



CARRERA GASTRONOMIA

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE
UNA REPOSTERIA MODERNA Y CAFETERIA EN EL SECTOR
DEL CONDADO, CIUDAD DE QUITO.**

**Proyecto Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Gastronomía**

AUTOR:

JOSE JEREMY TOAPANTA LLANO

TUTOR:

MSC. SANTIAGO BALDEON

D.M QUITO, 05 DE ENERO 2022

DEDICATORIA

Primero a Dios por su gran amor y sus planes para culminar esta carrera, dedico a mis padres, que son pilares fundamentales en mi vida, en especial a mi madre por todo su apoyo y paciencia que me ha brindado durante estos años, a mi padre por su gran ejemplo de superación y lucha insaciable, ellos son mi ejemplo de seguir adelante y destacar.

También está dedicada a mi novia, ella me ayudo con su comprensión, entusiasmo y cariño, en mis momentos de decline y cansancio, a todos ellos dedico este proyecto con cariño y un muy grande agradecimiento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi tutor, por su paciencia, su dirección y su apoyo durante este proceso. También, a todos mis profesores, chefs y compañeros, gracias por todas sus enseñanzas y consejos.

AUTORIA

Yo Jeremy Toapanta, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Jose Jeremy Toapanta Llano

D.M Quito, 05 de Enero del 2022

MSC. SANTIAGO BALDEÓN

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Msc. Santiago Baldeón

D.M Quito, 05 de Enero del 2022

ACTA DE CESION DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE LA CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Msc. Santiago Baldeón** y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y al Sr. **Jeremy Toapanta** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - Al Sr. **Jeremy Toapanta** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una repostería moderna y cafetería en el sector del condado, ciudad de Quito”**. Para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Msc. Santiago Baldeón.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Msc. Santiago Baldeón en calidad de director del trabajo fin de carrera y al Sr. Jeremy Toapanta, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una repostería moderna y cafetería en el sector del condado, ciudad de Quito”** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: Aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Msc. Santiago Baldeón

Jeremy Toapanta

D.M Quito, 05 de Enero del 2022

INDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
AUTORIA	III
CERTIFICA.....	IV
ACTA DE CESION DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE LA CARRERA	V
INDICE DE CONTENIDO	VI
RESUMEN	- 14 -
INTRODUCCION	- 15 -
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	- 16 -
2.1 Creación de empresa	- 16 -
2.2 Descripción de la empresa	- 16 -
2.2.1 Importancia.....	- 16 -
2.2.2 Características.....	- 17 -
2.2.3 Actividad	- 17 -
2.3 Tamaño de la empresa.....	- 18 -
2.4 Necesidades que satisfacer	- 18 -
2.4.1 Necesidad Fisiológica.....	- 19 -
2.4.2 Necesidad de Seguridad	- 19 -
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación	- 19 -
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento	- 20 -
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.....	- 20 -
2.5 Localización de la empresa	- 20 -
2.6 Filosofía Empresarial	- 21 -
2.6.1 Misión.....	- 21 -
2.6.2 Visión 2021	- 21 -
2.6.3 Objetivos.....	- 21 -
2.6.4 Meta.....	- 21 -
2.6.5 Estrategias.....	- 22 -
2.6.6 Políticas	- 22 -
<i>Los trabajadores.</i>	- 22 -
<i>La empresa</i>	- 22 -

2.6.7 FODA	- 23 -
<i>Fortalezas</i>	- 23 -
<i>Oportunidades</i>	- 23 -
<i>Debilidades</i>	- 23 -
<i>Amenazas</i>	- 23 -
2.7 Desarrollo organizacional	- 23 -
2.7.1 Tipo de estructura	- 24 -
<i>Diferenciación</i>	- 24 -
<i>Nivel Gerencial</i>	- 24 -
<i>Nivel Operativo</i>	- 24 -
2.7.2 Formalización	- 24 -
2.7.3 Centralización – Descentralización	- 25 -
2.7.4 Integración	- 25 -
2.8 Organigrama empresarial	- 25 -
PUESTO DE GERENTE CHEF	- 26 -
PUESTO DE MESERO	- 27 -
PUESTO DE CAJERO – RECEPCIONISTA	- 28 -
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	- 29 -
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	- 29 -
3.2 Investigación de mercado.....	- 29 -
3.2.1 Modalidad.....	- 29 -
3.3 Plan de Muestreo.....	- 30 -
3.4 Análisis de encuestas.....	- 31 -
Pregunta 1.....	- 31 -
Pregunta 2.....	- 32 -
Pregunta 3.....	- 33 -
Pregunta 4.....	- 34 -
Pregunta 5.....	- 35 -
Pregunta 6.....	- 36 -
Pregunta 7.....	- 37 -
Pregunta 8.....	- 38 -
Pregunta 9.....	- 39 -
Pregunta 10.....	- 40 -
Pregunta 11.....	- 41 -

Pregunta 12.....	- 42 -
3.4.1 Análisis General.....	- 43 -
3.5 Entorno Empresarial.....	- 44 -
3.5.1 Micro entorno.....	- 44 -
<i>Competencia directa</i>	- 45 -
<i>Competencia indirecta</i>	- 45 -
<i>Sustitutos</i>	- 45 -
<i>Proveedores</i>	- 46 -
<i>Intermediarios</i>	- 48 -
<i>Clientes</i>	- 48 -
3.5.2 Macro entorno.....	- 48 -
<i>Factor Político</i>	- 49 -
Factor Económico.....	- 49 -
<i>Factor Tecnológico</i>	- 50 -
3.6 Producto y Servicio.....	- 50 -
3.6.1 Producto esencial.....	- 50 -
3.6.2 Producto real.....	- 51 -
<i>Cafetería</i>	- 51 -
<i>Repostería</i>	- 51 -
3.6.3 Características.....	- 51 -
3.6.4 Calidad.....	- 52 -
3.6.5 Estilo.....	- 52 -
3.7 Marca.....	- 52 -
3.7.1 Producto aumentado.....	- 53 -
3.8 Introducción al mercado.....	- 53 -
3.8.1 Distintivos y uniformes.....	- 53 -
3.8.2 Materiales de Identificación.....	- 55 -
<i>Imagotipo</i>	- 55 -
<i>Elementos a destacar</i>	- 55 -
<i>Los colores usados</i>	- 55 -
<i>Tarjetas de presentación</i>	- 56 -
<i>Hoja membretada</i>	- 57 -
3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas.....	- 58 -
<i>Promoción</i>	- 58 -

<i>Contacto</i>	- 58 -
<i>Correspondencia</i>	- 58 -
<i>Negociación</i>	- 58 -
<i>Financiamiento</i>	- 59 -
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio	- 59 -
3.9 Fijación de Precios	- 60 -
3.9.1 Fijación de precios por receta estándar	- 60 -
3.10 Implementación del negocio.....	- 67 -
<i>Arriendo del local</i>	- 67 -
Muebles y enseres.....	- 67 -
<i>Equipos de computación</i>	- 68 -
Muebles y enseres	- 68 -
<i>Equipos industriales de seguridad</i>	- 69 -
<i>Suministros de Oficina</i>	- 69 -
<i>Servicios Básico</i>	- 70 -
<i>Materiales de limpieza</i>	- 70 -
3.11 Estudio Arquitectónico.....	- 71 -
<i>Estructura interna del establecimiento</i>	- 71 -
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	- 72 -
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS/ SRI	- 72 -
Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA.....	- 72 -
Municipio de Quito	- 73 -
Inspección del Cuerpo de Bomberos:	- 73 -
Inspección de equipamiento	- 74 -
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS	- 74 -
Registro de alimentos y bebidas en el MINTUR.....	- 74 -
SAYCE.....	- 75 -
Fuentes de soda, cafeterías, heladerías y similares.....	- 75 -
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	- 76 -
5.1 Objetivo de área	- 76 -
5.2 Impacto ambiental	- 77 -
5.3 Impacto social	- 77 -
6. PROCESO FINANCIERO	- 79 -
6.1 Introducción	- 79 -

6.2 Inversiones	- 79 -
6.3 Activos Fijos	- 79 -
6.4 Activos diferidos	- 80 -
6.5 Capital de trabajo	- 80 -
6.6 Sueldos.....	- 81 -
6.7 Depreciación activos fijos	- 82 -
6.8 Amortizaciones	- 83 -
6.9 Estructura Capital.....	- 83 -
6.10 Tabla de amortización	- 84 -
6.11 Punto de equilibrio	- 84 -
6.12 Costo de ventas	- 85 -
6.13 Flujo de caja	- 86 -
6.14 Cálculo del TIR y VAN	- 87 -
6.14.1 VAN (Valor Actual Neto)	- 87 -
6.14.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	- 88 -
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 89 -
7.1 CONCLUSIONES	- 89 -
7.2 RECOMENDACIONES	- 90 -
7.3 BIBLIOGRAFÍAS	- 91 -
BIBLIOGRAFÍA	- 91 -
7.4 ANEXOS.....	- 92 -
7.4.1 ANEXOS HOJA DE OBSERBACION	- 92 -
7.4.3 PROFORMAS	- 96 -

INDICE DE GRAFICOS

Ilustración N° 1. Pirámide de Maslow	18
Ilustración N° 2. El Condado	20
Ilustración N° 3. Organigrama Empresarial Antojitos Coffee	25
Ilustración N° 4. Méritos aspectos a considerar, gerente chef	26
Ilustración N° 5. Méritos a considerar, mesero.	27
Ilustración N° 6. Méritos a considerar, recepcionista.	28

Ilustración N° 7. Pregunta 1, gráfico circular.	31
Ilustración N°8. Pregunta 2, gráfico circular.	32
Ilustración N° 9. Pregunta 3, gráfico circular.	33
Ilustración N° 10. Pregunta 4, gráfico circular.	34
Ilustración N° 11. Pregunta 5, gráfico circular.	35
Ilustración N° 12. Pregunta 6, gráfico circular.	36
Ilustración N° 13. Pregunta 7, gráfico circular.	37
Ilustración N° 14. Pregunta 8, gráfico circular.	38
Ilustración N° 15. Pregunta 9, gráfico circular.	39
Ilustración N° 16. Pregunta 10, gráfico circular.	40
Ilustración N° 17. Pregunta 11, gráfico circular.	41
Ilustración N° 18. Pregunta 12, gráfico circular.	42
Ilustración N° 19. Esquema de microentorno Antojitos Coffee	43
Ilustración N° 20. Mapa referencial.	44
Ilustración N° 21. Macroentorno Antojitos Coffee	48
Ilustración N° 22. Diseño Uniforme Chef Administrador	53
Ilustración N° 23. Diseño uniforme personal del área de servicio ¡Error! Marcador no definido.	
Ilustración N° 24. Imagotipo Antojitos Coffee	55
Ilustración N° 25. Tarjeta de Presentación Antojitos Coffee	56
Ilustración N° 26. Hoja Membretada Antojitos Coffee	57
Ilustración N° 27. Estructura interna del establecimiento	71

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. ¿Suele acudir a Cafeterias en familia?	31
Tabla N° 2. ¿Con qué frecuencia usted va a una cafeteria con una reposteria moderna?	32
Tabla N° 3. ¿Cuál de estos postres le gustaría consumir?	33
Tabla N° 4. ¿Cuál es la torta de su preferencia?	34
Tabla N° 5. ¿Con qué tipo de bebida le gustaria acompañar su postre?	35
Tabla N° 6. ¿Cuándo visita una cafeteria regularmente con quién va?	36
Tabla N° 7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en una cafeteria por persona?	37
Tabla N° 8. ¿Sería de su agrado que en una cafeteria de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?	38
Tabla N° 9. ¿Con que medios de diversión le gustaría que cuente la cafeteria?	39
Tabla N° 10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertara en la cafeteria?	40
Tabla N° 11. ¿Qué valora usted en un cafeteria?	41
Tabla N° 12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?	43
Tabla N° 13. Proveedores	47
Tabla N° 14. Financiamiento publicidad	58
Tabla N° 15. Mousse de maracuya, receta estándar de costos	61
Tabla N° 16. Mousse de chocolate, receta estándar de costos	62
Tabla N° 17. Tiramisu, receta estándar de costos	63
Tabla N° 18. Mousse de maracuya, receta estándar de producción	64
Tabla N° 19. Mousse de chocolate, receta estándar de producción	65
Tabla N° 20. Tiramisu, receta estándar de producción	66

Tabla N° 21. Arriendo del local	67
Tabla N° 22. Equipos industriales	67
Tabla N°23. Equipos de computación	67
Tabla N° 24. Muebles y enseres	68
Tabla N° 25. Equipos industriales de seguridad	68
Tabla N° 26. Suministros de oficina.	69
Tabla N° 27. Servicios básicos	69
Tabla N° 28. Materiales de limpieza	70
Tabla N° 29. Inversiones	80
Tabla N° 30. Activos diferidos	81
Tabla N° 31. Activos diferidos	81
Tabla N° 32. Sueldos	82
Tabla N° 33. Décimos	82
Tabla N° 34. Sueldos Totales	82
Tabla N° 35. Depreciación de activos fijos	83
Tabla N° 36. Amortizaciones	83
Tabla N° 37. Capital	84
Tabla N° 38. Amortización	84
Tabla N° 39. Datos punto de equilibrio	85
Tabla N° 40. Margen de contribución	86
Tabla N° 41. Punto de equilibrio	86
Tabla N° 42. Ventas/Costos Proyectadas	86
Tabla N° 43. Flujo de venta	87
Tabla N° 44. VAN/TIR	88

“Proyecto de factibilidad para la creación de una repostería moderna y cafetería en el sector del condado, ciudad de Quito”.

AUTOR: JOSE JEREMY TOAPANTA LANO

DIRECTOR: MSC. SANTIAGO BALDEÓN

FECHA: D.M Quito, 05 de Enero del 2022

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se busca la viabilidad económico-financiera del “Proyecto de factibilidad para la creación de una repostería moderna y cafetería en el sector del condado, ciudad de Quito”. Cuyos potenciales clientes son de todo tipo: hombres y mujeres de todas las edades, que busquen servicios gastronómicos de calidad, variedad de comida en un ambiente agradable y seguro.

El sector del condado vive un cambio continuo, apegándose a los gustos de cada persona y con eso aporta al crecimiento económico del cantón, esto se traduce en generación de empleo e ingresos locales. Hoy en día la gastronomía está pasando por un duro momento como todos los negocios por causa del COVID19, sin embargo, un establecimiento de comida es un negocio atractivo y rentable para los pequeños emprendedores que apuestan por este rubro.

El sector del condado se ha convertido en un destino solicitado por el centro comercial y por su variedad de restaurantes de comida tradicional y criolla, para lo cual se ha optado por implementar un negocio diferente a los demás en el cual se ofrecerá una cafetería con un ambiente familiar y una repostería moderna.

En este estudio se analiza en primer lugar el entorno empresarial, para determinar la situación del sector y la demanda potencial, se presenta el plan de operaciones con la finalidad de determinar la producción y los procesos de servicio, para lo cual le sigue un plan de marketing para definir las estrategias del negocio y posicionar el producto en el mercado. De igual forma se realiza el diseño y la estructura del mismo y por último se elabora el plan financiero, con el cual se determinó que el proyecto es viable y rentable económicamente.

INTRODUCCION

La gran industria de la gastronomía se encuentra en un auge temporal, por razón de la emergencia sanitaria COVID19, sin embargo, la industria de la comida a sobrellevado esta situación con las debidas normas de bioseguridad, lo cual influye de manera positiva al sector gastronómico.

En los últimos años, el sector del condado ha presentado un fuerte crecimiento en el ámbito gastronómico, por lo tanto, otorga una mayor eficacia en la economía, este incremento se evidencia con la expansión de restaurantes en las diferentes zonas de nuestra localidad.

Hoy en día visitar restaurantes o cafeterías ha dejado de ser algo eventual y se ha convertido en algo cotidiano; ya que en los diferentes establecimientos de comida encuentran un espacio para socializar y concretar negocios.

Ante esta oportunidad, surge la iniciativa de elaborar un plan de negocios para la implementación de una cafetería familiar con una repostería moderna en el sector del Condado, al norte de Quito. Los restaurantes y cafeterías existentes en la localidad no logran satisfacer la demanda del servicio, ya que la mayoría de estos solo ofertan comida tradicional y criolla, por lo cual hay un gran margen de clientes insatisfechos, a los que apuntaríamos como potenciales consumidores.

Nuestro estudio se ha dividido en siete capítulos, en donde se expone la información general del proyecto, se analiza el entorno empresarial, para definir la situación del sector y la demanda potencial. También, se presenta el plan estratégico de la empresa, la visión, misión y objetivos del mismo. Seguidamente, se establece el plan de marketing, objetivos y estrategias de precio, servicio y posicionamiento. Se toma en cuenta también los papeles que se requieren para la apertura del negocio.

En el penúltimo capítulo, se muestra el plan financiero, en el cual se determinó que el proyecto es viable y rentable económicamente, ya que obtiene un VAN \$9.369,47 y la TIR es de 22,57%, se considera que el proyecto es viable y rentable desde el punto de vista financiero. Por último, se culmina con las conclusiones y recomendaciones.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de empresa

Antojitos Coffee surge de la necesidad de implementar una cafetería de ambiente tipo familiar, brindando productos de repostería moderna, platillos tradicionales y servicio de calidad, creando así un lugar adecuado con un ambiente acogedor, pues por el sector familias y amigos, requieren un establecimiento donde puedan tener un momento ameno para poder disfrutar de una charla con sus seres queridos.

Por otro lado, el sector del condado se encuentra en una zona comercial, popular y gastronómica, por lo que se considera un lugar adecuado para la implementación de una cafetería. Antojitos Coffee, es una microempresa que brindará productos con estándares de calidad, utilizando una correcta implementación de técnicas de repostería y cocina, con precios accesibles al cliente.

2.2 Descripción de la empresa

Antojitos Coffee es una cafetería de tipo familiar, ubicada en la Av. De la prensa sector del Condado del cantón Quito, que está destinado a personas de todas las edades, en el cual se ofrecerá una gran variedad de productos de alta calidad con un ambiente de paz y tranquilidad, en uno de los sectores más comerciales.

2.2.1 Importancia

Antojitos Coffee, pretende cubrir una necesidad a sus comensales ofreciendo un espacio tranquilo en el que se pueda realizar reuniones o simplemente sentarse a charlar, transmitiendo sabores de alta calidad en un buen ambiente, ofreciendo al comensal la satisfacción de degustar un postre o un platillo mediante un buen servicio.

Teniendo en cuenta la importancia de pretender atraer a un cierto número de comensales por su sector comercial.

2.2.2 Características

Responsabilidad social: Antojitos Coffee está a disposición de sus comensales, entendiendo la situación que atraviesa el mundo por el COVID 19 será necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que así las personas se sientan seguras, a la vez apoyando a quien más lo necesite adquiriendo productos de pequeñas empresas y mercadillos aledaños al sector.

Investigación e innovación: Antojitos Coffee es una cafetería que pretende llegar a sus comensales con una gran variedad de innovación de su repostería y cocina, por medio de una investigación de sus platillos y sus distintos montajes, innovando así la gastronomía con este tipo de establecimiento.

Responsabilidad ambiental: Antojitos Coffee es uno de los pocos establecimientos que contará con un compromiso ambiental y social, tomando en cuenta la importancia de preservar el medio ambiente, con el objetivo de reducir la contaminación ambiental, conservando recursos biodegradables, con una buena gestión de residuos orgánicos e inorgánicos, evitando en lo más posible el desperdicio excesivo de agua y de los recursos que tenemos a nuestro alcance.

Profesionales apasionados y con amor por el servicio: Considerando que la cocina no solo es un acto de elaboración de comida, sino también de una profesión que con lleva mucho amor, sacrificio y pasión, en Antojitos Coffee se tratara de ofrecer estos componentes con un servicio de calidad, entendiendo que el cliente no solo busca comer, ya que también desea disfrutar de un espacio diferente y vivir nuevas experiencias llena de muchos de sabores.

2.2.3 Actividad

Antojitos Coffee es un establecimiento alimenticio, específicamente una cafetería de tipo familiar en donde se ofrecerán una gran variedad de postres y una cocina con altos estándares de calidad, dando un toque de innovación y modernidad, ofreciendo comida para servirse y para llevar.

2.3 Tamaño de la empresa

Antojitos Coffee es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva (encargada de compras, administración general y cooperación estratégica), área de producción, almacenamiento y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Mesero Multiservicios
- Recepcionista/cajero (Multiservicios)

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración N°1. Pirámide de Maslow



Gráfico N°1. Toapanta, J. (2021). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>

2.4.1 Necesidad Fisiológica

Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa.

2.4.2 Necesidad de Seguridad

Es necesario especificar varios niveles de seguridad que satisfacer. Primero está la seguridad alimentaria, que consiste en brindar buenas prácticas de manufactura. Contar con un estricto control en la cadena de producción de alimentos y bebidas que se ofertan en la cafetería haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del platillo al cliente.

Luego, está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además de contar con un espacio óptimo, destinado para el estacionamiento de sus vehículos.

Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación

En esta necesidad, se deben analizar dos partes. La primera es interna y trata sobre estimular un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades de cada trabajador sean consideradas y valoradas, sintiéndose así parte de la empresa y no solo una pieza más en la cafetería, incentivando las habilidades individuales de cada uno.

La siguiente es externa y se trata de la relación entre empresa y clientes. Antojitos Coffee buscará siempre entrelazar relaciones de confianza hacia sus clientes y con otros colaboradores como proveedores a través de: comunicación efectiva, un proceso controlado y supervisado de producción para garantizar calidad constante y una continua capacitación al personal buscando entregar un servicio de primera.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento

Mediante una investigación del lugar y sus alrededores, se concluyó que las personas buscan un lugar donde sentarse a comer y poder charlar un momento en un espacio tranquilo, el cual entregue productos finales de primera calidad a precios accesibles de esta forma se pretende cubrir esta necesidad.

2.4.5 Necesidad de Autorrealización

Antojitos Coffee pretende ser una empresa reconocida no solo por su comida, sino por el buen ambiente del lugar y el servicio de primera de sus trabajadores hacia los comensales.

2.5 Localización de la empresa

Antojitos Coffee estará ubicado en el sector del Condado, cantón Quito, Provincia de Pichincha, Ecuador, en la calle principal, Av. De la Prensa.

Ilustración N2. El Condado



(Maps, 2021) *Ubicación*. Recuperado de

[https://www.google.com.ec/maps/place/De+la+Prensa+Y+Joaquin+Soto+\(Condado+Shopping\)/@0.1037662,78.4914686,19z/data=!4m5!3m4!1s0x91d5859bcf8e963b:0xabf9ce20f227ad56!8m2!3d-0.1034936!4d-78.4914177?hl=es](https://www.google.com.ec/maps/place/De+la+Prensa+Y+Joaquin+Soto+(Condado+Shopping)/@0.1037662,78.4914686,19z/data=!4m5!3m4!1s0x91d5859bcf8e963b:0xabf9ce20f227ad56!8m2!3d-0.1034936!4d-78.4914177?hl=es)

2.6 Filosofía Empresarial

2.6.1 Misión

Antojitos Coffee será una cafetería que mediante una investigación pretende posicionarse como una de las mejores cafeterías, aplicando procesos de innovación, haciendo uso de productos de calidad, brindando a nuestros clientes un servicio de alimentos y bebidas, junto a una atmosfera agradable, acompañada de un equipo de trabajo capacitado proporcionando satisfacción a los clientes, siendo una de las primeras opciones de los comensales, en un lugar a donde los clientes deseen regresar.

2.6.2 Visión 2021

Establecerse en 4 años como un referente de cafetería tipo familiar en donde encontrarán un espacio para compartir un momento ameno y tranquilo fuera de lo cotidiano, creando sucursales dentro o fuera de la ciudad.

2.6.3 Objetivos

Ofrecer al cliente la experiencia de degustar en un lugar tranquilo y cómodo, compartiendo un momento ameno con su pareja, amigos o familia.

Brindar un servicio de calidad y precios razonables, ofreciendo un buen sistema de ofertas para aumentar las ventas.

Contar con un equipo de trabajo altamente profesional, capaz y apasionado por la cocina.

2.6.4 Meta

Tener una cafetería multifuncional y con liquidez en el plazo de un año a partir de su apertura, que satisfaga las necesidades de quienes nos visitan, a la vez pueda

generar ingresos suficientes para cubrir las escaseces de la empresa y lograr una constante rentabilidad.

2.6.5 Estrategias

- Analizar las preferencias, sugerencias y necesidades de los potenciales consumidores, mejorando así ante posibles competencias.
- Incluir nuevas recetas o reinventar las clásicas para atraer a más clientes, diseñando un menú amplio y atractivo.
- Contar con un perfil en redes sociales para la publicidad, especialmente Facebook e Instagram.

2.6.6 Políticas

Los trabajadores

- Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios y tareas establecidos por áreas.
- Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa.
- Respetar y considerar a sus compañeros de trabajo.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.

La empresa

- Es responsable del bienestar físico y emocional de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Cumplirá con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas.
- Mantendrá siempre una calidad constante en sus productos a través de la implementación de procesos y sistemas de producción, y control de calidad en todas las áreas.
- Capacitará a su personal para que pueda brindar a los clientes un servicio de primera, dichas capacitaciones se realizarán de forma anual con todo el personal del restaurante.

2.6.7 FODA

Fortalezas

- Ambiente limpio y relajado.
- Estudios de tercer nivel en la rama de cocina.
- Contar con página web con menú y precios incluyendo reservas on line.
- Lo que diferencia y lo hace más atractivo frente a la competencia.

Oportunidades

- Mejorar las instalaciones conforme vaya pasando el tiempo.
- Variedad e innovación que ofrecer en nuestra carta.
- El lugar es considerado una de las zonas de comerciales.
- Sin tanta competencia en cuanto a negocios de este tipo con un enfoque innovador en el sector.

Debilidades

- Capital limitada al iniciar el negocio.
- La poca acogida de la cafetería por la razón que está frente a un centro comercial.
- El concepto podría no ser captado bien al principio para el target deseado.
- Limitaciones y aspectos a mejorar de nuestro negocio respecto a la competencia.

Amenazas

- Incremento de impuesto de la materia prima, por parte del estado.
- La pandemia a nivel nacional y mundial.
- Sobrepuestos en maquinaria que se requiere para el establecimiento
- Cambios previsibles en los gustos de los consumidores.

2.7 Desarrollo organizacional.

2.7.1 Tipo de estructura

Diferenciación.

En Antojitos Coffee la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos de la cadena de mando, esto se hará para facilitar la ejecución y supervisión de procesos.

La organización será en orden jerárquico y estará estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial

Chef y propietario

Nivel Operativo

- Meseros
- Recepcionista- Cajero

2.7.2 Formalización

La empresa se regirá a manuales de procedimientos, políticas y estrategias basadas en la misión creada para su identificación y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Antojitos Coffee centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y recreación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

La descentralización se dará en la delegación al definir las respectivas funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el mejoramiento de la empresa.

2.7.4 Integración

La empresa se regirá a manuales de procedimientos, políticas y estrategias basadas en la misión creada para su identificación y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario.

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración N° 3. Organigrama Empresarial Antojitos Coffee

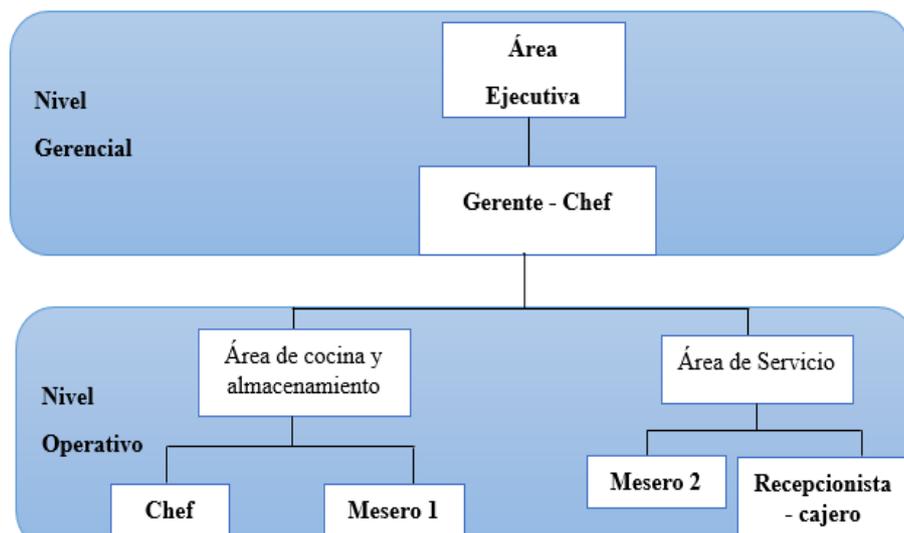


Gráfico N° 2. Toapanta, J (2021). *Organigrama empresarial Antojitos Coffee*. Quito

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Empresa Antojitos Coffee

Unidad administrativa Área ejecutiva.

Misión del puesto Supervisar y dirigir la cocina en cuanto a preparación y cocinado de la comida, mantener al día el inventario de cocina y cumplir con los estándares de seguridad y limpieza. Gestionar y atender las quejas de empleados y clientes.

Denominación del puesto Gerente Chef.

Rol del puesto Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.

Remuneración \$ 500

Méritos a considerar

Ilustración N° 4. Méritos aspectos a considerar, gerente chef

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Chef.	-Procesamiento de alimentos. -Protocolo de servicio. -Administración de empresas; alimentos y bebidas. -Conocimiento y dominio sobre alimentos y bebidas	-Adaptabilidad. -Análisis de problemas. -Automotivación. -Atención al cliente. -Creatividad. -Desarrollo de subordinados. -Tolerancia al estrés. -Liderazgo. -Integridad. -Planificación y organización. -Trabajo en equipo. -Responsabilidad

Ilustración N°1. Toapanta. J (2021). *Méritos a considerar gerente chef*. Quito

PUESTO DE MESERO

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa	Antojitos Coffe
Unidad administrativa	Área de producción y servicio
Misión del puesto	Servir y guiar al cliente durante su experiencia en el establecimiento, no solo tomando órdenes o sirviendo platos sino explicándoles, si fuese necesario. Apoyar en el área de producción de ser necesario.
Denominación del puesto	Mesero Multiservicios
Rol del puesto	Atención al cliente, servicio a la mesa, toma de pedidos y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante. De ser necesario ayudar en cocina al Gerente Chef.
Remuneración	\$ 400
Méritos a considerar	

Ilustración N° 5. Méritos a considerar, mesero.

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Educación mínima de tecnólogo en gastronomía o bachiller.	Al menos 6 meses comprobables de experiencia.	-Protocolo de servicio. -Atención al cliente. -Toma de comandas. -Conocimiento sobre producción y manipulación alimentos y bebidas	-Adaptabilidad. -Automotivación. -Comunicación persuasiva. -Compromiso. -Decisión. -Tolerancia al estrés. -Capacidad de escucha. -Integridad. -Sociabilidad. -Responsabilidad.

Ilustración N°2. Toapanta, J. (2021). *Méritos a considerar, mesero*. Quito

PUESTO DE CAJERO – RECEPCIONISTA

Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.

Empresa	Antojitos Coffee.
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Estará encargado de la cobranza en la caja, responsable de reservas, asignación de mesas y de ser necesario de apoyo a los meseros,
Denominación del puesto	Recepcionista Multiservicios
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, apoyo, toma de comandas, realización de reservas, asignación de mesas.
Remuneración	\$ 400
Méritos a considerar	

Ilustración N° 6. Méritos a considerar, recepcionista.

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo superior en administración o contabilidad.	Al menos 6 meses comprobables de experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> -Protocolo de servicio. -Atención al cliente. -Manejo de sistemas informáticos. -Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. -Cobranza y manejo de dinero. 	<ul style="list-style-type: none"> -Multiservicios -Adaptabilidad. -Análisis de problemas. -Atención al cliente. -Comunicación verbal y no verbal persuasiva. -Comunicación escrita. -Compromiso. -Tolerancia al estrés. -Responsabilidad. -Sociabilidad. -Trabajo en equipo.

Ilustración N° 3. Toapanta, J. (2021). *Méritos a considerar, recepcionista*. Quito

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

El objetivo principal de mercadotecnia para Antojitos Coffee, será tener un plan de marketing que haga que su marca se poseione en la mente del consumidor, mediante un buen producto y servicio, a través de diversos medios digitales, especialmente redes sociales, para así llegar a satisfacer sus necesidades alimenticias con productos de calidad y con todas las normas pertinentes.

3.2 Investigación de mercado

Para la recaudación de datos se consideró la investigación aplicada, documental y de campo en la elaboración de la investigación de mercado. Para la primera se realizó un estudio sobre el lugar, las personas que habitan y sus gustos con el objetivo de presentar una cafetería el cual este acorde a sus expectativas. Para lo cual se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, donde se reflejará información sobre qué tipos de cafeterías han pasado por el lugar.

Por último, se realizó una investigación de campo para recaudar información sobre el entorno en donde se desenvolverá la cafetería, aplicando técnicas de recaudación de información con una encuesta.

3.2.1 Modalidad

En el sector del condado se aplicará la técnica de recolección de datos, mediante encuestas procesadas de manera virtual por medio de la aplicación Google Forms, las cuales proporcionarán información concisa que servirán de análisis para determinar que productos son más cotizados por los clientes.

3.3 Plan de Muestreo

En este documento no existe un universo definido, puesto que realizar un estudio de mercado en esta situación implica un riesgo de salud (COVID 19), por lo cual, se han tomado como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales asisten todos los días al centro comercial el Condado Shopping por su cercanía y a las mismas personas que residen en el lugar, puesto que el establecimiento está dirigido a un público local. Para reflejar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$$n = 100$$

3.4 Análisis de encuestas

Pregunta 1.

Tabla N° 1. ¿Suele acudir a Cafeterías en familia?

¿Suele acudir a cafeterías en familia?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	90	90%
No	10	10%
Total	100	100%

Tabla N° 1. Toapanta, J. (2021). *¿Suele acudir a Restaurantes en familia?* Quito.

1. ¿ Suele acudir a cafeterías en familia ?

100 Respuestas

Ilustración N° 7. Pregunta 1, gráfico circular.

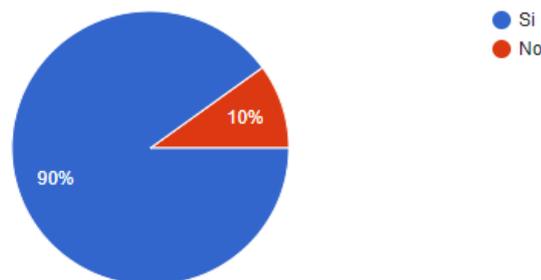


Gráfico N° 4. Toapanta, J. (2021). Pregunta 1, gráfico circular.

Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría que, si visitan cafeterías acompañados de su familia, apenas el 10% de ellos dicen que no visitan, esto representa una clara ventaja para dicho emprendimiento, ya que nuestro objetivo principal es el brindar un espacio familiar para los comensales.

Pregunta 2.

Tabla N° 2. ¿Con qué frecuencia usted va a una cafetería con una repostería moderna?

¿Con qué frecuencia usted va a una cafetería con una repostería moderna?		
Respuesta	Cantidad	%
1 vez a la semana	45	45%
1 vez al mes	38	38%
Cada 15 días	15	15%
No suele ir	2	2%
Total	100	100%

Tabla N° 2. Toapanta, J. (2021). ¿Con que frecuencia usted va a una cafetería con una repostería moderna?

2. ¿Con que frecuencia usted va a una cafetería con una repostería moderna?

Ilustración N° 8. Pregunta 2, gráfico circular.

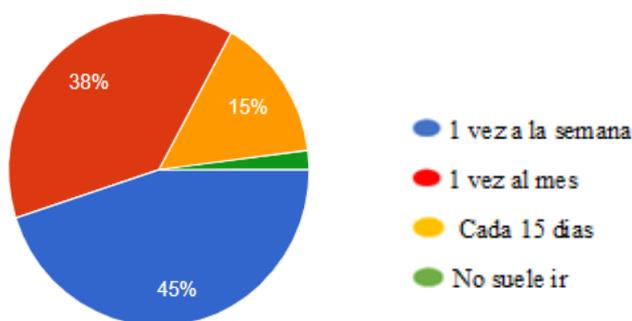


Gráfico N° 4. Toapanta, J. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

Análisis: En base a las respuestas se deduce que los consumidores regularmente visitan cafeterías con una repostería moderna. La mayor parte de los encuestados afirma que va una vez a la semana o una vez al mes y eso nos favorece, ya que podrían ser posibles consumidores.

Pregunta 3.

Tabla N° 3. ¿Cuál de estos postres le gustaría consumir?

¿Cuál de estos postres le gustaría consumir?		
Respuesta	Cantidad	%
Tortas	55	55%
Chocolates	38	38%
Macarrones	17	17%
Total	100	100%

Tabla N° 3. Toapanta, J. (2021). *¿Cuál de estos postres le gusta consumir?* Quito.

3. ¿Cuál de estos postres le gustaría consumir?

Ilustración N° 9. Pregunta 3, gráfico circular.

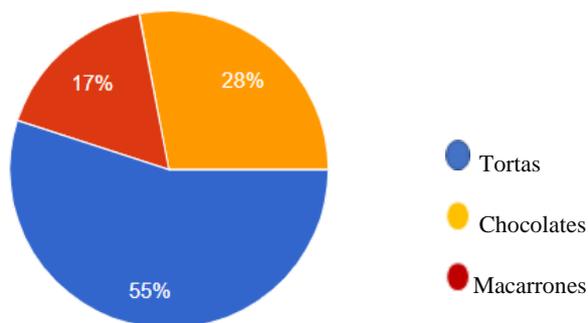


Gráfico N° 5. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 3, gráfico circular.* Quito.

Análisis: De acuerdo a las respuestas de los encuestados se podría considerar a las tortas como producto estrella, ya que un poco más de la mitad ha optado por esta respuesta. Es decir que a Antojitos Coffee, esto nos ayuda a atraer posibles clientes potenciales, en base a este medio tomará las decisiones para dar el mejor servicio.

Pregunta 4.

Tabla N° 4. ¿Cuál es la torta de su preferencia?

¿Cuál es la torta de su preferencia?		
Respuesta	Cantidad	%
Diferentes tipos de Mousse	53	53%
Selva Negra	33	33%
Tiramisú	14	14%
Total	100	100%

Tabla N° 4. Toapanta, J. (2021). *¿Cuál cárnico es de su preferencia?* Quito.

4. ¿Cuál es la torta de su preferencia?

Ilustración 10. Pregunta 4, gráfico circular.

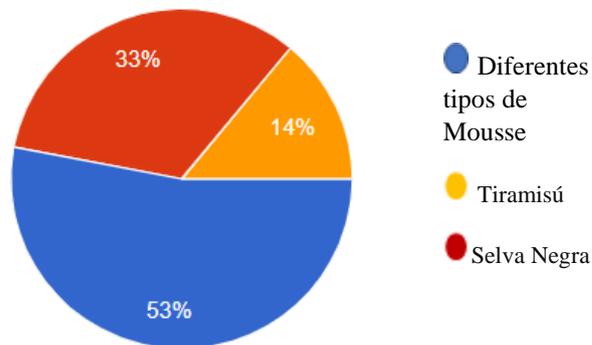


Gráfico N° 6. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 4, gráfico circular.* Quito.

Análisis: La mayor parte de encuestados optó por las 3 leches como la torta de su preferencia, eso quiere decir que se debería ofertar más tortas u postres similares. Teniendo en cuenta que la mayor parte no quiere decir que sean todos así que en general se agregarán los 3 tipos de tortas para los gustos de todos.

Pregunta 5.

Tabla N° 5. ¿Con qué tipo de bebida le gustaría acompañar su postre?

¿Con qué tipo de bebida le gustaría acompañar su postre?		
Respuesta	Cantidad	%
Infusiones	28	28%
Gaseosas	21	21%
Distintos Cafés	30	30%
Milkshake	21	21%
Total	100	100%

Tabla N° 5. Toapanta, J. (2021). *¿Con qué tipo de bebida le gustaría acompañar su postre?* Quito.

5. ¿Con qué tipo de bebida le gustaría acompañar su postre?

Ilustración N° 11. Pregunta 5, gráfico circular.

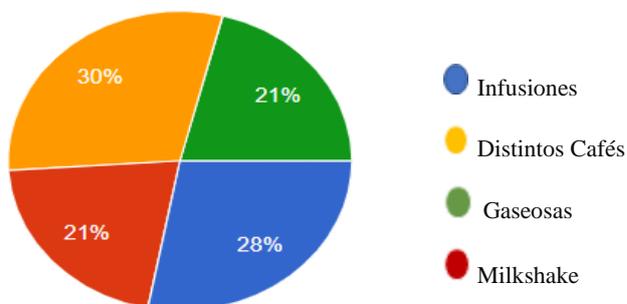


Gráfico N° 7. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 5, gráfico circular.* Quito.

Análisis: En base a esta pregunta se obtuvo diferentes respuestas casi parejas, en cuanto se puede deducir que la mayoría de posibles consumidores prefieren el café en sus distintas versiones ya sea caliente, con leche o tipo frozen y se lo podría servir en la opción de ofertar en la cafetería en esta variedad de cafés.

Pregunta 6.

Tabla N° 6. ¿Cuándo visita una cafetería regularmente con quién va?

¿Cuándo visita una cafetería regularmente con quién va?		
Respuesta	Cantidad	%
Familia	65	65%
Amigos	23	23%
Pareja	11	11%
Solo	1	1%
Total	100	100%

Tabla N° 6. Toapanta, J. (2021). *¿Cuándo visita una cafetería regularmente con quién va?* Quito.

6. ¿Cuándo visita una cafetería regularmente con quién va?

Ilustración N° 12. Pregunta 6, gráfico circular.

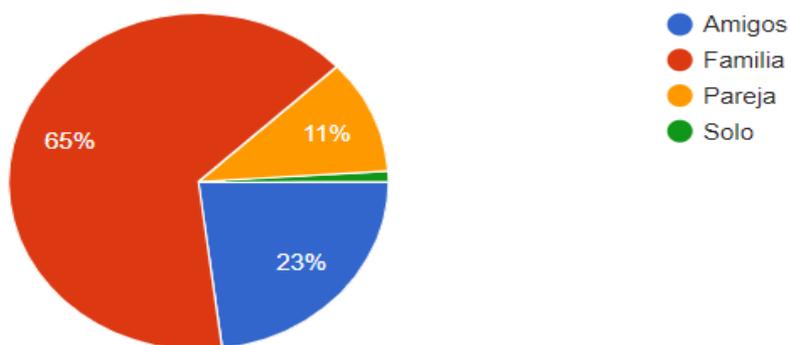


Gráfico N° 8. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 6, gráfico circular.* Quito.

Análisis: La mayor parte de los encuestados respondió que van regularmente a cafeterías con familia y es un punto muy importante, ya que eso quiere decir que van entre 3 o más personas a un establecimiento de comida.

Pregunta 7.

Tabla N° 7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en una cafetería por persona?

¿Qué presupuesto normalmente gasta en una cafetería por persona?		
Respuesta	Cantidad	%
\$1 a \$5	15	15%
\$5 a \$10	52	52%
\$10 a \$20	33	33%
Total	100	100%

Tabla N° 7. Toapanta, J. (2021). *¿Qué presupuesto normalmente gasta en una cafetería por persona?* Quito.

7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en una cafetería por persona?

Ilustración N° 13. Pregunta 7, gráfico circular.

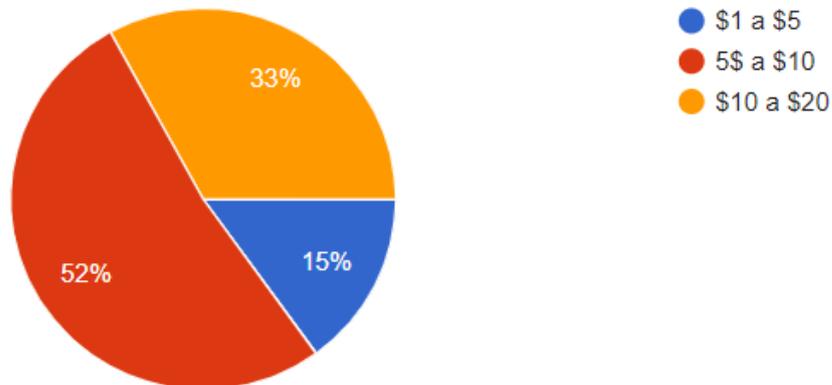


Gráfico N° 9. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 7, gráfico circular.* Quito.

Análisis: En base a las encuestas, se deduce que la mayor parte de comensales gasta un presupuesto de \$5 a \$10 por persona, esa respuesta ayuda a valorar el precio aproximado de venta al público para cada platillo a ofertar.

Pregunta 8.

Tabla N° 8. ¿Sería de su agrado que en una cafetería de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?

¿Sería de su agrado que en una cafetería de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	71	71%
No	29	29%
Total	100	100%

Tabla N° 8. Toapanta, J. (2021). *¿Sería de su agrado que en una cafetería de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?* Quito.

8. ¿Sería de su agrado que en una cafetería de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?

Ilustración N° 14. Pregunta 8, gráfico circular.

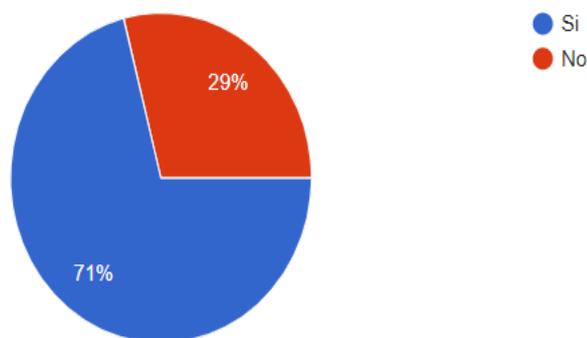


Gráfico N° 10. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 8, gráfico circular.* Quito.

Análisis: Tomando en cuenta que es una cafetería de tipo familiar, se ha optado por tomar mucho en cuenta el criterio de las personas, ya que un entorno familiar no implica solo niños también hay personas adultas las cuales quieren tomar un cóctel o una cerveza mientras platican, la respuesta que ha arrojado las encuestas, es muy positiva para la implementación de bebidas alcohólicas en una cafetería, ya que más de la mitad está de acuerdo en lo propuesto.

Pregunta 9.

Tabla N° 9. ¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente la cafetería?

¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente la cafetería?		
Respuesta	Cantidad	%
Zona infantil	21	21%
Juegos para adultos	12	12%
Ambos	67	67%
Total	100	100%

Tabla N° 9. Toapanta, J. (2021). ¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente la cafetería? Quito.

9. ¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente la cafetería?

Ilustración N° 15. Pregunta 9, gráfico circular.

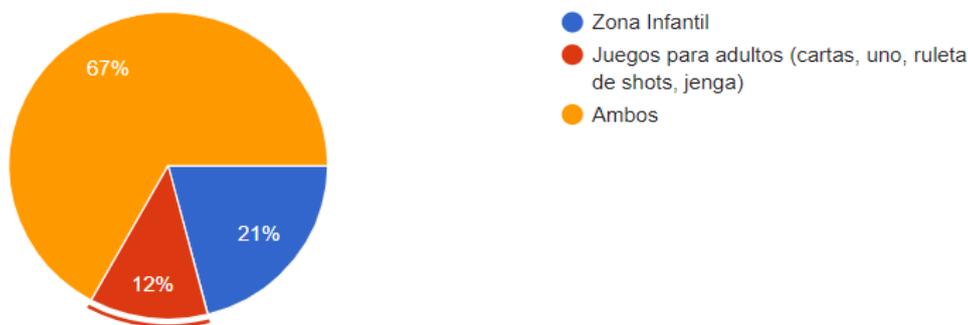


Gráfico N° 11. Toapanta, J. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Quito.

Análisis: Tomando en cuenta que no solo los niños buscan un medio de distracción o diversión, se ha pensado la opción de incrementar juegos disponibles para los jóvenes y adultos que opten por los servicios de la cafetería. Por medio de esta encuesta se ha recibido un apoyo positivo a la idea mencionada, logrando el apoyo de más de la mitad de encuestados.

Pregunta 10.

Tabla N° 10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertará en la cafetería?

¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertará en la cafetería?		
Respuesta	Cantidad	%
Cerveza	36	36%
Cócteles	57	57%
Chupitos	7	7%
Total	100	100%

Tabla N° 10. Toapanta, J. (2021). *¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertará en la cafetería?* Quito.

10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertará en la cafetería?

Ilustración N° 16. Pregunta 10, gráfico circular.

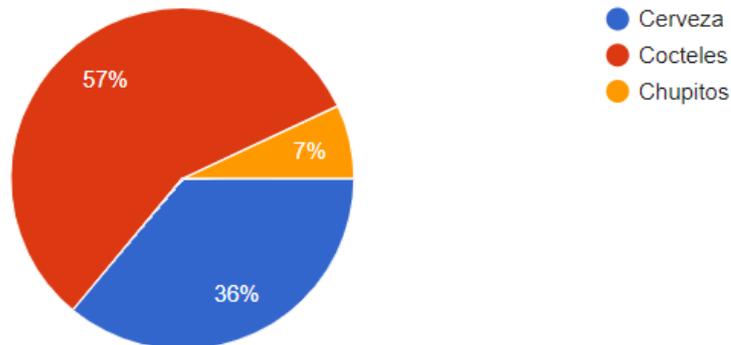


Gráfico N° 12. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 10, gráfico circular.* Quito.

Análisis: Por medio de esta encuesta se ha tomado en cuenta el apoyo de los futuros comensales hacia las bebidas alcohólicas reflejando un 57% como producto principal; los cócteles. Mediante este medio se analiza el posible incremento de bebidas alcohólicas en el establecimiento.

Pregunta 11.

Tabla N° 11. ¿Qué valora usted en una cafetería?

¿Qué valora usted en una cafetería?		
Respuesta	Cantidad	%
Precio	3	3%
Calidad de servicio	34	34%
Comodidad del lugar	17	17%
Calidad del producto	45	45%
Delivery	1	1%
Total	100	100%

Tabla N° 11. Toapanta, J. (2021). *¿Qué valora usted en una cafetería?* Quito.

11. ¿Qué valora usted en una cafetería?

Ilustración N° 17. Pregunta 11, gráfico circular.

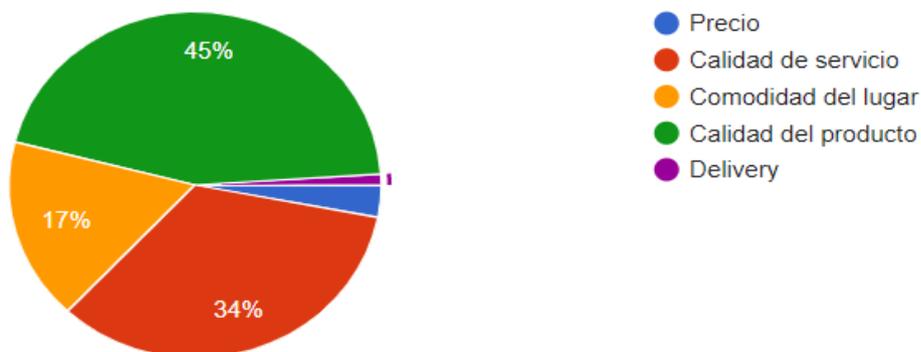


Gráfico N° 13. Toapanta, J. (2021). *Pregunta 11, gráfico circular.* Quito.

Análisis: Observando el resultado que arroja esta pregunta queda claro que lo principal que busca o le impresiona a un comensal en un establecimiento es la calidad de servicio y la calidad del producto. De acuerdo a esto Antojitos Coffee es un establecimiento que está dispuesto a ofertar los mejores productos de calidad y un buen servicio a sus clientes.

Pregunta 12.

Tabla N° 12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?

¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?		
Respuesta	Cantidad	%
\$1,50	30	30%
\$2,50	62	62%
\$3,50	8	8%
Total	100	100%

Tabla N° 12. Toapanta, J. (2021). ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?

12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?

Ilustración N° 18. Pregunta 12, gráfico circular.

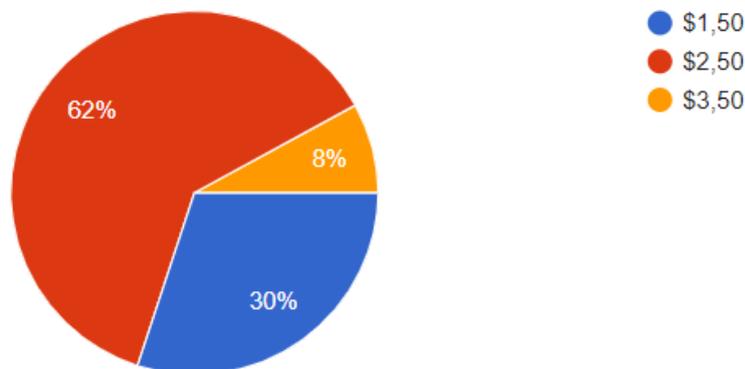


Gráfico N° 14. Toapanta, J. (2021). Pregunta 12, gráfico circular. Quito.

Análisis: De acuerdo a la encuesta se puede observar que \$2,50 es el rango económico del que están dispuestos a pagar los consumidores para el servicio de delivery, por lo cual se debe tener en cuenta para un futuro.

3.4.1 Análisis General.

De acuerdo a las encuestas realizadas, la mayoría de personas ha mencionado que asisten a cafeterías en familia, el cual es un punto a favor, ya que en Antojitos Coffee se pretende introducirse en el mercado para ofrecer un buen ambiente y ofertar productos de calidad. Así mismo a las personas encuestadas, gran parte acostumbra ir regularmente a de cafeterías, es otro punto a considerar ya que los productos que se ofrece son de agrado para el consumidor, es decir que es necesario trabajar en una campaña de fidelización con ellos para lograr que se conviertan en clientes regulares.

Sobre el punto de las bebidas alcohólicas, se toma en cuenta de que no se puede mezclar a personas tomando alrededor de menores de edad, por esta razón Antojitos Coffee ha optado por posicionar la zona infantil en un lado diferente a la zona de adultos, teniendo en cuenta que no todos tienen niños pequeños y de acuerdo a las encuestas, los consumidores también visitan los establecimientos con amigos o pareja. También se pondrá un horario específico en el cual se puede vender y consumir dichas bebidas.

En cuanto a la cafetería se manejará un lineamiento óptimo de ofertar productos de calidad y un buen servicio apto para los consumidores. En cuanto al servicio a domicilio será adecuado y apegado al rango económico de acuerdo a las encuestas.

Los encuestados manifestaron en gran parte su preferencia por el platillo estrella del restaurante, que son los diferentes tipos de mousse o selva negra, en lo cual también se analizó qué variedad de postres les gustaría que se ofreciera, para lo cual se obtuvo diferentes respuestas dando como resultado el posible incremento de estas variedades en la carta.

En conclusión, tras analizar los datos se determina Antojitos Coffee, es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

3.5 Entorno Empresarial

3.5.1 Micro entorno.

Antojitos Coffee considera su micro entorno a todo aquello que lo rodea sobre lo cual tenga un impacto directo en la capacidad de ofrecer un producto o servicio.

Ilustración N° 19. Esquema de microentorno Antojitos Coffee.

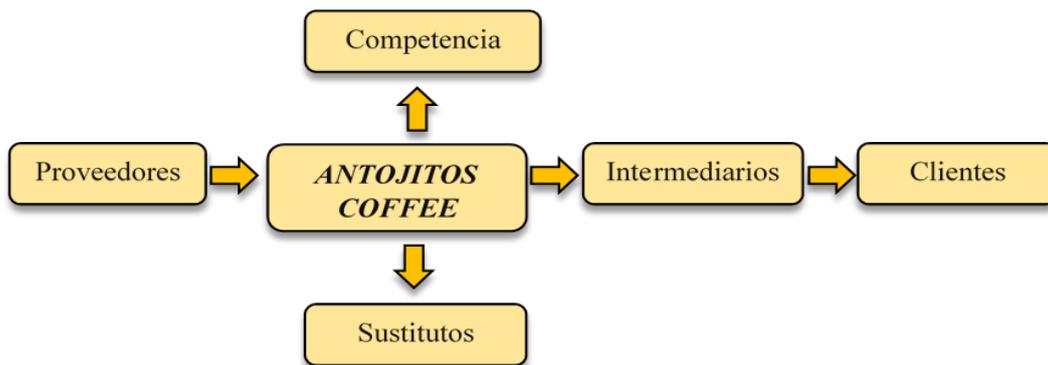
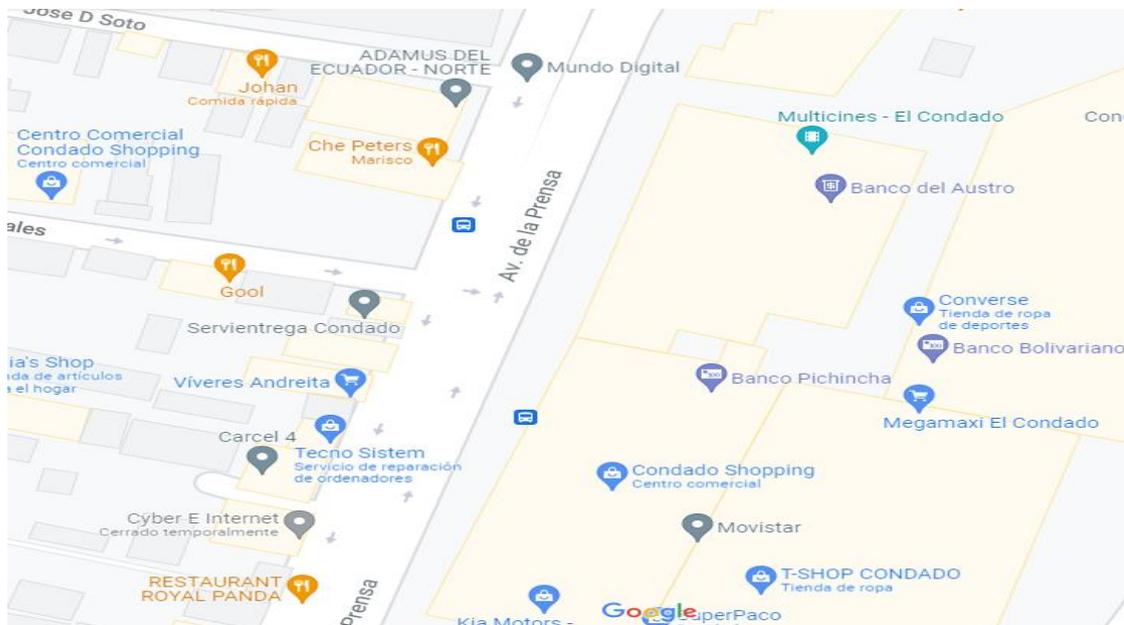


Gráfico N° 15. Toapanta, J. (2020). *Esquema microentorno Antojitos Coffee*. Quito.

Ilustración N° 20. Mapa referencial.



(Maps, 2021) *Ubicación*. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/El+Condado,+Quito/@-0.1021813,-78.5254671,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d585086e96602d:0x7117db9cccc9d018!8m2!3d-0.1054104!4d-78.5133372?hl=es>

Competencia directa

Después de haber realizado un recorrido en el sector donde se va a situar Antojitos Coffee, encontramos el centro comercial Condado Shopping como competencia directa. Los parámetros que se tomaron en cuenta para evaluar a la competencia directa fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos a ofertar.

En la Av. La Prensa y Mariscal Sucre, se encuentra el centro comercial Condado Shopping en donde podemos encontrar diversos locales comerciales, donde se ofrece productos similares al nuestro, pero con productos limitados y con muy poca creatividad.

Competencia indirecta

En el sector del condado, a su alrededor, existen varios establecimientos que se podrían considerar como competencia indirecta. En la Av. La Prensa y sus alrededores se encuentra 4 restaurantes en los cuales están 2 de comida tradicional y 2 de comida rápida.

Johan: un establecimiento de comida rápida.

Che Peters: un establecimiento en donde se ofrece diferentes tipos de mariscos, menestras y almuerzos.

Goal: es un restaurante de comida rápida, pero también ofrecen almuerzos y platos a la carta entre esas: secos de gallina, caldos de gallina, locros y fritadas.

Restaurant Royal Panda: es un restaurante de comida china, donde se ofrece también comida ecuatoriana y asados

Sustitutos.

Al haber recorrido el lugar, se puede considerar como sustituto a las heladerías aledañas ubicadas en la Av. Mariscal Sucre. Estos establecimientos hacen las veces de sustituto al vender diferentes tipos de helados, sin embargo, no se considera competencia al no ser establecimientos de alimentos y bebidas.

Heladería Dulce Bocado Y Cocos: son establecimientos dedicados solo a la venta de helados y waffles.

Proveedores.

Tomando en cuenta que tenemos como responsabilidad social apoyar al crecimiento económico del barrio Antojitos Coffee, pondrá en primer lugar a proveedores locales para trabajar con el restaurante. Cabe mencionar que no serán los únicos proveedores con los que se trabajara ya que por ser un restaurante de calidad pretendemos trabajar con otro tipo de marcas ya conocidas.

Tabla N° 13. Proveedores

TABLA DE PROVEEDORES		
	Materia Prima	
PROVEEDOR	FIABILIDAD Y BENEFICIOS	PRODUCTO
FLORALP	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad. • Varios años de experiencia en el mercado. • Facilidades de pago (crédito). • Entrega al establecimiento. 	Lácteos.
PURATOS	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad. • Facilidades de pago (crédito). • Entrega al establecimiento. • Empresa local. 	Lácteos.

REPUBLICA DEL CACAO	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad. • Diversidad de chocolates con sus porcentajes. • Entrega al establecimiento. 	Chocolatería.
MERCADO DE LA OFELIA	<ul style="list-style-type: none"> • Productos locales. • Precios bajos. • Variedad de productos y frescos. 	Vegetales, granos, leguminosas y frutas
LINEA MAESTRO	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades de pago. • Entrega al establecimiento. • Productos de calidad. • Varios años en el mercado. 	Productos para postres: cobertura, rellenos, pre
SANTA LUCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad. • Varios años en el mercado. • Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria. • Facilidades de pago (crédito). • Entrega al establecimiento. 	Harinas.
PIEDRA NEGRA	<ul style="list-style-type: none"> • Producto de calidad. • Entrega al establecimiento. 	Café Lojano
ECO 5	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de licores. • Entrega al establecimiento. • Productos nacionales e importados. 	Licores
SUPERMERCADO SANTA MARÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Establecimientos extensos. 	Bebidas, especias, u tencillos de limpieza.

Tabla N° 13. Toapanta, J. (2021). *Proveedores*. Quito.

Intermediarios.

Antojitos Coffee, se encargará de la comercialización de sus productos de forma directa, por lo tanto, no requiere de intermediarios para realizar esta actividad.

Clientes.

Antojitos Coffee, es una empresa dirigida a un target de personas de toda edad tanto locales como visitantes de distintos lugares que deseen optar por el servicio de alimentación en el establecimiento.

3.5.2 Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que Antojitos Coffee no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración N°21. Macroentorno Antojitos Coffee

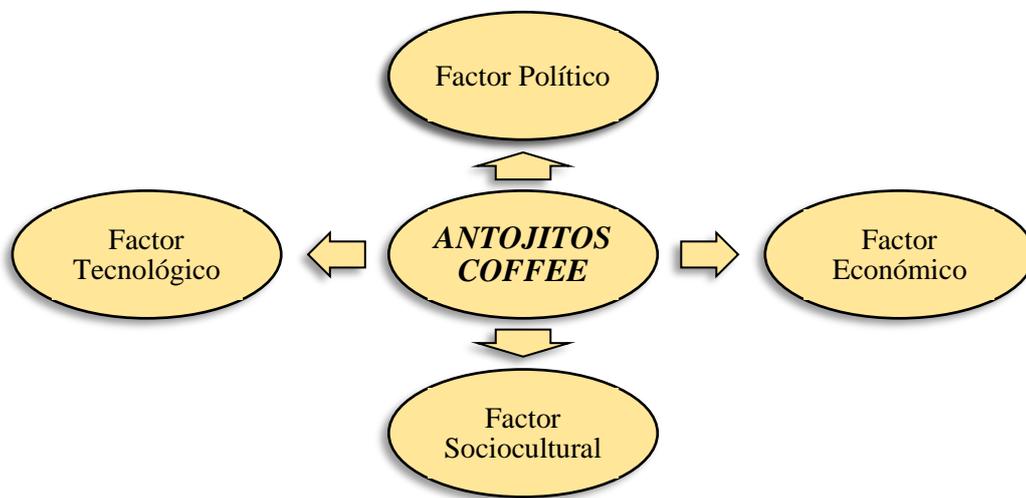


Gráfico N° 15. Toapanta, J. (2021). *Esquema macroentorno Antojitos Coffee*. Quito.

Factor Político

En Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están normalmente regulados por el Ministerio de Turismo y apegados al Reglamento Turístico de Alimentos y bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento.

También están sujetos al control de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCS) y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a buenas prácticas de manufactura. En la actualidad los establecimientos de A&B están bajo un estricto control sanitario debido a la pandemia de COVID19 que ha afectado al sector restauranero del país, el MINTUR, ARCSA y el MPS han emitido un manual de contingencia sanitaria cuyas directrices deben ser acaparadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso.

Antojitos Coffee, realizará sus actividades siguiendo los límites legales dispuestos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando normas y disposiciones determinadas para el negocio de restauración, además de cumplir con normas y reglamentos que ha establecido el gobierno local del Distrito Metropolitano de Quito para la constitución y funcionamiento de restaurantes.

Factor Económico

En la actualidad el país está atravesando una recesión económica producto de la pandemia de COVID 19 y su consecuente cuarentena, lo cual paralizó por completo todas las actividades económicas del país (y el mundo) aproximadamente 3 meses.

Una vez aclarada esta situación, Antojitos Coffee está limitado al desarrollo económico del país por lo que la fijación de precios en los productos y servicios dependerá en gran parte de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador.

Factor Sociocultural

Quito es un cantón pequeño y lleno de tradiciones, una de ellas es su gastronomía. Otro punto muy importante es su gente, que en gran parte les gusta ir a establecimientos de comida en los que puedan ir más que solo a comer. Las personas

que habitan en este cantón dicen buscar restaurantes en los que se puedan quedar a charlar mientras disfrutan de algún alimento o bebida. Es ahí donde nace la creación de Antojitos Coffee, el cual busca ser una cafetería con su repostería que bridara calidad, comodidad y buen servicio para todos sus consumidores.

Factor Tecnológico

En el Ecuador la tecnología enfocada al área de la gastronomía, es amplia y se pretende aprovechar los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de ciertos establecimientos. En la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú, precios y hasta para la toma de pedidos. Antojitos Coffee trabajará con aplicaciones móviles para facilitar el servicio y poder así satisfacer al cliente, ya que también existen empresas nacionales dedicadas al diseño de aplicaciones personalizadas de acuerdo al tipo de negocio.

3.6 Producto y Servicio

Antojitos Coffee es una cafetería con su repostería moderna, enfocado en el entorno familiar, aparte de ofrecer comida y postres, se pretende poner a disposición de los comensales un lugar ameno y tranquilo para pasar un rato de ocio. La cafetería está enfocada en la producción de alimentos y bebidas con estrictos procesos de producción e innovación que hacen parte de uso óptimo de técnicas, seguridad alimentaria y bioseguridad. Respecto a los servicios a ofertar, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen servicio a la mesa, servicio para llevar y se pretende realizar el servicio de entregas a domicilio mediante (delivery).

3.6.1 Producto esencial

En la actualidad las personas que frecuentan cafeterías no buscan sólo satisfacer la necesidad fisiológica de comer, sino que requieren de un lugar que les brinde una experiencia diferente. En Antojitos Coffee, el producto esencial que se

vende es la experiencia de disfrutar de un ambiente familiar y amigable en el que no solo se va a comer sino a pasar un rato más charlando y disfrutando del lugar. En la cafetería se ofrecerá comida de calidad con ingredientes selectos y gran parte locales en un ambiente seguro, acogedor y agradable.

3.6.2 Producto real

Antojitos Coffee ofrecerá una gran variedad de platillos y postres, entre los siguientes:

Cafetería.

- Envueltos: humitas, quimbolitos y tamales.
- Empanadas: viento, mejido, morocho y verde.
- Bonitísimas: maíz, trigo y yuca.
- Café y chocolate: capuccino, late, late cold brew, cortado, expreso, mocaccino y frozen.

Repostería.

- Mousses de maracuyá, frutos rojos con chocolate, guanábana con naranjilla y coco con mango.
- Glaseados, tejas comestibles, perfumes de repostería, esperas, etc.
- 3 leches, tiramisú, selva negra, torta de naranja y zanahoria.
- Tartaletas y pastas.
- Chocolatería: bombones y trufas.
- Macarrones: Chocolate, avellana, limón, mandarina, coco, frutos rojos y lavanda.
- Bocaditos y helados tradicionales.

3.6.3 Características

En Antojitos Coffee todos los alimentos son preparados bajo procesos rigurosos de calidad, bioseguridad e inocuidad, todos los alimentos serán preparados bajo específicos manuales de BPM, se pretende utilizar recetas básicas de la repostería como base, jugando con la mezcla de sabores, utilizando glaseados, tejas comestibles, crujientes, pintura de chocolate, espumas, esferas, perfumes de repostería, ganache,

etc. Innovando así la repostería en el establecimiento, a diferencia de la competencia, con el objetivo de brindar a nuestros comensales un producto de primera.

3.6.4 Calidad

Se tiene en cuenta y se verifica durante todas las etapas de producción de los productos, con este fin se han adoptado y diseñado Manuales de BPMS (Buenas Prácticas de Manufactura) en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de valor de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO)
- Tiempos de cocción por producto.
- Limpieza y desinfección de áreas, superficies, batería de cocina y maquinaria.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos)
- Alimentos potencialmente peligrosos.

3.6.5 Estilo

Antojitos Coffee maneja un estilo moderno y elegante, que se caracteriza por el uso de mobiliario en madera y colores cálidos y suaves, con el fin de transmitir un ambiente tranquilo y familiar. El tipo de comida y su variedad de postres a ofertar es a la carta, para llevar y mediante delivery. El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

3.7 Marca

Antojitos Coffee nace del lindo concepto formado por dos términos, en este caso Antojitos que hace referencia a un antojo que tiene el consumidor y Coffee hace referencia a la diversidad de tipos de cafés que se ofrecerá, Antojitos Coffee pretende

transmitir un ambiente tranquilo, familiar y alegre en donde puedan descansar y relajarse un momento. Con este nombre da la bienvenida personas amantes de la gastronomía tradicional, del café y su repostería moderna que estén dispuestos a experimentar una nueva y novedosa aventura al probar los productos elaborados en el establecimiento.

3.7.1 Producto aumentado

La diferencia entre Antojitos Coffee y su competencia es su concepto y estilo innovador, ya que busca ofrecer un momento de ocio acompañado de una comida buena y de calidad. Ofreciendo un ambiente ameno y accesible al bolsillo promedio.

3.8 Introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y uniformes

Chef Administrador.

El chef administrador usará un uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos y colores relacionados al mismo, dicho uniforme constará de:

- Chaqueta negro mangas largas
 - y los sellos distintivos.
- Faldón negro en medio.
- Pantalón negro con rayas blancas
- Zapatos negros de cocina.
- Toca de chef.

Ilustración 22. Diseño uniforme chef administrador.



Ilustración N° 4. Toapanta, J. (2021). *Diseño uniforme chef administrador.*

Ayudante de cocina.

- Chaqueta blanca de mangas largas con detalles y los sellos distintivos de
 - la empresa bordados.
- Faldón blanco llano.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Champiñón o gorro de la empresa.
- Pico de loro (opcional)

Ilustración 23. Diseño uniforme ayudante de cocina.



Ilustración N° 4. Toapanta, J. (2021). *Diseño uniforme Ayudante de cocina.*

Personal del área de servicio.

Tanto el mesero como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Mesero y cajero – recepcionista.

- Chaleco negro con detalles y sello de la empresa.
- Camisa blanca con corbatín negro.
- Jean negro.
- Faldón negro.
- Zapatos negros.

Ilustración N° 23. Diseño uniforme personal del área de servicio



Ilustración N° 5. Toapanta, J. (2021). *Diseño uniforme de personal.*

3.8.2 Materiales de Identificación

Imagotipo

Ilustración N° 24. Imagotipo Antojitos Coffee.



Ilustración N° 6. Toapanta, J. (2021). *Imagotipo Antojitos Coffe*. Quito.

Elementos a destacar:

- La porción de torta encima de la tasa de café representa nuestro emprendimiento.
- El logotipo del establecimiento “Antojitos Coffee”

Los colores usados:

- Color naranja claro de fondo.
- Color café, este color aumenta el deseo de comer.

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 25. Anverso tarjeta de presentación



Ilustración N° 7. Toapanta, J. (2021). *Anverso tarjeta de presentación Antojitos Coffe.* Quito.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, el correo electrónico, se observa también la página oficial y la dirección del establecimiento

Ilustración 26. Reverso tarjeta de presentación

CHEF ADMINISTRATIVO

JEREMY TOAPANTA

+022497360 / 0983721383 ✉ Jeremyjtl@hotmail.com

🌐 www.antojitoscoffee.com

📍 Av la prensa y Nogales "frente al cc condado shopping"

Ilustración N° 8. Toapanta, J. (2021). *Reverso tarjeta de presentación Antojitos Coffe.* Quito.

Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 1. Hoja membretada



Ilustración N° 9. Toapanta, J. (2021). *Hoja membretada. Antojitos Coffe.* Quito.

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Antojitos Coffee es su establecimiento ubicado en el sector del Condado, en la Av. De la Prensa.

Promoción

- El principal y más útil canal de promoción serán las redes sociales Facebook e Instagram.
- Otro método de promoción que se utilizará será las hojas volantes con publicidad y promociones, al momento de presentar el volante recibirán un porcentaje de descuento en el total de su compra y así se seguirá reutilizando los mismos volantes sin necesidad de imprimir demasiados.
- Una vez nuestro emprendimiento este posesionada en el mercado, se transmitirá por los diversos medios de comunicación.

Contacto.

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp Business
- E-mail
- Tarjeta de presentación

Correspondencia.

- A través de mail corporativo.

Negociación.

- Directamente en el establecimiento
- Vía telefónica

Financiamiento

Tabla N° 14. Financiamiento publicidad

Hojas volantes “Una vez la pandemia disminuya”	500 unidades	\$ 6
Publicidad por Facebook	2 veces por semana	\$ 5
Publicidad por Instagram	2 veces por semana	\$ 5
	Total	\$ 16
	Total Anual	\$ 192

Tabla N° 14. Toapanta, J. (2021). *Financiamiento publicidad*. Quito.

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante por el cual se enfrenta, no sólo Antojitos Coffe, sino el sector turístico y de restauración en general es la emergencia nacional por COVID 19. Los restaurantes y cafeterías deben tener estricto cuidado tanto en el proceso de producción, desde la compra de materia prima, hasta el manejo de recursos humanos ya que se debe contar con personal en buen estado de salud y contar con todas las medidas de bioseguridad para evitar algún contagio.

Frente a esto se tiene la oportunidad de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente, además como resultado de la emergencia sanitaria por COVID 19, muchos negocios se han quedado rezagados del mundo digital, por lo cual han perdido sus ingresos y han dejado espacio libre para que nuevas empresas puedan sustituir sus lugares. Tener control sobre medios digitales permite al negocio ser encontrado con más facilidad, además de tener un alcance publicitario más amplio.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar

Los precios en las recetas expuestas a continuación han sido calculados para una torta (6-8 PAX). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar la torta y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le va a sumar porcentajes de diversos factores que participan en la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

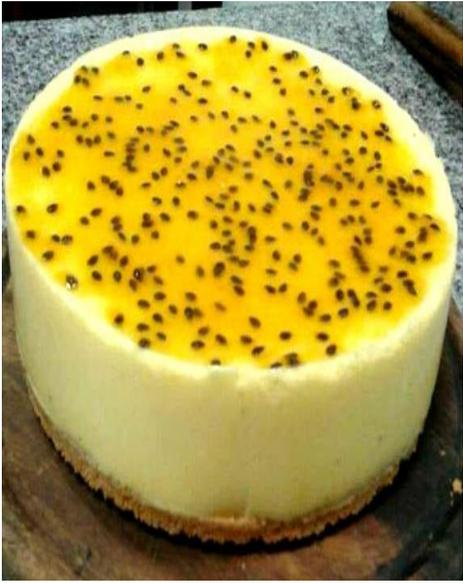
En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas

- Mousse de Maracuyá
- Mousse de Chocolate
- Tiramisú

* **Mousse de Maracuyá:**

Tabla N° 15. Mousse de Maracuyá, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Mousse de Maracuya			Codigo: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	7/12/2021			Chef: Jeremy Toapanta	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
Claras de Huevos	u	3,25	3	0,01	
Gelatina sin Sabor	g	1,25	12	0,02	
Pulpa de Maracuya	g	2,50	250	0,63	
Crema de Leche	ml	4,50	650	2,93	
Azucar	g	1,00	200	0,20	
					
				Total Bruto	3,77
				10 % Imprevisto	0,38
				Costo Neto	4,15
				Gasto de fabr. 15%	0,62
				Factor Costo 33,33%	1,38
				M.O. 45%	1,87
				G. Adm. 12%	0,50
				45 % Utilidad	1,87
				Sub total	10,39
12 % I.V.A.	1,25				
10 % Servicio	0,00				
Total	11,64				

Tabal N° 15. Toapanta, J. (2021). *Mousse de Maracuyá, receta estándar de costos*. Quito

* **Mousse de Chocolate:**

Tabla N° 16. Mousse de Chocolate, receta estándar de costos

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Mousse de Chocolate			Codigo: 002
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	7/12/2021			Chef: Jeremy Toapanta
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Yemas de Huevos	u	3,25	3	0,01
Gelatina sin Sabor	g	1,25	12	0,02
Chocolate semidulce	g	4,50	225	1,01
Crema de Leche	ml	4,50	550	2,48
Mantequilla	g	3,00	120	0,36
Azucar	g	1,00	100	0,10
				
		Total Bruto		3,97
		10 % Imprevisto		0,40
		Costo Neto		4,37
		Gasto de fabr. 15%		0,66
		Factor Costo 33,33%		1,46
		M.O. 45%		1,97
		G. Adm. 12%		0,52
		45 % Utilidad		1,97
		Sub total		10,94
12 % I.V.A.		1,31		
10 % Servicio		0,00		
Total		12,25		

Tabal N° 16. Toapanta, J. (2021). *Mousse de Chocolate, receta estándar de costos*. Quito

* **Tiramisú:**

Tabla N° 17. Tiramisú, receta estándar de costos

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Tiramisú			Codigo: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	7/12/2021			Chef: Jeremy Toapanta	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
Huevos	u	3,25	4	0,01	
Gelatina sin Sabor	g	1,25	5	0,01	
Queso Crema	g	4,50	300	1,35	
Crema de Leche	ml	4,50	500	2,25	
Ron	ml	2,50	3	0,01	
Bizcotelas	g	2,25	150	0,34	
Cococa	g	1,25	10	0,01	
Café Espresso	ml	1,00	20	0,02	
Azucar Impalpable	g	1,30	100	0,13	
				Total Bruto	4,13
				10 % Imprevisto	0,41
				Costo Neto	4,54
				Gasto de fabr. 15%	0,68
				Factor Costo 33,33%	1,51
				M.O. 45%	2,04
				G. Adm. 12%	0,54
				45 % Utilidad	2,04
				Sub total	11,36
				12 % I.V.A.	1,36
10 % Servicio	0,00				
Total	12,73				

Tabal N° 17. Toapanta, J. (2021). *Tiramisú, receta estándar de costos*. Quito

* **Mousse de Maracuyá:**

Tabla N° 18. Mousse de Maracuyá, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		MOUSSE DE MARACUYA						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
3	u	Claras de Huevo	Temperatura 0-4C		Punto de Nieve			
12	g	Gelatina sin Sabor	Hidratar		Fundir			
250	g	Pulpa de Maracuya	Fresca/T. ambiente					
650	ml	Crema de Leche	Batir		Semi montada			
200	g	Azucar	Granulada					
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. En una olla colocar el azúcar junto con el agua a cocinar hasta obtener un almibar ligeramente						
		2. Hidratar la gelatina en agua, para despues fundir a baño maria o microondas.						
		3. En otra olla colocar la pulpa de maracuyá y cocinar a fuego medio por 5 minutos, retirar y colar.						
		4. Batir las claras de huevo a punto de nieve y agregar el almibar caliente en forma de hilo.						
		5. Aparte batir, la crema de leche hasta que esté a un punto "semi batido".						
		6. Por último mezclar en forma envolvente la pulpa de maracuyá, el merengue y la crema de leche.						
		7. Rellene los moldes, forrados con acetato y enfriar.						
		8. Agregar por encima la pulpa de maracuyá con semillas y decorar al gusto.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
125	217	1.1	12.1	5.2	17.1	120	78	2.1

Tabal N° 18. Toapanta, J. (2021). *Mousse de maracuya, receta de producción*. Quito

* **Mousse de Chocolate:**

Tabla N° 19. Mousse de Chocolate, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		MOUSSE DE CHOCOLATE						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
3	u	Yemas de Huevo	Temperatura 0-4C					
12	g	Gelatina sin Sabor	Hidratar		Fundir			
225	g	Chocolate Semidulce			Baño maria			
550	ml	Crema de Leche	Batir		Semi montada			
120	g	Mantequilla sin sal			Fundida			
100	g	Azucar	Granulada					
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Batir las yemas con el azucar hasta desaparecer el azucar.						
		2. Fundir el chocolate con la mantequilla a baño maria o microondas.						
		3. Despues agregar a la mezcla de las yemas.						
		4. Hidratar la gelatina en agua, para despues fundir a baño maria o microondas e incorporar a la						
		5. Aparte batir, la crema de leche hasta que esté a un punto "semi batido".						
		6. Por último mezclar en forma envolvente la mezcla del chocolate y la crema de leche.						
		7. Rellene los moldes, forrados con acetato y enfriar, decorar al gusto.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteinas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
125	275	1.20	18.5	5.2	17.3	140	59	1

Tabal N° 19. Toapanta, J. (2021). *Mousse de Chocolate, receta de producción.* Quito

* **Tiramisu:**

Tabla N° 20. Tiramisú, receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		TIRAMISÚ						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
4	u	Huevos	Temperatura 0-4C					
4	g	Gelatina sin Sabor	Hidratar		Fundir			
300	g	Queso Crema						
500	ml	Crema de Leche	Batir		Semi montada			
150	g	Bizcotelas						
10	g	Cocoa						
20	ml	Café	Espresso					
3	ml	Ron						
100	g	Azucar	Impalpable					
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Batir los huevos con el azucar hasta desaparecer el azucar.						
		2. Mezclar el queso crema con el azucar impalpable, hasta obtener una mezcla consistente.						
		3. Despues agregar a la mezcla de las huevos.						
		4. Hidratar la gelatina en agua, para despues fundir a baño maria o microondas e incorporar a la						
		5. Aparte batir, la crema de leche hasta que esté a un punto "semi batido".						
		6. Incorporar la mezcla del queso crema con la crema de leche.						
		7. Por último bañar las bizcotelas con el café en un recipiente y agregar la mezcla, decorar con cocoa.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteinas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
110	283	3.5	18.5	4.9	25.4	157	133	1

Tabal N° 20. Toapanta, J. (2021). *Tiramisú, receta de producción*. Quito

3.10 Implementación del negocio

Arriendo del local.

Tabla N° 21. Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$300	\$1800	\$3600

Tabla N°21. Toapanta, J. (2021). *Arriendo del local*. Quito.

Muebles y enseres.

Tabla N° 22. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Paila de barro para tortillas	2	\$60.00	\$120.00
Cocina industrial 6 hornillas	1	\$300.00	\$300.00
Refrigerador Indurama Ri-395	1	\$400.00	\$400.00
Frigorífico (Brahma)	1	\$550.00	\$550.00
Batidora KitchenAid	1	\$400.00	\$400.00
Wlafera	1	\$55.00	\$55.00
Horno Industrial	1	\$1500.00	\$1500.00
Batidoras de mano	3	\$4.00	\$12.00
Máquina de Café	1	\$2500.00	\$2500.00
Vitrinas	2	\$500.00	\$1000.00
Licudora Oster 450W	1	\$50.00	\$50.00
Tanque de gas 30kg	1	\$50.00	\$50.00
Balanza digital	2	\$8.00	\$16.00
TOTAL			\$6.953,00

Tabla N°22.Toapanta, J. (2021). *Equipos industriales*. Quito.

Equipos de computación

Tabla N°23. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$700.00	\$700.00
Impresora EPSON L4260	1	\$250.00	\$250.00
Router Wifi	1	\$40.00	\$40.00
Datafast Inalámbrico	1	\$120.00	\$120.00
TOTAL			\$1,110.00

Tabla N° 23. Toapanta, J. (2021). *Equipos de computación*. Quito.

Muebles y enseres

Tabla N°24. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Counter de recepción con vitrina	1	\$280.00	\$280.00
Vitrina Heladera	1	\$200.00	\$200.00
Mesa de Acero Inoxidable	2	\$90.00	\$180.00
Estantería metálica	2	\$45.00	\$90.00
Lavadero 2 pozos	1	\$200.00	\$200.00
Jarra de Vidrio	6	\$3.00	\$18.00
Vaso 325ml	20	\$1.25	\$25.00
Vaso para Capuchino	20	\$1.50	\$30.00
Platos Redondos Grandes	20	\$1.50	\$30.00
Platos Redondos Pequeños	20	\$1.25	\$25.00
Tabla de picar grande	2	\$15.00	\$30.00
Set de chuchillos (9 piezas)	2	\$45.00	\$90.00
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.00	\$75.00
TOTAL			\$1,273.00

Tabla N° 24. Toapanta, J. (2021). *Muebles y enseres*. Quito.

Equipos industriales de seguridad

Tabla N° 25. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$20.00	\$20.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Detector de humo, sensor	1	\$20.00	\$20.00
Dispensador de alcohol y jabón	4	\$8.00	\$32.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$96.00

Tabla N° 25. Toapanta, J. (2021). *Equipos industriales de seguridad*. Quito.

Suministros de Oficina

Tabla N° 26. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 10 resma	1	\$25.00	\$25.00
Grapadora	1	\$3.50	\$3.50
Grapas (caja)	1	\$1.50	\$1.50
Caja 3 resaltadores	1	\$2.00	\$2.00
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$1.00	\$2.00
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	2	\$0.75	\$1.50
TOTAL			\$44.10
TOTAL ANUAL			\$529.20

Tabla N° 26. Toapanta, J. (2021). *Suministros de oficina*. Quito.

Servicios Básico

Tabla N° 27. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$25.00
Luz	\$35.00
Teléfono	\$8.00
Internet	\$45.00
TOTAL	\$113.00
TOTAL ANUAL	\$1,356.00

Tabla N° 27. Toapanta, J. (2021). *Servicios básicos*. Quito.

Materiales de limpieza

Tabla N° 28. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	1	\$3.00	\$3.00
Trapeador	1	\$5.00	\$5.00
Cloro 1 Gal	1	\$5.00	\$5.00
Fibra/lustre	1	\$0.90	\$0.90
Esponja lavaplatos	5	\$0.75	\$3.75
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$3.50	\$3.50
Lavavajillas líquido 500ml	3	\$3.00	\$9.00
Pala	1	\$2.00	\$2.00
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$2.50	\$10.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
TOTAL			\$61.15
TOTAL ANUAL			\$733.80

Tabla N° 28. Toapanta, J. (2021). *Materiales de cocina*. Quito.

3.11 Estudio Arquitectónico

Para el diseño de la cafetería se toma en cuenta la capacidad instalada, el aforo que se manejara (50 personas) y de trabajadores (3 personas). Se ha considerado el espacio necesario que los cocineros requieren para moverse con facilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se ha agregado un espacio específico para bodegas, ya que el almacenamiento se realizará en el área de cocina, tampoco se ha considerado espacios administrativos y de preferencia se pretende tener un lugar más amplio para los comensales, se ha considerado un espacio óptimo para que así los trabajadores puedan guardar sus pertenencias en sus lockers.

Estructura interna del establecimiento

Ilustración 27. Estructura interna del establecimiento



Gráfico N° 16. Toapanta, J. (2021). *Ilustración estructura interna del establecimiento*. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para mantener la formalidad del negocio, este debe ajustarse a su lugar de implantación por lo que se necesita tener los siguientes documentos:

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS/ SRI

RUC (Registro Único de Contribuyente)

La finalidad del RUC es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la administración tributaria del Ecuador.

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas. Se necesita:

- Copia de cédula.
- Papeleta de votación.
- Formulario de la actividad a la que va a pertenecer.
- Se estipula si es persona natural o jurídica.
- Natural: una sola persona.
- Jurídica: sociedades.

Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa), es la entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública (MSP) que se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico – sanitarias de los productos de uso y consumo humano, además de brindar servicios que facilitan la obtención de permisos de funcionamiento y Notificaciones Sanitarias.

Se necesita para este permiso:

- RUC.
- Carnets ocupacionales.
- Plano arquitectónico (escala de 1 a 30 de la infraestructura).
- Foto de la fachada.
- Cédula y papeleta de votación vigentes.
- Curso de manipulación de alimentos.
- Llenar formulario en página del ARCSA.

Carnet ocupacional

- Examen de sangre, heces y orina.
- Control médico.
- Foto tamaño carnet.
- \$ 0.50 ctvs.

Municipio de Quito

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

- **Línea de fábrica:** documento que informa mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno
- **Permiso de suelo:** permiso que avala que la infraestructura este apta para el negocio que se requiere.
- **Patente:** requisito indispensable a cumplir para quienes ejercen actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito.

Dentro de esto esta:

- El permiso de bomberos realiza la inspección de la infraestructura.
- RUC.
- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Permiso de rotulación.
- Foto de la fachada y rótulo (si es de madera, metal, colores, etc).

Inspección del Cuerpo de Bomberos:

- Infraestructura interna y externa que sea segura.
- Terreno (firme).
- Cocina, ductos, cañerías, etc.
- Tuberías de agua potable de color verde, de color rojo para hidrantes y cisternas. De color amarilla tuberías de gas.
- Luz eléctrica, cables con canaletas
- Recomendaciones de señalética.
- Plan de contingencia. Es un documento de planificación a futuro para la prevención de riesgos naturales, como antrópicos (daño ocasionado por el ser humano).

- Con todos los documentos obtenidos en el Municipio se tiene la Licencia Única de Actividades Económicas / LUAE.

Inspección de equipamiento

- Cocina, ductos, cañerías, etc.
- Tuberías de agua potable de color verde, de color rojo para hidrantes y cisternas. De color amarilla tuberías de gas.
- Luz eléctrica.
- Recomendaciones de señalética.
- Plan de contingencia. Es un documento de planificación a futuro para la prevención de riesgos naturales, como antrópicos (daño ocasionado por el ser humano).

Con todos los documentos obtenidos en el Municipio se tiene la Licencia Única de Actividades Económicas

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS

Se saca el número patronal, esto sirve para afiliar a los trabajadores y se necesita:

- Papeleta de votación.
- RUC (copia).
- Cédula de identidad.

El tener número patronal obliga a pagos puntuales con sus respectivos aportes a los trabajadores.

Ministerio de Relaciones Laborales

Se encarga de legalizar las contrataciones de los trabajadores como también la salida de los mismos.

Registro de alimentos y bebidas en el MINTUR

Requisitos

- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad, a color

- Copia de la última papeleta de votación, a color
- Copia del Contrato de arriendo del establecimiento.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

SAYCE

Si se consigue un local con mesas y se desea colocar música para generar un buen ambiente, es necesario obtener un permiso para “Comunicación Pública” de la Sociedad de Autores del Ecuador (Sayce). Se entiende por comunicación pública todo acto en el que un grupo de personas, reunidas o no en un mismo lugar, puedan tener acceso a la obra (musical) sin previa distribución de ejemplares o cada una de ellas.

Para los restaurantes, picanterías, grilles y similares, por difusión pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente, de acuerdo a la categoría:

- De lujo, el equivalente al 45% de un SBU.
- De segunda, el equivalente al 27% de un SBU.
- De tercera y cuarta categoría, al 18% de un SBU.
- Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39.

Fuentes de soda, cafeterías, heladerías y similares.

Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, pagarán anualmente de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo, el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado;
- De primera el equivalente al 18% de un Salario Básico Unificado;

- De segunda, el equivalente al 14% de un Salario Básico Unificado;
- De tercera y cuarta categoría, el equivalente al 7% de un Salario Básico Unificado.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

El objetivo principal de los impactos ambientales es prevenir, mitigar y restaurar los daños que se puedan ocasionar al medio ambiente, intentando reducir al mínimo los efectos negativos que puede llegar a producir el establecimiento.

Antojitos Coffee tiene como responsabilidad social apoyar al desarrollo de la economía del barrio en donde se encuentra situado, apoyando a los pequeños productores, cocinando con alimentos más orgánicos y frescos. Es una acción con doble propósito, pues favorece esta forma de consumo y también satisface a los consumidores que les gusta cuidarse.

El establecimiento tiene como propósito social fomentar el apoyo humanitario entre nuestros comensales hacia las personas de bajos recursos económicos y adultos mayores, por medio de la recaudación de fondos mediante una alcancía que permanezca permanentemente en el establecimiento cerca de la caja, en la cual las personas que deseen puedan colaborar, de esta manera se pretende recaudar ingresos para repartir alimentos a las personas mencionadas en ocasiones especiales como: día de la madre, día del padre, día del niño, navidad. Logrando así regalar sonrisas y pequeños momentos que plasmen en el corazón de ellos.

Uno de sus objetivos es reducir en lo más posible la contaminación del medio ambiente con la opción de que los comensales puedan traer sus tapers de casa y así evitar el uso de platos desechables en el servicio de comida para llevar. Otra de las opciones que se pretende implementar es el cambio de sorbetes plásticos por sorbetes de bagazo de caña, ya que son eco amigable y su característica es que al degradarse se convierte en humus. Además, Antojitos Coffee empleará tachos de basura categorizados en vidrio, papel, reciclables y residuos, estarán colocados tanto en la cocina como en la entrada del establecimiento, para que esté a la vista de los consumidores y así reducir la contaminación del lugar.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación por desechos producidos en cocina:** si no se tiene un correcto manejo de los residuos generados en la cocina, pueden causar contaminación, permitiendo la generación de bacterias y plagas.
- **Consumo de electricidad:** el establecimiento permanecerá activo 14 horas, por lo cual, la generación de consumo eléctrico será mayor.
- **Contaminación auditiva:** la aglomeración de personas dentro del establecimiento puede causar ruido constante logrando alterar la estancia de los consumidores.
- **Contaminación por basura:** desechos generados por clientes al entrar o salir del establecimiento como puede ser, fundas, papeles, botellas, etc.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados.

- Para la cocina y área de clientes se contará con diferentes tachos de basura para facilitar la clasificación de basura y desechos producidos.
- Utilización de productos reciclables y biodegradables.
- Uso de focos ahorradores de energía en todo el establecimiento.

5.3 Impacto social

Generar fuentes de trabajo.

Antojitos Coffe generará fuentes de empleo fijo sin importar género, cultura, etnia o nacionalidad, adicionalmente optará por proveedores propios del lugar en donde se encuentra, de esta manera beneficiará a los agricultores del sector, utilizando sus productos para la elaboración de los alimentos.

Igualdad de género.

El establecimiento contará con trabajadores de diferente género, jóvenes y personas mayores, siempre y cuando cumplan con los requerimientos, normas y políticas del lugar.

Todos los colaboradores tendrán los mismos derechos y beneficios para lo cual se contará con charlas y capacitaciones para fomentar un buen ambiente laboral y lograr un buen trabajo en equipo.

Satisfacción de una necesidad social prioritaria.

Antojitos Coffee responderá a las necesidades fisiológicas de alimentación hacia las personas, otorgándoles un lugar que genere seguridad y confort, a través de alimentos de calidad e instalaciones adecuadas con señaléticas y equipos de seguridad para cualquier tipo de emergencia.

Por medio de capacitaciones e incentivos se pretende que todos los colaboradores se comprometan en desarrollar un buen trabajo y lograr un ambiente adecuado, fomentando así la realización de un correcto trabajo y a su vez reflejar en la aceptación de los clientes.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el capítulo presente se detalla a continuación el análisis financiero del proyecto en cuestión donde se permitirá definir la factibilidad del mismo desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2 Inversiones

La inversión no es más que el capital empleado en cualquier actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo y poco a poco incrementarlo y por ende la recepción de beneficios posteriores.

6.3 Activos Fijos

En cuanto a lo que se refiere a la empresa “Antojitos Coffee” poseemos una inversión que consta de Activos Fijos: que involucra equipos de computación, equipos industriales y de seguridad, en muebles y enseres, dando así un total de \$9,336.

Tabla N° 29. Inversiones

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind.	6,953
Equipos de Computación	1,110
Muebles / Enseres	1,273
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9,336

Tabla N°29. Toapanta, J. (2021). *Inversiones*. Quito.

6.4 Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se encuentran dentro de los Gastos de Constitución y cuenta con la suma de \$400 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla N° 30. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$400

Tabla N° 30. Toapanta, J. (2021). *Activos diferidos*. Quito.

6.5 Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc. En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año cuenta con: sueldos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet), material de oficina (papelería, lápiz, etc.), material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.), publicidad, costo de materia prima, total de Inversión.

Tabla 31. Activos diferidos

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	15,600
Servicios Básicos	1,356
Material oficina	529,20
Material limpieza	773,80
Servicio auto	0
Alquiler local	3,600
Publicidad	192
Adquisición de materia prima	6,953
Gastos financieros	2.460
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	31.504

Tabla N° 31. Toapanta, J. (2021). *Activos diferidos*. Quito.

Tabla N°32. Detalles de Inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	9,336
Total Activos Diferidos	400
Total Capital de Trabajo	31,464
TOTAL INVERSIÓN	41,200

Tabla N° 32. Toapanta, J. (2021). *Detalles de Inversión*. Quito.

Inversión total teniendo en cuenta: activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$41,200.

6.6 Sueldos.

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales de los trabajadores del establecimiento.

Tabla 33. Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente Chef	500	6000	567	729	6162
Ayudante de Cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero/ Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1300	15600	1474,2	1895,4	16021,2

Tabla N° 33. Toapanta, J. (2021). *Sueldos*. Quito.

Tabla 34. Decimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente Chef	500	500	500	1000
Ayudante de Cocina	400	400	400	800
Mesero/ Cajero	400	400	400	800
TOTAL	1300	1300	1300	2600

Tabla N° 34. Toapanta, J. (2021). *Decimos*. Quito.

Tabla N° 35. Sueldos Totales

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
16021,2	2600	18621,2

Tabla N° 35. Toapanta, J. (2021). *Sueldos Totales*. Quito.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$18621,2 anual, mientras que mensual será de \$16021,2.

6.7 Depreciación activos fijos

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1.192,56.

Tabla N° 36. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind. + Maquinaria Ind.	6953	10%	695,3
Edificio	0	5%	0
Vehículos	0	20%	0
Equipos de Computación	1110	33,33%	369,96
Muebles y Enseres	1273	10%	127,3
TOTAL, DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			1.192,56

Tabla N° 36. Toapanta, J. (2021). *Depreciación de activos fijos*. Quito.

6.8 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$80, ya que el monto por constitución equivale a \$400.

Tabla N° 37. Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	400	20%	80

Tabla N° 37. Toapanta, J. (2021). *Amortizaciones*. Quito.

6.9 Estructura Capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$20,000 que equivale a una estructura del 58%; costo 13% con una tasa de descuento de 7,5 %; por otra parte el **Capital Financiero** 11,504 que con una estructura del 42%, el costo 14% que otorga el 5,9 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de \$31,504 que en la suma absoluta nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,4% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 38. Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	20,000	58%	13%	7,5%	
Capital Financiero	11.504	42%	14%	5,9%	
TOTAL INVERSIÓN	31.504	100%		13,4%	TMAR

Tabla N° 38. Toapanta, J. (2021). *Capital*. Quito.

6.10 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla N° 39. Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	11504			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	11504
1	3350,93	1.610,56	1.740,37	9.763,63
2	3350,93	1.366,91	1.984,02	7.779,62
3	3350,93	1.089,15	2.261,78	5.517,84
4	3350,93	772,50	2.578,43	2.939,41
5	3350,93	411,52	2.939,41	0,00
		5.250,63		
2912,84		INTERES ANUAL		1.610,56
		INTERES SEMESTRAL		805,28

Tabla N° 39. Toapanta, J. (2021). *Tabla de Amortización*. Quito.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$11,504 con una tasa del 14 % en un plazo de 5 años; lo que conlleva al pago de \$5.250,63 que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de \$11,504 que al final del período establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.11 Punto de equilibrio

Tabla N°40. Datos punto de equilibrio

COSTOS FIJOS	
Arriendo	300
Sueldos	1300
Ser. Básicos	113
T. COSTOS FIJOS	1.713

Tabla N° 40. Toapanta, J. (2021). *Datos punto de equilibrio*.

Tabla N°41. Margen de contribución

Precio menu	9,25	
Costo menu	3,00	
Ganancia	6,25	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla N° 41. Toapanta, J. (2021). *Margen de contribución*. Quito.

Tabla N° 42. Punto de equilibrio

VENTA	413	9,25	3822,0
COSTO	413	2,75	1136,3
GASTO			2685,7
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla N° 42. Toapanta, J. (2021). *Punto de equilibrio*. Quito.

Tabla N°43. Ventas/Costos Proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
900	8325	99900	Ventas
900	2475	29700	Costo

Tabla N° 43. Toapanta, J. (2021). *Ventas/Costos*. Quito.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad.

6.12 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto del primer año.

Tabla N° 44. Flujo de venta

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		79440,00	81831,14	84294,26	86831,52	89445,15
COSTO DE VENTAS		28800,00	29666,88	30559,85	31479,70	32427,24
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		50640,00	52164,26	53734,41	55351,81	57017,90
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20519,80	21137,45	21773,68	22429,07	23104,19
SERVICIOS BASICOS		1380,00	1421,54	1464,33	1508,40	1553,81
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		419,87	432,51	445,53	458,94	472,75
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		4560,00	4697,26	4838,64	4984,29	5134,31
PUBLICIDAD		153,00	157,61	162,35	167,24	172,27
DEPRECIACIONES		700,16	700,16	700,16	700,16	700,16
AMORTIZACIONES		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
UTILIDAD OPERATIVA		22827,17	23537,75	24269,72	25023,72	25800,42
GASTOS FINANCIEROS		1610,56	1366,91	1089,15	772,50	411,52
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21216,61	22170,84	23180,57	24251,22	25388,90
BASE IMPOSITIVA		7691,02	8036,93	8402,96	8791,07	9203,48
UTILIDAD NETA		13525,59	14133,91	14777,62	15460,16	16185,42

Tabla N° 44. Toapanta, J. (2021). *Flujo de ventas*. Quito.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$13525,29 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$16185,42.

6.13 Flujo de caja

El flujo de caja se comprende en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado o preestablecido, permitiendo así llevar un control en ingresos como egresos para de esta manera determinar el nivel de liquidez que posee la empresa.

Tabla N°45. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		22827,17	23537,75	24269,72	25023,72	25800,42
DEPRECIACION		700,16	700,16	700,16	700,16	700,16
AMORTIZACION		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- BASE IMPOSITIVA		7691,02	8036,93	8402,96	8791,07	9203,48
- GASTOS FINANCIEROS		1610,56	1366,91	1089,15	772,50	411,52
- PAGO CAPITAL		1.740,37	1.984,02	2.261,78	2.578,43	2.939,41
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-37199,00	12.565,38	12.930,05	13.296,00	13.661,89	14.026,18

Tabla N° 45. Toapanta, J. (2021). *Flujo de caja*. Quito.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$11.464,56, mientras que para el quinto año esta aumentará a \$14.026,18.

6.14 Cálculo del TIR y VAN

Para la culminación del presente análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1 VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión (-); el VAN es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$9.369,47.

6.12.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 22,57 % que en resumen brinda utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia de 8,92% con el TMAR.

Tabla N° 46. VAN/TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	9.369,47
TIR	22,57%
TMAR	13,65%

Tabla N° 46. Toapanta, J. (2021). *VAN/TIR*. Quito.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- La elaboración del presente plan de negocio permitió dar a conocer la creación, viabilidad y la rentabilidad económico – financiera, para la implementación de la cafetería en el sector del condado.
- Se determinó que en el lugar donde se pretende implementar la cafetería, no cuenta con competencia directa, ya que la mayoría son establecimientos de comida rápida, tradicional y criolla, mediante las encuestas realizadas se refleja un 45% que las personas si frecuentan 1 vez a la semana establecimientos donde oferten una cafetería con una repostería moderna.
- Por medio de las respuestas de los encuestados se pudo determinar que la mayor parte de personas en un 90% visitan cafeterías acompañados de sus familiares, eso quiere decir que hay un pequeño porcentaje de personas que asistirán con menores de edad, para lo cual se ha tomado muy en cuenta la opinión de los posibles consumidores, en que si estarían de acuerdo que en una cafetería familiar se ofertará bebidas alcohólicas y la respuesta de los encuestados fue muy positiva ya que en un 71% si están de acuerdo. Dando así la opción de poder incrementar ese servicio en la cafetería.
- El local estará situado en el sector del Condado, Av. De la Prensa, siendo una buena ubicación, por ser una zona de gran afluencia, la cual es reconocida por su centro comercial. La cafetería con ayuda de marketing y la aceptación de las personas lograría posicionarse en uno de las mejores cafeterías en el mercado.
- Desde el punto de vista financiero el proyecto es viable y rentable económicamente, ya que se obtiene un VAN de \$9.369,47 y una TIR de 22,57%, siendo superior al TMAR de 13,65%. Sin embargo, estos valores podrían cambiar de acuerdo al incremento en costos de producción o por disminución de clientes. Es para lo cual se trabajará muy duro en la fidelidad de los comensales con productos de calidad y un buen servicio.

7.2 RECOMENDACIONES

- Es importante hacer seguimiento y una revisión continua y periódica de todos los puntos que forman parte del plan de negocios, esto servirá de guía y curso a seguir para llevar a cabo todos los procesos. Si los resultados llegarán a ser negativos, es necesario tomar medidas y realizar nuevas investigaciones y estudios para resolver los problemas que se presenten.
- Llevar a cabo las metas propuestas en ventas y cumplir con lo propuesto en la publicidad y promoción del establecimiento, para así captar la atención de nuevos clientes y lograr las ventas necesarias.
- El establecimiento debe conservarse en perfecto estado, el mantenimiento del mismo modo tiene que ser periódico; ya que el factor higienes es de suma importancia en este tipo de negocios. El local es la primera impresión directa con el cliente y por lo tanto debe estar en óptimas condiciones para que influya positivamente en la fidelidad de los comensales.
- La cafetería debe mantener buena relación con sus proveedores, ya que de ellos depende principalmente la calidad de los productos.

7.3 BIBLIOGRAFÍAS

BIBLIOGRAFÍA

- ARCSA. (2019). *Consultas en línea*. Obtenido de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Cocina, E. I. (2021). *Almacenes Montero*. Obtenido de <https://www.montero.ec/>
- Computación, E. d. (2021). *Mercado Libre*. Obtenido de <https://listado.mercadolibre.com.ec/equipos-de-computacion>
- Desinfección, M. d. (2021). *Unilimpio*. Obtenido de <https://unilimpio.com/>
- Google. (2022). *Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/El+Condado,+Quito/@-0.1021813,-78.5254671,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d585086e96602d:0x7117db9cccc9d018!8m2!3d-0.1054104!4d-78.5133372?hl=es>
- línea, S. e. (2021). *SRI en línea*. Obtenido de <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>
- municipales, P. d. (2021). *Guía de Trámites*. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/pam/GuiaTramites.aspx#info>
- Net., D. (2015). *Tabla de Composición Nutricional*. Obtenido de <http://www.dietas.net/tablas-y-calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos.html>
- Oficina, S. d. (2021). *GAMA*. Obtenido de <https://www.distribuidoragama.com.ec/>
- Seguridad, E. I. (2021). *Mercado Libre*. Obtenido de [https://listado.mercadolibre.com.ec/equipos-industriales-de-seguridad#D\[A:equipos%20industriales%20de%20seguridad\]](https://listado.mercadolibre.com.ec/equipos-industriales-de-seguridad#D[A:equipos%20industriales%20de%20seguridad])

7.4 ANEXOS

7.4.1 ANEXOS HOJA DE OBSERBACION

HOJA DE OBSERVACION

LUGAR:

El Condado

FECHA:

Lunes 15 de Noviembre de 2021

DESCRIPCIÓN:

El sector está ubicado en el norte de Quito en la av. Del maestro, para la recaudación de datos se consideró la investigación aplicada, documental y de campo en la elaboración de la investigación de mercado. Para la primera se realizó un estudio sobre el lugar, las personas que habitan y sus gustos con el objetivo de presentar una cafetería el cual este acorde a sus expectativas.

En la investigación documental se recurrió a fuentes primarias y secundarias, donde se reflejará información sobre qué tipos de cafeterías han pasado por el lugar.

Por último, se realizó una investigación de campo para recaudar información sobre el entorno en donde se desenvolverá la cafetería, aplicando técnicas de recaudación de información con una encuesta y conociendo así nuestra competencia.

7.4.2 FORMATO

Encuesta Antojitos Coffee

 jeremytoapanta7@gmail.com (no se comparten)
[Cambiar cuenta](#)

 Se restableció el borrador

*Obligatorio

1. ¿Suele acudir a Cafeterías en familia? *

- SI
- NO

2. ¿Con qué frecuencia usted va a una cafetería con una repostería moderna? *

- 1 vez a la semana
- 1 vez al mes
- Cada 15 días
- No suele ir

3. ¿Cuál de estos postres le gustaría consumir? *

- Tortas
- Chocolates
- Macarrones

4. ¿Cuál es la torta de su preferencia? *

- Diferentes tipos de Mousse
- Selva Negra
- Tiramisú

5. ¿Con qué tipo de bebida le gustaría acompañar su postre? *

- Infusiones
- Gaseosas
- Distintos tipos de cafés
- Milkshake

6. ¿Cuándo visita una cafetería regularmente con quién va? *

- Familia
- Amigos
- Pareja
- Solo

7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en una cafetería por persona? *

- \$1 a \$5
- \$5 a \$10
- \$10 a \$20

8. ¿Sería de su agrado que en una cafetería de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas? *

- Si
- No

9. ¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente la cafetería? *

- Zona infantil
- Juegos para adultos
- Ambos

10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertará en la cafetería? *

- Cerveza
- Cócteles
- Chupitos

11. ¿Qué valora usted en una cafetería? *

- Precio
- Calidad de servicio
- Comodidad del lugar
- Calidad del producto
- Delivery

12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar? *

- \$1,50
- \$2,50
- \$3,50

7.4.3 PROFORMAS

Anexo 1



Anexo 2



Anexo 3



Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8



Anexo 9



Anexo 10



Anexo 11



Anexo 12



Anexo 13



Anexo 14



Anexo 15



Anexo 16



Anexo 17



Anexo 18

