sanduche de pernil

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 15 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de pan bagget

80 gramos de pernil

30 gramos de tocino ahumado

15 gramos de lechuga

15 gramos de tomate

10 gramos de aderezo

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilleta de papel

1 funda de plástico o de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Balanza, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, cucharetas cuchillo

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Lavar el tomate y cortarlo en rodajas

Separar las hojas de lechuga y lavarlas muy bien si es posible con agua tibia

Cortar el pan por la mitad y untar el aderezo en la cara que forma la base del pan

Colocar la lechuga y el tomate sobre cara en la que se encuentra el aderezo

Añadir el pernil cortado en láminas y el tocino ahumado de tal manera que este bien distribuido sobre todo el pan.

Finalmente colocar la otra parte del pan para terminar el sanduche. Y empacarlo en una funda plástica

Anexo 26. Receta 23

PRODUCTO: Sanduche mixto

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 15 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de pan bagget

30 gramos de jamón

30 gramos de queso holandés

15 gramos de lechuga

15 gramos de tomates

10 gramos de aderezo

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilleta de papel

1funda plástica o de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cuchillo, bowls, tazas de medida, cucharas, tabla para picar.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Lavar el tomate y cortarlo en rodajas

Separar las hojas de lechuga y lavarlas muy bien si es posible con agua tibia

Cortar el pan por la mitad y untar el aderezo en la cara que forma la base del pan

Colocar la lechuga y el tomate sobre cara en la que se encuentra el aderezo

Añadir el jamón y el queso de tal manera que este bien distribuido sobre todo el pan.

Finalmente colocar la otra parte del pan para terminar el sanduche. Y empacarlo en la funda plástica

Anexo 27. Receta 24

PRODUCTO: Té helado con frutas

NUMERO DE PORCIONES: una porción

Tiempo de producción: 10 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

180 ml de agua

40 gramos de té en polvo

20 gramos de azúcar

40 gramos de fruta troceada

30 gramos de hielo

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

1 sorbetes

1 sombrillitas para decoración

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Cuchillo, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora, hielera, jarra, bowls

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Colocar el agua, el azúcar, el hielo y el té en polvo en el vaso de la licuadora, licuar hasta que esté bien mezclado.

Pelar y cortar la fruta en cubos pequeños y reservar en un recipiente.

Colocar la fruta troceada en el vaso y llenarlo con el líquido del té licuado.

Anexo 28. Receta 25

PRODUCTO: torta de yuca

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIONES

Tiempo de producción: 15 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

100 gramos de yuca

40 gramos de queso picado

1 huevo

5 gramos de mantequilla

40 de azúcar

100 ml de leche

5 ml de miel de maple

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Horno, gas, ollas, tazas de medida, cucharas, espátula, licuadora, molde desmoldable para tortas, cucharetas, rallador, bowl.

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Se debe pelar, lavar y quitar el nervio a la yuca. Una vez limpia rallamos la yuca y reservamos en un bowl.

Batir los huevos y agregarlos a la yuca rallada. Derretir la mantequilla y agregarla a la yuca rallada.

Licuar la leche con el azúcar y agregue a la mezcla anterior. Agregar la mitad del queso a la mezcla y mover suavemente.

Untar la miel de pale en el fondo del molde y esparcir el resto del queso rallado

Vaciar la mezcla en el molde previamente preparado con la miel de maple y el queso rallado hornear por 10 minutos hasta que se dore a 180°C

Anexo 29. Receta 26

PRODUCTO: Torta de zanahoria

NUMERO DE PORCIONES: UNA PORCIÓN

Tiempo de producción: 15 minutos

1.- MATERIALES DIRECTOS:

1 huevos
44 gramos de zanahoria amarilla
6 ml de aceite
56 gramos de harina
40 gramos de azúcar
5 gramos de polvo de hornear
2 gramos de sal

2.- MATERIALES INDIRECTOS:

1 servilletas de papel

3.- ACTIVOS Y MENAJE DE COCINA NECESARIOS

Gas, bowl, tazas de medida, cucharas, tabla para picar, licuadora, molde para torta, horno

4.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Lavar, pelar y picar la zanahoria, y colocar junto con los huevos, aceite y sal en el vaso de la licuadora y procedemos a licuar hasta q la zanahoria este bien molida.

En un bowl colocar harina, azúcar y polvo de hornear; añadir la preparación anterior y mezclar hasta conseguir una masa homogénea.

Engrasar y enharinar el molde, colocar la masa y precalentar el horno a 180°C

Colocar la preparación en el horno por 12

Desmoldar y cortar