



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería en el sector San Cristóbal de la isla Galápagos”

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

AUTOR:

Jenny Fernanda Martínez Camacho

TUTOR:

Ing. Eduardo Paredes

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

DEDICATORIA

A mi esposo Martin Pita Gavilanes, a mi tío Manuel Camacho Olaya, y a toda mi familia quienes siempre aportaban con su granito de arena con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, un sueño del cual siempre han sido los de mi esposo quien siempre me animaba para que estudiara y obtenga un título universitario, le doy gracias a Dios por la familia que me dio, por esa familia que siempre ha estado en las buenas y en las malas que cuando ya desmayaba estaban ahí dándome el ánimo para que continúe. A mis hermanas Nicaela y Anabel por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

A mis dos madres Sofía Olaya y Nancy Camacho, quien con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

A mi hija Grazziana Pita Martínez por la cual me levanto día a día y me esfuerzo cada día en culminar una meta más, y poder ofrecerle un mejor futuro y ser ese ejemplo a seguir para cuando ella sea grande pueda cumplir sus metas, sus sueños y anhelos.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a Dios, primeramente, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes. Un agradecimiento al Tnlg. Henry Cobos alcalde de la isla San Cristóbal que gracias a su gestión pudo ayudar a muchos a seguir con los estudios universitario ayudando con becas una de las cuales fui beneficiada.

Pero en especial un profundo agradecimiento a mi querido profesor Mgtr. Leonidas Salgado Morales quien fue la persona que me ayudo a obtener la beca ya que el cupo estaba completo, pero el con su gestión logro ayudarme desinteresadamente para que yo pueda seguir con mis estudios y quien ha estado siempre pendiente en que siga adelante y no desfallezca.

De igual manera un agradecimiento a todos mis docentes quienes supieron impartir sus conocimientos con ahínco y dedicación en cada una de sus materias, de manera especial a mi tutor Ing. Christian Carvajal quien con su entrega y paciencia supo llegar a cada uno de sus estudiantes. Finalmente quiero agradecer a todos mis compañeros y en especial a los compañeros con los que he compartido momentos amenos los que siempre han estado ahí apoyándome de una u otra manera, hemos formado un buen equipo y de eso quedo muy agradecida.

Agradezco también a la Universidad Instituto Tecnológico Internacional ITI por abrirnos sus puertas y pertenecer en su prestigiosa institución, quedo eternamente agradecida.

AUTORÍA

Yo, **Jenny Fernanda Martínez Camacho**, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink that reads "Jenny Martínez". The signature is written in a cursive style and is placed on a light yellow rectangular background.

Jenny Fernanda Martínez Camacho

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

Ing. Eduardo Paredes
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Eduardo Paredes

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El **Ing. Eduardo Paredes** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srt. **Jenny Fernanda Martínez Camacho** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Srt. **Jenny Fernanda Martínez Camacho** realizó el trabajo fin de carrera titulado: “**Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería en el sector San Cristóbal de la isla Galápagos**”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Eduardo Paredes**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Eduardo Paredes** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srt. **Jenny Fernanda Martínez Camacho**, 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 cafetería en el sector San Cristóbal de la isla Galápagos**”, 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.

Ing. Eduardo Paredes

Jenny Fernanda Martínez Camacho

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN.....	15
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	17
2.1 Creación de la empresa	17
2.2 Descripción de la empresa	17
2.1.1 Importancia	17
2.1.2 Características	17
2.1.3 Actividad.....	18
2.3 Tamaño de la empresa	19
2.4 Necesidades a satisfacer	20
2.2.1 Necesidad Fisiológica	20
2.2.2 Necesidad de Seguridad	20
2.2.3 Necesidad Social	21
2.2.4 Necesidad de Reconocimiento.	21

2.5	Localización de la empresa	21
2.6	Filosofía empresarial.....	22
2.6.1	Misión	22
2.6.2	Visión	22
2.6.3	Meta	23
2.6.4	Estrategias	23
2.6.5	Políticas	23
2.6.6	FODA.....	24
2.7	Desarrollo organizacional	27
2.7.1	Tipo de Estructura.....	27
2.7.2	Formalización.....	28
2.7.3	Centralización – Descentralización.....	28
2.7.4	Integración	29
2.8	Organigrama empresarial.....	29
2.9	Funciones del Personal	30
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	36
3.1	Objetivo de mercadotecnia	36
3.2	Investigación de mercado	36
3.2.1	Modalidad	37
3.3	Plan de Muestreo.....	37
3.4	Análisis de las encuestas	38
3.5	Entorno empresarial	54
3.5.1	Micro entorno.....	54
3.5.2	Macro entorno	57
3.6	Producto y servicio	61

3.6.1	Producto esencial	62
3.6.2	Producto real	62
3.6.3	Producto aumentado.....	65
3.7	Plan de introducción al mercado.....	65
3.8	Canal de distribución y puntos de ventas.....	73
3.9	Riesgo y oportunidades del negocio	76
3.10	Fijación de precios	78
3.11	Capacidad instalada	81
3.11.1	Implementación del negocio	82
3.12	Estudio arquitectónico	89
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	91
4.1	Servicio de Rentas Internas / SRI.....	91
4.2.	RUC (Registro Único de Contribuyente).....	91
4.3.	Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA.....	92
4.4.	Patento municipal.....	93
4.5.	IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)	93
4.6	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS	95
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	96
5.1	Objetivo de área.....	96
5.2	Impacto ambiental.....	96
5.3	Impacto social	98
6.	PROCESO FINANCIERO	100
6.1.	Introducción.....	100
6.2.	Activos fijos	100
6.3.	Activos diferidos	101

6.4. Capital de trabajo.....	101
6.5. Sueldos	103
6.5. Depreciación activos fijos	103
6.6. Amortizaciones.....	104
6.7. Estructura capital	105
6.8. Tabla de amortización	106
6.9. Punto de equilibrio	107
6.10 Costo de ventas.....	110
6.11. Flujo de caja	111
6.12. Cálculo del tir y el van	112
6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)	112
6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	112
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
7.1. Conclusiones	114
7.2. Recomendaciones	115
7.3. Bibliografía.....	116
7.4 Anexos.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Méritos aspectos a considerar, administrador.	31
Tabla N° 2. Méritos aspectos a considerar, cajera/mesera.....	32
Tabla N° 3. Méritos aspectos a considerar, al ayudante de cocina	34
Tabla N° 4. Sexo	38
Tabla N° 5. Edad.....	39
Tabla N° 6. Pregunta 1	40
Tabla N° 7. Pregunta 2.....	41
Tabla N° 8. Pregunta 3.....	43
Tabla N° 9. Pregunta 4.....	44
Tabla N° 10. Pregunta 5.....	45
Tabla N° 11. Pregunta 6.....	47
Tabla N° 12. Pregunta 7.....	48
Tabla N° 13. Pregunta 8.....	49
Tabla N° 14. Pregunta 9.....	50
Tabla N° 15. Pregunta 10.....	51
Tabla N° 16. Proveedores.	56
Tabla N° 17. Dirección de redes sociales	75
Tabla N° 18. Financiamiento publicidad	76
Tabla N° 19. Empanada, receta estándar de costos.....	79
Tabla N° 20. Morocho	80
Tabla N° 21. Arriendo del local.	82
Tabla N° 22. Equipos industriales.....	82

Tabla N° 23. Equipos de computación.....	83
Tabla N° 24. Muebles y enseres.....	84
Tabla N° 25. Equipos industriales de seguridad	85
Tabla N° 26. Suministros de oficina	87
Tabla N° 27. Servicios básicos	88
Tabla N° 28. Materiales de limpieza.....	88
Tabla N° 29. Activos Fijos.....	100
Tabla N° 30. Activos diferidos	101
Tabla N° 31. Capital de trabajo.....	102
Tabla N° 32. Detalles de inversión	102
Tabla N° 33. Sueldos.	103
Tabla N° 34. Depreciación de activos fijos.....	104
Tabla N° 35. Porcentaje Amortización	105
Tabla N° 36. Estructura de capital	106
Tabla N° 37. Amortización	107
Tabla N° 38. Costos fijos	108
Tabla N° 39. Margen de contribución.....	108
Tabla N° 40. Punto de equilibrio	109
Tabla N° 41. Ventas /costos	110
Tabla N° 42. Costo de ventas.....	110
Tabla N° 43. Flujo de caja	111
Tabla N° 44. VAN/ TIR.....	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Piramide de Maslow	20
Gráfico N° 2. Ubicación.....	21
Gráfico N° 3. Organigrama empresarial	29
Gráfico N° 4. Pregunta general, gráfico circular	39
Gráfico N° 5. Pregunta 2.....	40
Gráfico N° 6. Pregunta 1	41
Gráfico N° 7. Pregunta 2.....	42
Gráfico N° 8. Pregunta 3.....	43
Gráfico N° 9. Pregunta 4.....	44
Gráfico N° 10. Pregunta 5.....	46
Gráfico N° 11. Pregunta 6.....	47
Gráfico N° 12. Pregunta 7.....	48
Gráfico N° 13. Pregunta 8.....	49
Gráfico N° 14. Pregunta 9.....	50
Gráfico N° 15. Pregunta 10.....	51
Gráfico N° 16. Esquema microentorno de la Cafetería “El Malecón”	54
Gráfico N° 17. Esquema macroentorno de “El Malecón”.	58
Gráfico N° 18. Diseño uniforme Administrador.....	66
Gráfico N° 19. Ayudante de cocina	67
Gráfico N° 20. Diseño uniforme personal del área de servicio.	68
Gráfico N° 21. Imagotipo.....	69
Gráfico N° 22. Anverso tarjeta de presentación	71
Gráfico N° 23. Reverso de la tarjeta de presentación	71

Gráfico N° 24. Hoja membretada	72
Gráfico N° 25. Página de Facebook.....	74
Gráfico N° 26. Página de Instagram	75
Gráfico N° 27. Estructura del establecimiento.....	90
Gráfico N° 28. Impacto ambiental	98

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería en el sector San
Cristóbal de la isla Galápagos”**

Jenny Fernanda Martínez Camacho

MSc. Eduardo Paredes

D.M. Quito, 5 de marzo del 2022

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación consiste en un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en el sector San Cristóbal de la isla Galápagos. El objetivo de la investigación es de estudiar la factibilidad del proyecto analizando, si fuera rentable o no su aplicación. Para ello se ha establecido siete capítulos que se detallan a continuación:

CAPÍTULO I, corresponde a los datos preliminares del estudio.

CAPÍTULO II, corresponde a la creación y descripción de la empresa, tamaño, necesidades a satisfacer, localización, filosofía empresarial y desarrollo organizacional.

CAPÍTULO III, corresponde a la formulación del objetivo de la mercadotécnica, investigación de mercado, plan de muestreo, análisis de la encuesta, entorno empresarial, producto y servicio, plan de introducción al mercado, canal de distribución y puntos de ventas, riesgo y oportunidades del negocio, fijación del precio, capacidad instalada y estudio arquitectónico.

CAPÍTULO IV, corresponde al proceso de desarrollo empresarial, donde se establecen los respectivos permisos como SRI, RUC, ARCSA, Patente Municipal, IEPI e IEISS.

CAPÍTULO V, corresponde al proceso de impacto ambiental y social, el cual abarca el objetivo de área e impactos.

CAPÍTULO VI, corresponde al proceso financiero, donde se contempla aquellos activos fijos, diferidos, capital de trabajo, sueldos, depreciación, amortización, estructura de capital, punto de equilibrio, costo de ventas, flujo de caja, cálculo del TIR y VAN.

CAPÍTULO VII, finalmente el estudio culmina con las respectivas conclusiones y recomendaciones, al igual que bibliografía y anexos.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Cafetería “El Malecón” dedicada a la producción de alimentos y bebidas nace con el motivo de servir a un nicho olvidado dentro de un segmento de mercado que consume alimentos a base de granos naturales y nutritivos que aporte a una dieta saludable, por lo que el negocio está ubicado en las islas Galápagos, donde se oferta y sirven café, bebidas y ciertos alimentos. Asimismo, el propósito es introducir al mercado una variedad de empanadas con productos nacionales, en un establecimiento agradable junto a las orillas del mar, acompañado de brisa y música con excelente servicio y una gama de alimentos de calidad.

2.2 Descripción de la empresa

2.1.1 Importancia

Disponer de una cafetería donde se oferte variedad de productos, entre ellos las empanadas a base de grano de morocho, mismo que promueve la diversificación de la oferta gastronómica en el sector de alimentos y bebidas.

2.1.2 Características

Responsabilidad social: la Cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, está enfocado en la responsabilidad social, ya que busca actuar de manera que beneficie a la sociedad por medio de la generación de empleo, apoyo a los pequeños emprendimientos locales, quienes son parte de la demanda, por lo que, se encuentra comprometida en trabajar con políticas de

bioseguridad, que promuevan el bienestar y cuidado en tiempo de pandemia de los consumidores.

Investigación e innovación: Cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas se diferencia de otros establecimientos de alimentos y bebidas en la localidad, por la oferta de sus productos con granos nacionales que son parte de la identidad nacional, producto nutritivo ~~para en~~ el mercado.

Responsabilidad ambiental: Cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, al estar ubicado en un entorno natural está enfocada en velar por el cuidado ambiental, al tiempo que disminuyen los impactos negativos sobre ellos, para ellos promueve el uso de empaques de papel y no de plástico, siendo un negocio amigable con el medio ambiente que promueve el reciclaje.

Profesionales apasionados con su trabajo: Cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas cuenta con un grupo humano que le va a brindar una excelente atención al cliente.

2.1.3 Actividad

Cafetería “El Malecón” es un negocio de servicio de cafetería de alimentos y bebidas que busca posicionarse en el mercado por medio de la oferta de productos, a fin de satisfacer las necesidades del cliente a través de excelentes servicios brindando calidad en producto y servicio. Además, se va a trabajar en empanadas

con morocho a base de granos naturales y nutritivos, preparados con todas las medidas de bioseguridad.

2.3 Tamaño de la empresa

La cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, es un negocio con 5 áreas, las cuales son:

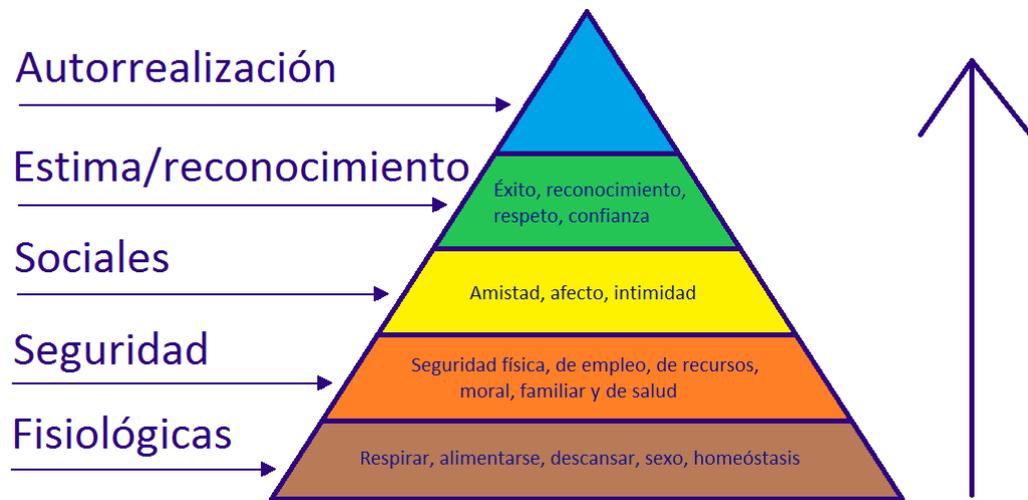
1. Área de producción
2. Área de mostrador
3. Área de recibidor
4. Área de bodega
5. Área de limpieza (baños)

La empresa contará con:

1. Administrador
2. Cajera/mesera
3. Ayudante de cocina

2.4 Necesidades a satisfacer

Gráfico N° 1. Piramide de Maslow



Nota. La figura representa la pirámide de Maslow. Tomado de García (2020).

2.2.1 Necesidad Fisiológica

La necesidad fisiológica está directamente vinculada con la cafetería “El Malecón”, negocio que cubre la necesidad de alimentación a través de sus productos.

2.2.2 Necesidad de Seguridad

La cafetería “El Malecón” referente a los clientes cubre la necesidad de seguridad debido a que el establecimiento cuenta con el personal idóneo la preparación de alimentos y además el ambiente es seguro, donde se cuida las pertenencias y vehículos de los clientes que se encuentran fuera del establecimiento.

2.2.3 Necesidad Social

La cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, está enfocado en llegar a cubrir la necesidad social ya que es un establecimiento alejado del ruido, lugar donde los clientes pueden relajarse, y así disfrutar un ambiente agradable junto a la orilla del mar, acompañada de música selecta y un excelente servicio en alimentos y bebidas.

2.2.4 Necesidad de Reconocimiento.

El presente negocio busca cumplir con la necesidad de reconocimiento, debido a que estará reconocido a nivel local y gana respecto, confianza por su calidad de empanadas y otros productos como bebidas, snacks, postres.

2.5 Localización de la empresa

Cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, estará ubicado en la Provincia de las Galápagos, en la isla “San Cristóbal”, Av. Teodoro Wolf, sector “El Malecón”

Gráfico N° 2. Ubicación



Nota. La figura representa la ubicación del negocio. Tomado de Google Maps, (2022)

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

Cafetería “El Malecón” será una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, con el mejor servicio, calidad en las empanadas, buscando la confiabilidad en nuestros productos, dedicados a compartir el toque tradicional en los momentos especiales de nuestros clientes.

2.6.2 Visión

Para el año 2025 será una cafetería reconocida por su sabor y atención, ambientación, convirtiéndose en la mejor opción de alimentos y bebidas en las islas Galápagos, trabajando en el servicio, calidad, creatividad y confiabilidad de los productos, aspirando a ser líderes reconocidos en la producción de empanadas.

Objetivos

1. Generar un préstamo con una entidad bancaria que ayude a la cafetería “El Malecón” liquides financiera para implementar el negocio.
2. Adquirir maquinaria de última tecnología para los procesos de elaboración, producción y presentación de los productos, que a su vez generen un apoyo al personal dentro de la cafetería.

2.6.3 Meta

Determinar la factibilidad de implementación de la cafetería El Malecón” dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas mediante un estudio de mercado y la aplicación de técnicas de investigación que proporcione información suficiente, para conocer el nivel de aceptación de la ciudadanía sobre esta nueva alternativa de negocio de alimentos y bebidas en las islas Galápagos.

2.6.4 Estrategias

- Financiar un préstamo a través de entidades bancarias para la implementación de la cafetería El Malecón”
- Cotizar por medio de proformas equipos técnicos de producción para la preparación de bebidas, alimentos procesados y snacks, para la cafetería.

2.6.5 Políticas

Los trabajadores

- Cumplir con los horarios establecidos en la empresa
- Cuidar el aspecto y aseo personal
- Trato cordial al cliente
- Usar uniforme de trabajo y mantenerlo limpio.
- Atender al cliente de forma profesional y amable.
- Velar por la salud y seguridad propia y la de los demás

- Cumplir con el horario de trabajo

La empresa

- La empresa debe ayudar a proteger el medio ambiente y ofrecer un buen lugar de trabajo.
- La empresa también participa en el bien común de la sociedad, que incluye la donación de bienes y servicios y el apoyo a los esfuerzos de voluntariado de los empleados.
- La empresa es responsable ante los proveedores.
- Responsable del bienestar de los empleados de la empresa
- Capacitar y orientar al personal
- Responsable de la seguridad de los empleados de la empresa
- Siempre debe dar fiel cumplimiento con las obligaciones: legales, sociales y económicas con los empleados, proveedores y el estado.

2.6.6 FODA

Un análisis FODA se basa en organiza sus principales puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades y amenazas en una lista organizada y suele presentarse en una sencilla cuadrícula de dos en dos. (Ponce, 2020)

Fortalezas

Los puntos fuertes describen en qué destaca una organización y qué la separa de la competencia: una marca fuerte, una base de clientes leales, un balance sólido, una tecnología única, etc.

Debilidades

Los puntos débiles impiden que una organización funcione a su nivel óptimo. Son áreas en las que la empresa debe mejorar para seguir siendo competitiva.

Oportunidades

Las oportunidades se refieren a factores externos favorables que podrían dar a una organización una ventaja competitiva.

Amenazas

Las amenazas se refieren a factores que tienen el potencial de perjudicar a una organización.

Fortalezas

- Ubicación geográfica estratégica debido a que el Malecón es un atractivo que visitan con frecuencia tanto los habitantes como los turistas.
- Desarrollo de nuevos productos a base del grano morocho.

- Productos innovadores por sus presentaciones que representa la forma de un sol

Oportunidades

- Fortalecimiento del sector de emprendimientos
- Diversificación de la oferta gastronómica que use el grano morocho.

Debilidades

- Negocio nuevo en el mercado
- Desconocimiento de las aplicaciones del morocho como grano.
- Insuficiente experiencia en marketing digital para estructurar estrategias.
- No posee un sistema electrónico de facturación y de pedidos

Amenazas

- Alto costo del morocho en grano en el mercado.
- Competencia alta en la zona del desarrollo del negocio.
- Descuentos frecuentes de la competencia de cafeterías.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura.

Diferenciación

El tipo de estructura de la Cafetería “El Malecón” se basa en el organigrama estructural vertical y a su vez funcional, donde se divide al personal en diferentes grupos según su experiencia y especialidad. Esta estructura conlleva una gran estandarización de los procesos dentro de la cafetería, y la autoridad real para la toma de decisiones se centra en la cúspide de la organización.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial.
- Nivel Operativo.

Nivel Gerencial

- Administrador.

Nivel Operativo

- Cajera/ mesera.
- Ayudante de cocina.

2.7.2 Formalización

La cafetería se administrará a través de manuales de proyectos, planes, programas, metas y estrategias que se basaran en la filosofía empresarial y en la búsqueda del cumplimiento de las responsabilidades sociales, ambientales y legales.

Respecto a la apertura del negocio será legítimamente constituida bajo los parámetros y reglamentos legislativo y tributario, teniendo el respectivo permiso de funcionamiento.

Para iniciar las actividades sea de producción y comercialización de las empanadas con morocho es necesario contar con el RUC, Registro Sanitario, permiso de uso de suelo, permiso de bomberos al igual que del medioambiente.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Cafetería “El Malecón” tratará de centrar sus diferentes actividades en área de producción y distribución, las cuales dependerán netamente de la aceptación de los clientes.

Respecto a la descentralización, la cafetería tiene una autoridad descentralizada por la toma de decisiones que emite el administrador, por lo que se trabaja por medio de la delegación de funciones a cada persona que forma parte del equipo laboral.

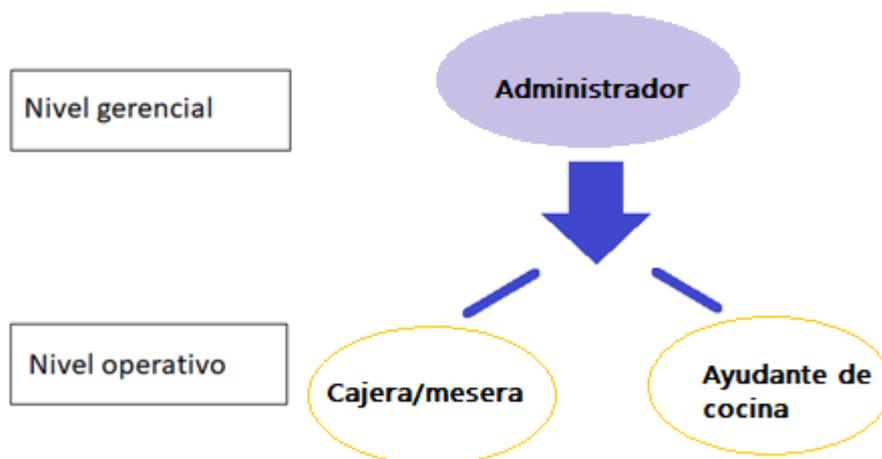
2.7.4 Integración

Ayuda a la cafetería a controlar mejor la información de ingresos y gastos de cada área y se resolverá en el sistema de gestión a través de:

- Proceso de compras.
- Entregas a domicilio.
- Producción.
- Distribución.

2.8 Organigrama empresarial

Gráfico N° 3. Organigrama empresarial



Nota. La figura representa el organigrama empresarial cafetería "El Malecón" Galápagos- San Cristóbal. Elaboración propia, 2022.

2.9 Funciones del Personal

PUESTO DEL ADMINISTRADOR

Detalles generales del puesto de Administrador

Empresa	Cafetería “El Malecón”
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Administrador gestiona la cafetería de la empresa en el sitio. Supervisa las operaciones, incluyendo los pedidos, el inventario, la planificación de las comidas, la preparación de los alimentos y el servicio. Al ser gerente de la cafetería, se asegura de que las operaciones cumplan con todas las normas de seguridad alimentaria y saneamiento.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Supervisa las operaciones, incluyendo los pedidos, el inventario, la planificación de las comidas, la preparación de los alimentos y el servicio
Remuneración	\$ 765
Méritos aspectos para considerar	

Tabla N° 1. Méritos aspectos a considerar, administrador.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Licenciado en administración de empresas.	Mínimo 2 años en el cargo de Gerente de establecimientos de alimentos y bebidas.	Administración de empresas. Dominio de cocina nacional y de comida rápida Protocolo de servicio culinarios. Dominio de contabilidad y presupuestos.	Liderazgo Empatía Responsabilidad Respeto Confianza

Méritos aspectos a considerar, gerente de alimentos y bebidas. Galápagos, San Cristóbal

PUESTO DE CAJERA/ MESERA

Detalles generales del puesto de cajera/mesera

Empresa

Cafetería “El Malecón”

Unidad administrativa

Área de operativa

Misión del puesto

Manejo de dinero, pedidos y atención al cliente.

Denominación del puesto

Cajera/mesera

Rol del puesto

Colaborar con el ayudante de cocina y contribuir en la limpieza del área.

Remuneración

\$ 765

Méritos aspectos para considerar

Tabla N° 2. Méritos aspectos a considerar, cajera/mesera

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en administración de empresas.	Mínimo 1 año de experiencia en empresas de alimentos y bebidas.	Conocimiento en la recepción y entregar de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor. Gestión de pago a proveedores.	Responsabilidad Honestidad Respeto Habilidades blandas Compromiso Ética Liderazgo Educación.

		<p>Análisis de la rentabilidad de la cafetería.</p> <p>Emisión de facturas.</p>	
--	--	---	--

Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista. Galápagos – San Cristobal.

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales del puesto de ayudante de cocina

Empresa	Cafetería “El Malecón”
Unidad administrativa	Área de operativa
Misión del puesto	Su función principal es ayudar al planificador de menú, y encargado de la atención al cliente (polifuncional).
Denominación del puesto	Ayudante de cocina
Rol del puesto	Atención al cliente, ayudante del planificador de menús en la preparación de alimentos y bebidas.
Remuneración	\$ 765

Méritos aspectos a considerar

Tabla N° 3. Méritos aspectos a considerar, al ayudante de cocina

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Cursando carrera a fines en turismo, hotelería, gastronomía, administración de empresas.	Al menos 1 mes de experiencia	Atención al cliente Saludar y servir a los clientes Proporcionar información detallada sobre los menús. Despacho de facturas Promueve el consumo de alimentos y bebidas educando a los clientes	Responsabilidad Honestidad Respeto Habilidades blandas Compromiso Ética Liderazgo Educación Amabilidad Empatía

		<p>Clasificar, almacenar y distribuir los ingredientes</p> <p>Limpiar el equipo de preparación de alimentos, los suelos y otros utensilios o zonas de la cocina.</p> <p>Lavar los utensilios y la vajilla y asegurarse de que se guardan adecuadamente.</p>	
--	--	---	--

Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina y/o bartender. Galápagos – San Cristobal.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Determinar la factibilidad para la implementación de la cafetería “El Malecón” dedicada a la oferta de alimentos y bebida, mediante un estudio de mercado y la aplicación de técnicas de investigación que proporcione información suficiente, para conocer el nivel de aceptación de la ciudadanía sobre esta nueva alternativa de negocio de alimentos y bebidas en las islas Galápagos.

3.2 Investigación de mercado

La cafetería “El Malecón” dedicada a la producción y venta de empanadas de morocho desarrolló una investigación documental, ya que el estudio se basa en fuentes de investigación tanto primarias como secundarias, lo que permitió describir el objeto de estudio, asimismo fue de campo debido a las salidas realizados para conocer la situación actual del sector de alimentos y bebidas al igual que aplicar las respectivas encuestas.

La primera investigación de tipo documental basada en las fuentes primarias y secundarias, ayudo a la recolección de información sobre estandarización de alimentos para unas cafeterías, elaboración de bebidas calientes y frías, al igual que el proceso de elaboración de empanadas a base de granos como el morocho.

Además, se trabajó con la investigación de campo para recolectar información del entorno en el cual se va a establecer la cafetería El Malecón, los

recorridos fueron in situ de forma que favoreció a la aplicación del instrumento de recolección que se denominada encuesta. Por último, se llevó a cabo una planificación de menú en donde se realizaron la estandarización de las empanadas de morocho, producto a base del grano de morocho que fue procesado por varios ensayos culinarios hasta alcanzar los más altos estándares de aceptación en cuanto al sabor, texturas, aroma, colores y presentación.

3.2.1 Modalidad

Para Grasso (2018) define: “La encuesta es un instrumento de investigación, que ayuda a la recolección de información a partir de una cifra de personas seleccionadas”.

Por tanto, la recolección de datos fue por medio del instrumento de las encuestas, cuestionario empleado in situ, respetando las medidas de bioseguridad ya que se realizó de manera virtual y presencial, en el lapso de tres días, donde se encuestó 100 habitantes, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

Dentro de la investigación de mercado la encuesta es una herramienta, para aplicarla se recurre a establecer la población y muestra, por lo que el estudio considera como población a 135 personas, que al establecer la fórmula de la muestra da como resultado 100 personas a encuestar. Para discriminar 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

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

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

$$n = 100 \text{ personas}$$

3.4 Análisis de las encuestas

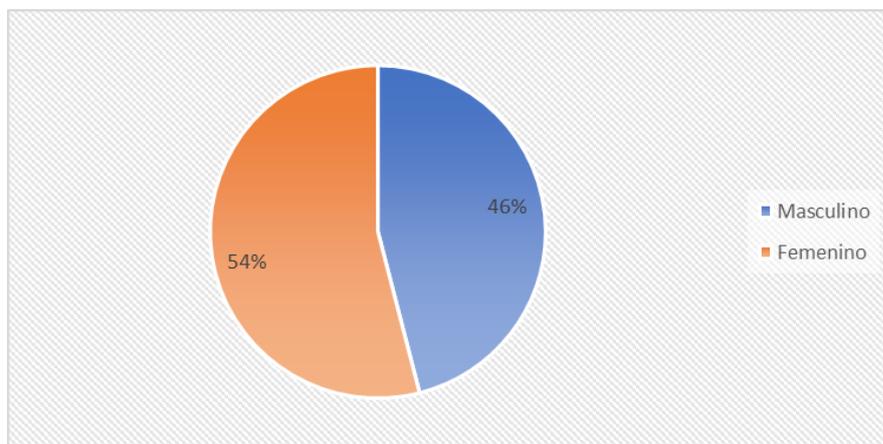
Género

Tabla N° 4. Género

Rango de Edad Clientes		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Masculino	46	46%
Femenino	54	54%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 4. Pregunta general, gráfico circular



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: De los 100 encuestados, el 54% son femeninos y el 46% masculino, hay una mínima diferencia, por lo tanto, se sabe que ambos sexos acuden a establecimientos de alimentos y bebidas.

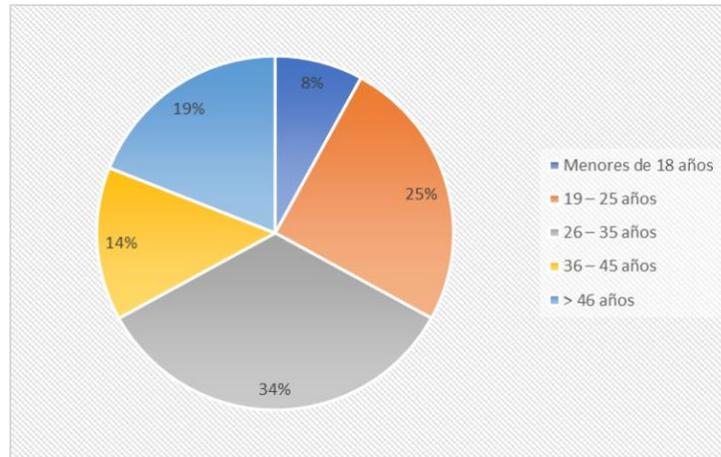
Edad

Tabla N° 5. Edad

Edad		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menores de 18 años	8	8%
19 – 25 años	25	25%
26 – 35 años	34	34%
36 – 45 años	14	14%
> 46 años	19	19%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 5. Pregunta 2



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: De los 100 encuestados, en cuanto a la edad en su mayoría con el 34% tienen entre 26 y 35 años, por tanto, se determina que el segmento de mercado en este caso corresponde a clientes adultos.

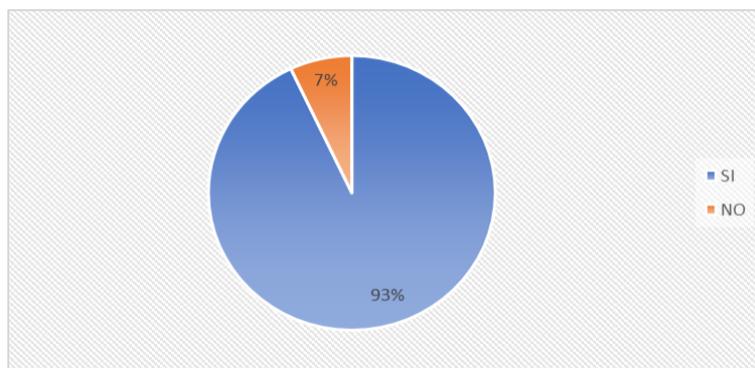
Pregunta 1

Tabla N° 6. Pregunta 1

1. ¿Alguna vez ha visitado alguna cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	93	93%
NO	7	7%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 6. Pregunta 1



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría han ido a una cafetería alguna vez. Con un total de un 93% de respuesta afirmativa y un 7% de manera negativa. Por lo que se puede considerar que hay un target que opta por visitar este tipo de establecimientos.

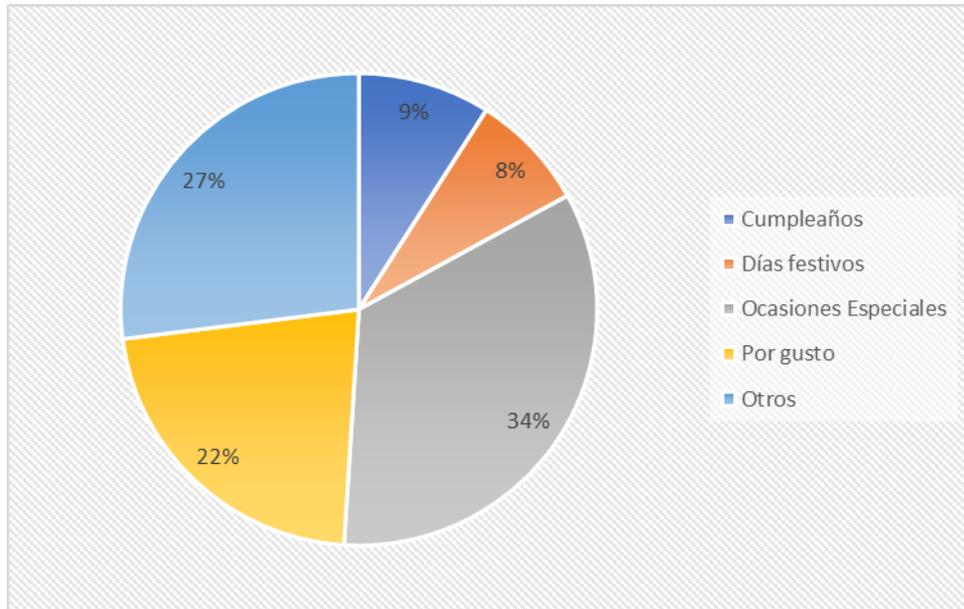
Pregunta 2.

Tabla N° 7. Pregunta 2

2. ¿En qué ocasiones usted acude a una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cumpleaños	9	9%
Días festivos	8	8%
Ocasiones Especiales	34	34%
Por gusto	22	22%
Otros	27	27%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 7. Pregunta 2



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría con un 34% han visitado una cafetería en ocasiones especiales, luego con un 27% en otras ocasiones, con un 22% han visitado por gusto, por cumpleaños existe un 9% y finalmente con un 8% en días festivos. Lo que significa que a las personas les gusta ir a este tipo de establecimientos cuando son fechas especiales para celebrar algún acontecimiento importante.

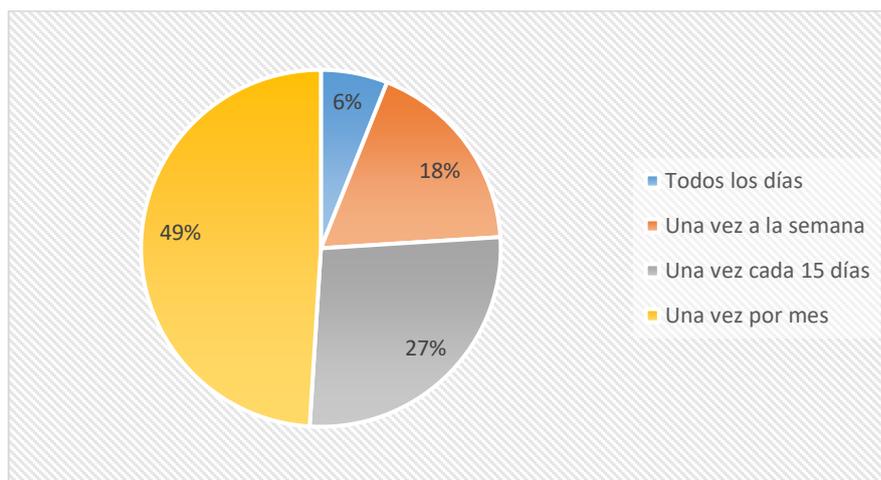
Pregunta 3

Tabla N° 8. Pregunta 3

3. ¿Con que frecuencia acude a una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Todos los días	6	6%
Una vez a la semana	18	18%
Una vez cada 15 días	27	27%
Una vez por mes	49	49%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 8. Pregunta 3



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: La mayoría de las personas asisten a una cafetería 1 vez por mes con un total del 49%, luego están con un 27% que asisten una vez cada 15 días, con un 18% de los encuestados manifestaron que asisten una vez por semana y finalmente con un 6% asisten todos los días a una cafetería. Una vez por mes,

generalmente se debe alguna fecha importante que amerita de una celebración, por lo que buscan lugares especiales para compartir.

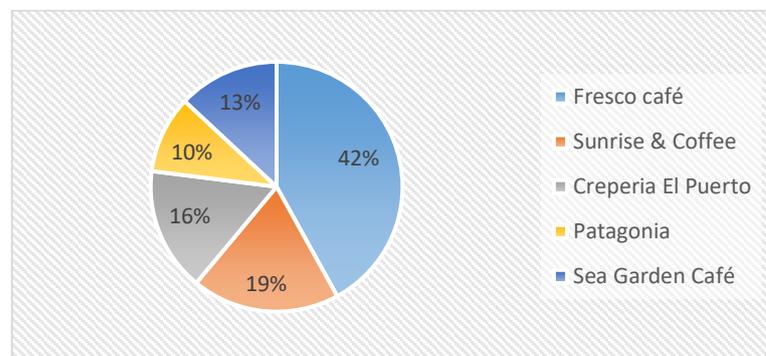
Pregunta 4.

Tabla N° 9. Pregunta 4

4. En el Malecón, ¿cuál es la cafetería de su preferencia?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Fresco café	42	42%
Sunrise & Coffee	19	19%
Creperia El Puerto	16	16%
Patagonia	10	10%
Sea Garden Café	13	13%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 9. Pregunta 4



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: Sobre los encuestados se tiene un 42% la mayoría de las personas prefieren Fresco café, luego con un 19% de los encuestados prefieren Sunrise & Coffee, se tiene con un 16% las personas prefieren Creperia El Puerto, también con un 13% de personas que prefieren Sea Garden Café y finalmente con un 10%

prefiere Patagonia. Por lo que se sabe que Fresco café es una cafetería que tiene un aspecto llamativo y temático, variedad de oferta y servicio, de forma que la cafetería debe considerar el ambiente temático que es de preferencia para el cliente.

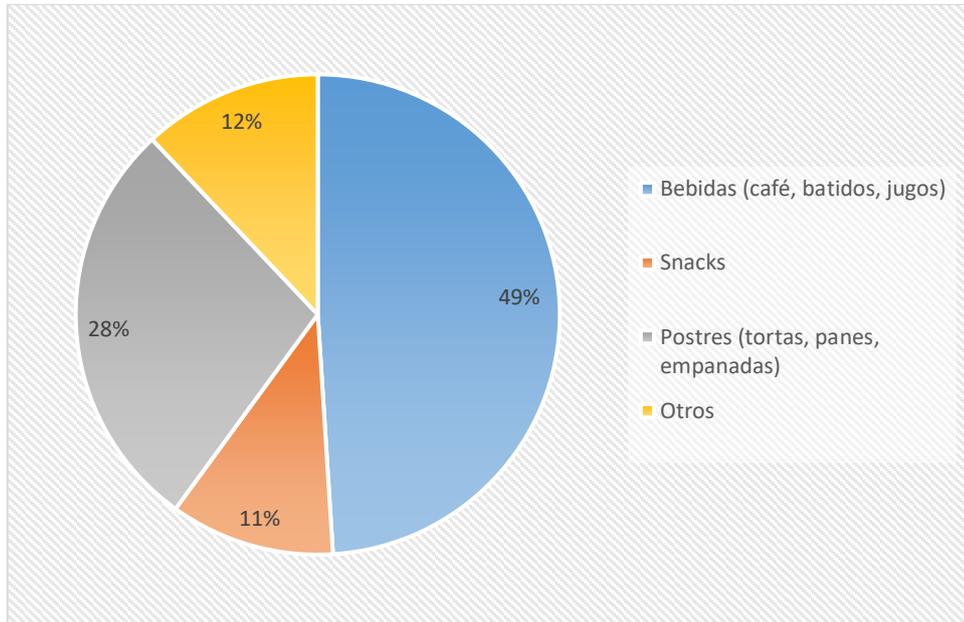
Pregunta 5

Tabla N° 10. Pregunta 5

5. ¿Qué tipo de productos consume frecuentemente en una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Bebidas (café, batidos, jugos)	49	49%
Snacks	11	11%
Postres (tortas, panes, empanadas)	28	28%
Otros	12	12%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 10. Pregunta 5



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: La mayoría de las personas prefieren consumir Bebidas con un 49%, también con un 28% prefieren postres en las cafeterías, luego con 12% prefieren otros alimentos y finalmente con un 11% prefieren los snacks en las cafeterías. Las cafeterías se caracterizan por el producto base que es el café, por lo cual se debe contar con un barista, para obtener las mejores ofertas en este producto.

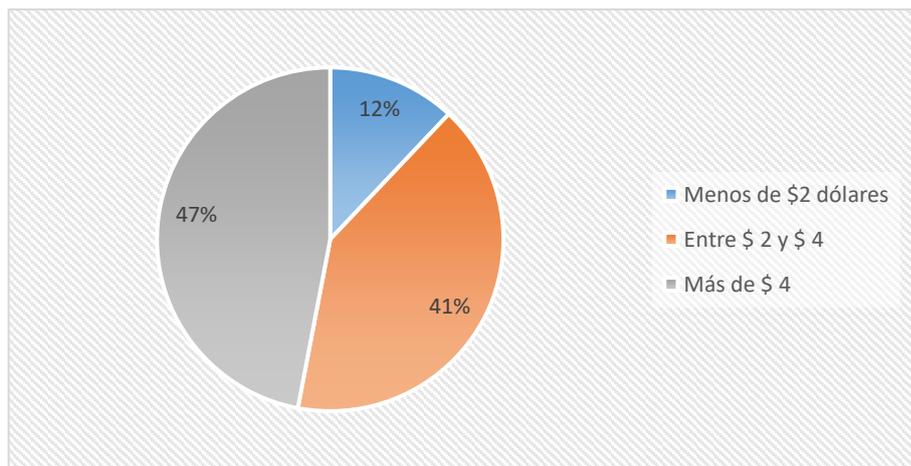
Pregunta 6

Tabla N° 11. Pregunta 6

6. Aproximadamente ¿Cuánto dinero invierte en el consumo productos de una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menos de \$2 dólares	12	12%
Entre \$ 2 y \$ 4	41	41%
Más de \$ 4	47	47%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 11. Pregunta 6



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: La mayoría de las personas gastan más de \$4 dólares en una cafetería, luego con un 41% gastan entre \$2 y 4\$ dólares en una cafetería y finalmente un 12% gastan menos de \$2 dólares. Lo que significa que los clientes están dispuestos a pagar un [recio alto a cambio de un buen producto.

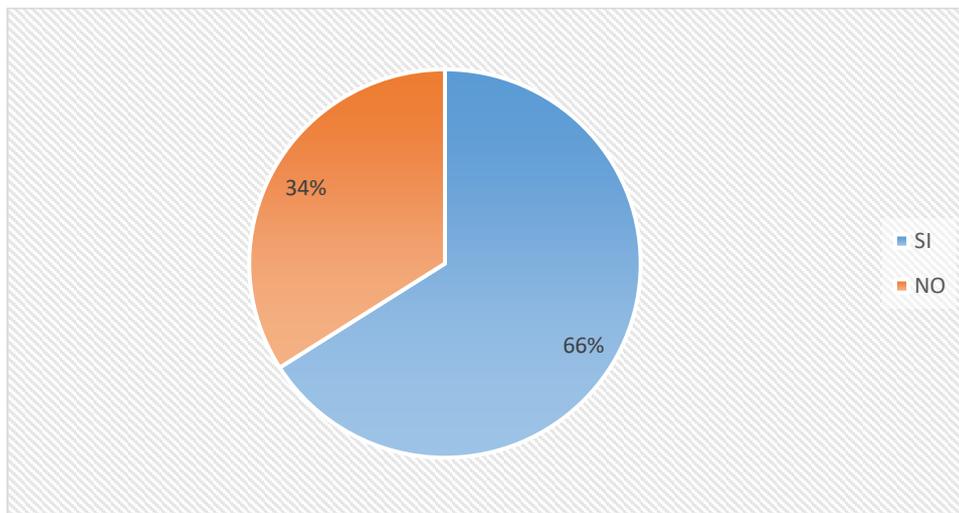
Pregunta 7

Tabla N° 12. Pregunta 7

7. ¿Alguna vez ha consumido en una cafetería empanada?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	66	66%
NO	34	34%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 12. Pregunta 7



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: Del total de encuestados se tiene que un 66% de las personas si han consumido una empanada y un 34% no la han consumido. La cafetería debe considerar ofertar las empanas, son productos que ya lo han consumido y, por ende, lo volverían a probar.

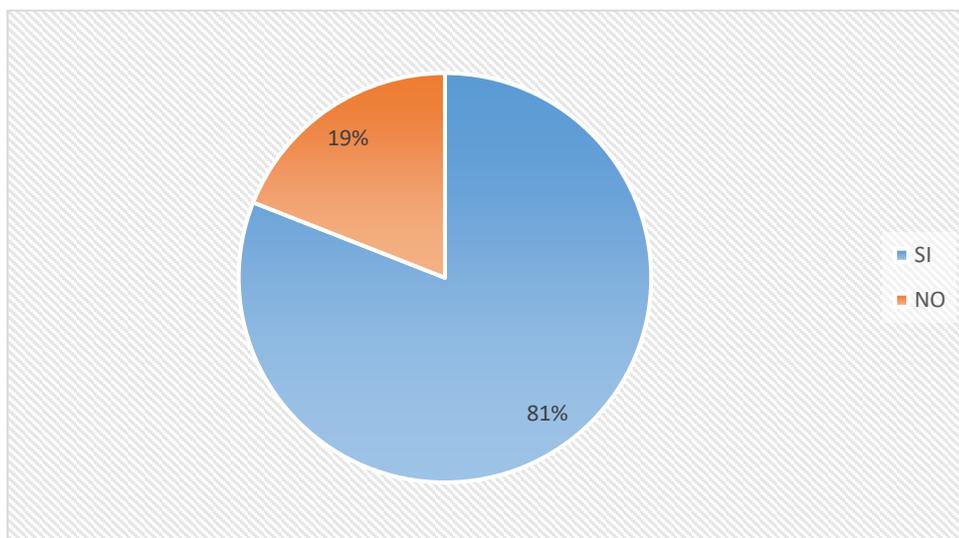
Pregunta 8

Tabla N° 13. Pregunta 8

8. ¿A usted le gustaría visitar una cafetería donde se expende además de café empanadas de morocho?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	81	81%
NO	19	19%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 13. Pregunta 8



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: La mayoría de las personas apoyan el incremento de las empanadas de morocho con un 81% y solamente un 19% no apoyan la adquisición de este producto. Por lo tanto, la cafetería debe buscar ofertar este producto en la oferta gastronómica.

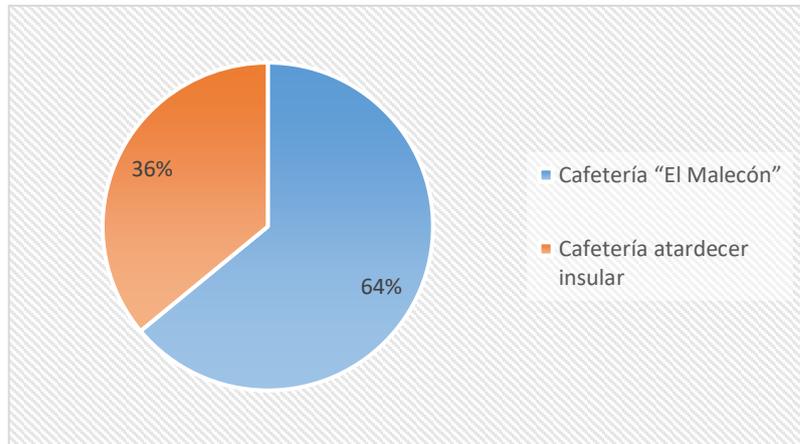
Pregunta 9

Tabla N° 14. Pregunta 9

9. De acuerdo al siguiente enunciado seleccione el nombre que más le agrade		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cafetería “El Malecón”	64	64%
Cafetería atardecer insular	36	36%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 14. Pregunta 9



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: La mayoría de las personas le agrada el nombre de cafetería ““El Malecón” con un 64%, finalmente con un 36% las personas prefieren el nombre de Cafetería atardecer insular. En este sentido, el negocio debe llevar el nombre que los clientes han optado.

Pregunta 10

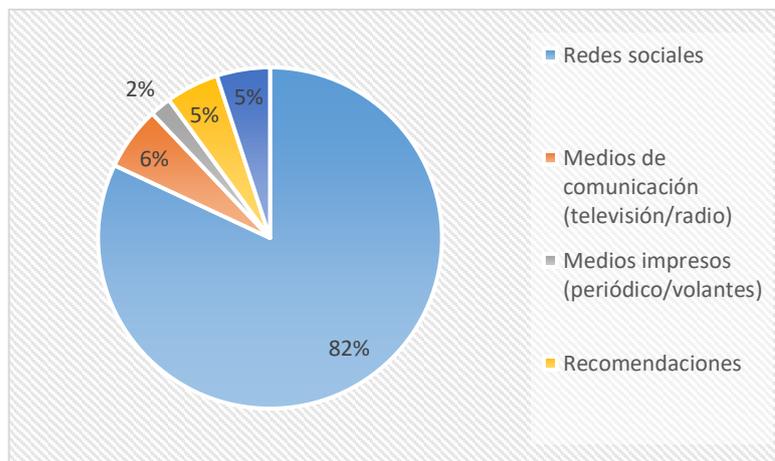
Tabla N° 15. Pregunta 10

10. ¿A través de que medio le gustaría dar que se dé a conocer la cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Redes sociales	82	82%
Medios de comunicación (televisión/radio)	6	6%
Medios impresos (periódico/volantes)	2	2%
Recomendaciones	5	5%
Otros	5	5%
TOTAL	100	100%

Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Ilustración 16

Gráfico N° 15. Pregunta 10



Nota. Los datos forman parte de los 100 encuestados en el estudio. Martínez, J. (2022)

Análisis: La mayoría de las personas prefieren por redes sociales con un 82%, luego con un 5% prefieren con recomendaciones y otros medios, con un 6% se tiene los medios de comunicación y finalmente con un 2% los medios impresos. La cafetería debe considerar crear redes sociales donde se interactúe con el cliente.

Análisis General.

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la cafetería “El Malecón” son ambos sexos, cuya edad oscila entre los 26 y 35 años, este segmento d mercado en su gran mayoría son personas adultas que en su tiempo libre acuden a establecimientos de alimentos y bebidas, para ser exactos la mayoría de los encuestados por lo menos una vez han visitado una cafetería, y no obstante, las personas encuestadas supieron manifestar que generalmente acuden a este tipo de lugar cuando son ocasiones especiales, esto es importante debido a que el lugar debe ser acogedor, considerando que la frecuencia con la que acuden es una vez por mes.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se identificó que, en el sector del Malecón, la cafetería que es de su preferencia es el Fresco café, ya que tiene una decoración temática, variedad de alimentos, bebidas, snacks, propias de una cafetería, aspectos que llaman la atención de las personas. Por eso es importante para la cafetería manejar aspectos diferenciadores de la competencia, y considerar aquellas preferencias en cuanto a la fachada.

Se puede observar que las personas encuestadas frecuentemente consumen dentro de una cafetería bebidas como café, batidos y jugos, es así como la cafetería

debe buscar profesionales baristas para extraer las mejores combinaciones posibles, ya se determinó que el cliente está dispuesto a invertir más de \$4 cuando acude al establecimiento. Por tanto, buscan un buen producto y deciden pagar sin preguntar por promociones, así como la cantidad de comida que lleve el plato son también puntos fundamentales para que el cliente se sienta satisfecho con la empresa y se vuelva fiel a la misma.

Asimismo, se pudo constatar que las personas han consumido empanadas en una cafetería, de forma que se debe considerar que en su mayoría afirma que le gustaría visitar una cafetería donde se expende además de café empanadas de morocho, este debe ser considerado en la oferta gastronómica, seguidamente se analizó la acogida que pueda tener el nombre del establecimiento propuesto, y hay gran aceptación por el nombre Cafetería 'El Malecón', con un alto porcentaje de aceptación del 64%, por otro lado, consideran que el medio por el cual se dé a conocer sean las redes sociales, por medio de contenido audiovisual innovador como promociones, características de los productos y servicios, comentarios de los clientes.

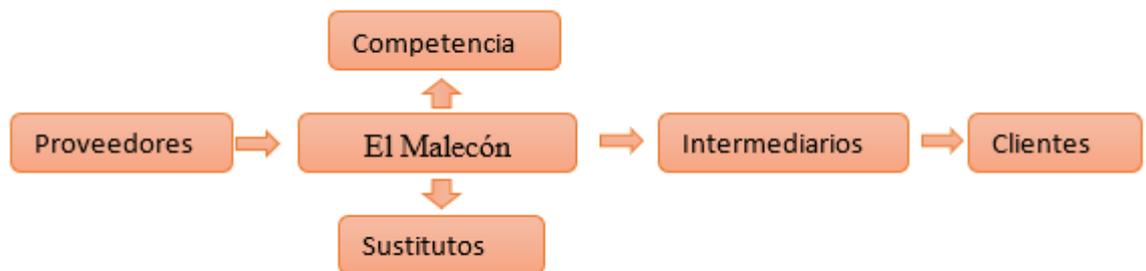
En conclusión, tras analizar los datos se determina que la cafetería 'El Malecón' es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado ya que el 93% ha visitado alguna vez, y lo volvería hacer.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Micro entorno

Cafetería “El Malecón” considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Gráfico N° 16. Esquema microentorno de la Cafetería “El Malecón”



Nota. La ilustración representa el esquema microentorno de la cafetería “El Malecón”. Martínez, J. (2022)

- **Competencia directa**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse la cafetería “El Malecón” se encontró el siguiente establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

En la Av. Teodoro Wolf, ubicado en el Malecón una cafetería llamada ‘Sunrise & Coffee’ en el cual se puede observar que ofertan únicamente bebidas y postres; cuyo horario de atención es por las tardes desde las 4pm a 9pm.

- **Competencia indirecta**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar la cafetería “El Malecón”.

En la Av. Charles Darwin, se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Creperia El Puerto, lugar donde ofertan únicamente el café tradicional de Galápagos.
- Sea Garden Café, es una cafetería que vende panes, postres, pero con un espacio limitado para cinco personas.

- **Sustitutos**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es la Patagonia. Este establecimiento oferta por las tardes café y empanadas, no se considera competencia ya que oferta más helados que alimentos de una cafetería.

- **Proveedores**

Teniendo presente que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja la cafetería “El Malecón”, el establecimiento trabaja con proveedores locales que son altamente reconocidos y de confianza.

Tabla N° 16. Proveedores.

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Proinsular Market	<ul style="list-style-type: none"> • Productos en buen estado • 5 años de experiencia en el mercado • Facilidades de pago (crédito) • Entrega al establecimiento. 	Snacks
Tienda Albatros	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Frutas tropicales • Entrega al establecimiento. 	Bebidas Frutas (jugos naturales, batidos)
Puerto Ayora	<ul style="list-style-type: none"> • Insumos desechables • Venta al por mayor y menor • Entrega al establecimiento. 	Insumos desechables (platos, servilletas, sorbetes)
Mini Tienda Paolita	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de productos. • Entrega al establecimiento. 	Materia prima para los panes, postres (harina, huevos,).

	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de pago. • Responsables 	
--	--	--

Nota. La tabla representa los proveedores. Martínez, J. (2022)

- **Intermediarios**

“El Malecón” comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

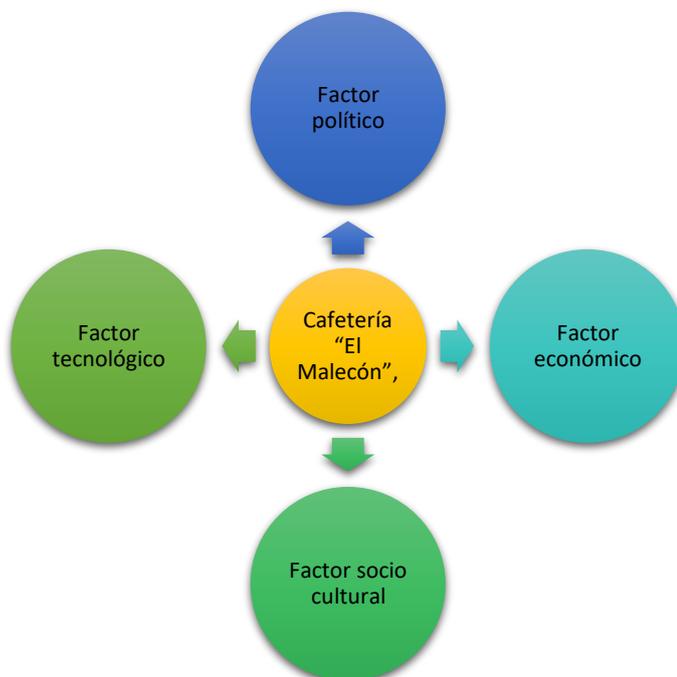
- **Clientes**

“El Malecón”, es una cafetería dirigida a personas que buscan un lugar para celebrar acontecimientos importantes, un tiempo de relajación durante su tiempo libre, donde se optan pasar la tarde con un café, postre, snack. Los principales clientes de la cafetería suelen ser personas adultas de ambos sexos, que acuden solas o acompañadas de sus familias o amigos buscando degustar de empanadas con morocho.

3.5.2 Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que la cafetería “El Malecón”, no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Gráfico N° 17. Esquema macroentorno de “El Malecón”.



Nota. La ilustración representa el esquema de macroentorno del “El Malecón”. Martínez, J. (2022)

- **Factor Político.**

En Ecuador el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, regulan aquellos establecimientos de alimentos y bebidas en función al tipo de actividad y la categoría del establecimiento, cabe señalar que las categorías para las cafeterías son por tazas 1,2 y 3.

Asimismo, debe obedecer los parámetros establecidos por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a los aspectos salubres para la manipulación de alimentos.

De igual manera, en tiempos de emergencia unitaria, el control está más estricto por parte del MINTUR, ARCSA y el MSP, quienes han emitido un manual

de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas a los establecimientos de alimentos y bebidas, segmento al cual pertenece la cafetería, hasta nuevo aviso.

Por ende, la cafetería “El Malecón” realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de cafetería. Para establecer el negocio hay que tener en cuenta ciertas normas o leyes que establece el gobierno ecuatoriano:

NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS PROCESADOS

TÍTULO I: De los alimentos procesados. CAPITULO I: De las generalidades.

Art. 5.- Tipos de alimentos. - Con fines de notificación, inscripción, vigilancia y control sanitario se establecen los siguientes tipos de alimentos procesados:

7. - Elaboración de cereales y derivados, productos de panadería y pastelería.

CAPÍTULO II: De la notificación sanitaria.

Art. 14. – Excepciones. – Se exceptúan del cumplimiento de la notificación sanitaria, pero están sujetos a la vigilancia y control sanitario por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA en coordinación con las entidades correspondientes, los siguientes productos:

i.- Productos de panadería y pastelería que por sus características de composición son de consumo diario o inmediato. (NORMATIVA TECNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS, 2016)

- **Factor Económico**

La economía ecuatoriana se basa en la producción de petróleo, la manufactura principalmente para el mercado interno, el comercio y la producción agrícola para el consumo interno y la exportación, es un país compuesto por pymes y emprendimientos en varios sectores de producción.

Debido a la emergencia sanitaria, el sistema económico ha decrecido aceleradamente, llevando al punto de cerra definitivamente ciertas empresas por las políticas de cuarentenas que se establecieron, los establecimientos de alimentos y bebidas tuvieron que cerrar definitivamente, lo que provoca un índice de desempleo preocupante.

Es por eso por lo que la cafetería “El Malecón” busca aportar al desarrollo económico que se rige en las consideraciones como es la fijación de precios considerando los indicadores macroscópicos como es la inflacionaria anual que, así como de la fluctuación de precios en la materia prima.

- **Factor Sociocultural.**

El factor social está relacionado a diferentes cambios como el racismo, delincuencia, corrupción que se da en el entorno, es así que el comportamiento de los consumidores influye directamente en cualquier actividad que realice una

empresa. En base al factor socio cultural, la cafetería “El Malecón” oferta los productos como bebidas, panes, postres, entre otros, con materia prima propia del lugar, donde se destaca el sabor insular.

- **Factor Tecnológico.**

El presente factor se basa en la evolución y avances de la tecnología, siendo estos un adelanto para desarrollar diferentes proyectos enfocados a distintas áreas de la cafetería ‘El Malecón’, la tecnología hoy en día es de mucha necesidad para garantizar y facilitar el estudio o investigaciones que se realicen para cualquier tipo de trabajo y puede ser utilizado por cualquier tipo de personas.

Por tanto, la tecnología ayuda a que la cafetería ‘El Malecón’ trabaje con aplicaciones tecnológicas que contribuyan a promoción de la oferta gastronómica y con esto brindar un servicio delivery, cabe mencionar que también se trabajará con maquinaria tecnológica avanzada para agilizar la producción de los productos de alimentos y bebidas, con el fin de llevar un proceso estandarizado.

3.6 Producto y servicio

Cafetería ‘El Malecón’ es un establecimiento dedicado a la oferta de alimentos bebidas y snacks, se enfoca fundamentalmente en la producción de cafés, batidos jugos, postres, panes, empanadas, aperitivos con sabores exquisitos bajo estandorio de calidad. Con respecto a sus servicios, el personal de la cafetería estará pendiente en brindar una atención personalizada, rápida, express en la mesa, asimismo se contará con wifi gratis y parqueadero.

3.6.1 Producto esencial

El producto es la parte tangible que se va a ofrecer en la cafetería a los futuros clientes quienes en ocasiones especiales buscan este tipo de establecimiento para compartir un momento ameno, tranquilo, donde se puede degustar de alimentos, bebidas, servicios de entretenimiento en un ambiente confortable, siendo un factor importante que marca la diferencia entre los demás locales de servicios similares. Por eso, la cafetería 'El Malecón' como producto esencial que se vende es son alimentos, como postres, y bebidas como el café, productos más demandados por los clientes a quienes se les da conocer a fin de llamar su atención con una carta que indica claramente el producto y el precio de cada producto, lo cual es sirve para convencer e influir en el gusto del consumidor para que realice su compra.

3.6.2 Producto real

La cafetería 'El Malecón' maneja una amplia gama de productos de alimentos, bebidas y snacks, alimentos elaborados y procesados como:

- Bebidas calientes: Entre ellas se destaca el café, chocolate y agua aromáticos.
- Entradas: Empanadas, bolones, tostadas, sándwich, hot-dog, hamburguesa.
- Postres: Flan, pasteles, torta de 3 leches, helados y gelatinas
- Bocaditos: De carne, mariscos y dulces
- Jugos: Batidos y jugos naturales de las frutas existentes en la isla.

- Snacks y gaseosas

Características

Para la elaboración de cada uno de los productos de la cafetería 'El Malecón' hay que regirse a recetas que ya están previamente estandarizadas, la cual amerita de un gran desempeño en el proceso de producción, emplatado y presentación de los alimentos y bebidas. Por ello, en el área de cocina, los alimentos se prepararán de acuerdo con lineamientos específicos del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura BPM, bioseguridad y seguridad para brindar a los clientes ~~en~~ un producto de salida en las mejores condiciones de salubridad posible, mientras que, en el área de servicio está pendiente de los requerimientos del cliente, es aquí donde se establece la relación empresa y comensal.

Calidad

Para la elaboración de los alimentos y bebidas se tiene en cuenta los manuales de BPM son las prácticas exigidas para ajustarse a las directrices recomendadas por los organismos que controlan la autorización y licencia de la fabricación y venta de alimentos y bebidas, cosméticos, productos farmacéuticos, suplementos dietéticos y productos sanitarios en la cafetería 'El Malecón', en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Especificaciones para ma manipulación de alimentos
- Cadena de frío de la materia prima
- Cocina caliente bajo las temperaturas de control
- Técnicas y tiempo de almacenamiento y cocción de los alimentos

- Estandares del sistema de almacenamiento (FIFO)
- Aseo personal de los empleados
- Limpieza y desinfección de las respectivas área de trabajo, utensillos y máquinas dentro de la cocina
- Mise en Place (MEP) organizar los ingredientes y utensilios
- Contaminación cruzada de alimentos

Estilo

La cafetería ‘El Malecón’ maneja un estilo temático, de diseño rústico natural, envejecido, ideal para zonas costeras, también usa colores ocres, contrario al diseño moderno o contemporáneo. La decoración rústica también se siente completamente sin pretensiones o recargada, aspecto lujoso y a la vez conservador, ideal para degustar de un café por la mañana o tarde, la presentación será con colores propios del lugar, el servicio es express, por lo tanto, se el mesero es aquel que está pendiente de los pedidos

Marca

La cafetería ‘El Malecón’ es con base al nombre con mayor acogida de la investigación de campo, la cual está diseñado con una estructuración semi redonda que representa a un sol en atardecer, acompañado del símbolo de la tasa de café sobre junto al sol, acompañado con sus respectivas letras, que representa al establecimiento, es así que se transmite un lugar para disfrutar las tardes junto al ocaso, en armonio con una tasa de café.

3.6.3 Producto aumentado

Lo que diferencia a la cafetería 'El Malecón' de su competencia su estilo temático rústico, en donde los clientes pueden acudir para relajarse mientras degustan de aperitivos, además de tener la oportunidad de disfrutar el atardecer, en un ambiente con wifi, música y atención personalizada. La cafetería también brinda precios estándares accesibles, entre los productos que ayudan a diversificar la oferta gastronómica son las empanadas de morocho.

3.7 Plan de introducción al mercado

Área de Cocina

El Administrador en la gestión gastronómica y el ayudante de cocina y/o barista, tendrán un uniforme proporcionado por la cafetería 'El Malecón', de forma que se pueda proyectar la imagen corporativa, a continuación, se presentan.

- * Gorro blanco
- * Malla de cabello
- * Chaqueta blanca con doble fila de botones
- * Faldón blanco llano
- * Mandil a la cintura
- * Pantalón de tela
- * Pantalón negro
- * Medias negras largas
- * Limpiones

Gráfico N° 18. Diseño uniforme Administrador



Ayudante de cocina y/o barista.

- * Camisa o camiseta negra
- * Pantalón negro de cocina.
- * Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- * Medias negras largas
- * Malla de cabello
- * Mandil negro

Gráfico N° 19. Ayudante de cocina



Personal del área de servicio

Es menester que la cajera/mesera es polivalente y cumple los roles de mesero al igual que el ayudante del planificador de menús y/o barista:

- **Mesero y vendedora – cajera**

- * Camisa o camiseta negra
- * Delantal de servicio color blanco
- * Pantalón negro de cocina.
- * Zapatos negros limpios
- * Medias negras largas
- * Malla de cabello

Gráfico N° 20. Diseño uniforme personal del área de servicio.



Materiales de identificación

Gráfico N° 21. Imagotipo



Nota. La ilustración representa el imagotipo 'El Malecón.. Martínez, J. (2022)

Elementos para destacar:

- La café representa el producto por el cuál se caracteriza la cafetería
- El sol de color naranja con destellos negros representa el atardecer.
- El logotipo del establecimiento “El Malecón”
- El eslogan del restaurante “Tu destino preferido”
- Los colores usados:
 - * Color naranja de fondo representa el sol en el atardecer
 - * Color marrón, este color está ligado al café
 - * Negro, para resaltar las letras.
- El Isotipo es oscuro que representa el nombre de la cafetería, donde destaca se destaca la taza de café y el atardecer.

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el logotipo e isotipo de la cafetería.

Gráfico N° 22. Anverso tarjeta de presentación



Nota. La ilustración representa el anverso tarjeta de presentación.. Martínez, J. (2022)

En el reverso hay datos de contacto, como celular, dirección, email, sitio web.

Gráfico N° 23. Reverso de la tarjeta de presentación

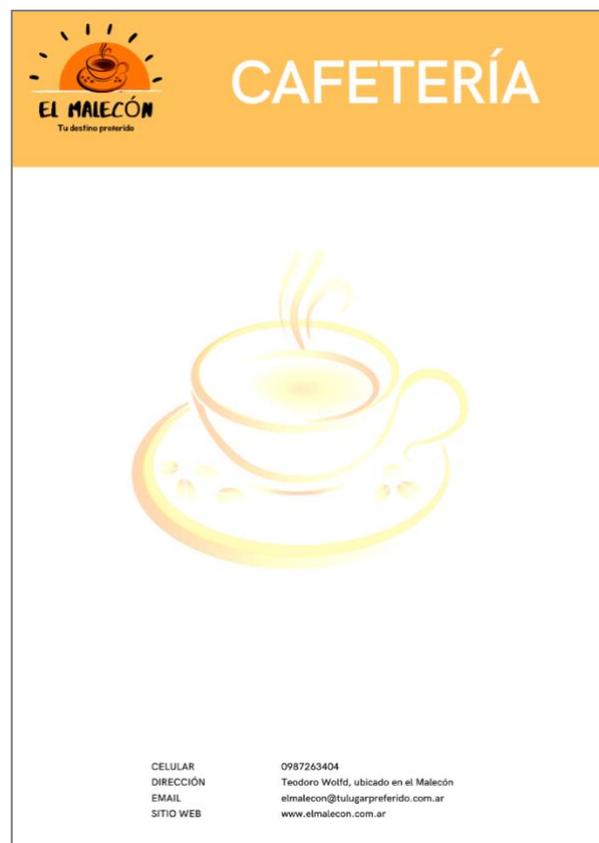


Nota. La ilustración representa el reverso tarjeta de presentación.. Martínez, J. (2022)

Hoja membretada

La hoja membretada se utiliza para reforzar la imagen de la cafetería mediante una comunicación eficaz, ya que el propósito del documento es comunicar los productos y servicio, asimismo ayuda a la formalidad cuando se trata de asunto de negociación con otras empresas o socios, por lo tanto, este membrete de calidad mejora la imagen de la cafetería “El Malecón”.

Gráfico N° 24. Hoja membretada



Nota. La ilustración representa la hoja membretada.. Martínez, J. (2022)

3.8 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de la cafetería es su establecimiento de alimentos y bebidas ubicado en Av. Teodoro Wolf, frente al Malecón.

La promoción del producto consiste en difundir la información sobre la línea de productos de la cafetería, la marca y la empresa a los posibles compradores con la intención de generar ventas y desarrollar la fidelidad a la marca.

Por lo que, la manera de entrar en los medios digitales tiene el fin de acaparar segmentos de mercado a través de la apertura de redes sociales como página de Facebook, Instagram, interfaz donde se pueden realizar la publicidad pagada para llegar al cliente potencial, de forma que es necesario generar la respectiva página.

Promoción

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook e Instagram.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micromercado, entre otros.
- * Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por el desarrollo de la página web.

Contacto

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.

Gráfico N° 25. Página de Facebook



Nota. La ilustración representa la página de facebook. Martínez, J. (2022)

Gráfico N° 26. Página de Instagram



Nota. La ilustración representa la página de instagram. Martínez, J. (2022)

Tabla N° 17. Dirección de redes sociales

Página web	Facebook	WhatsApp
 https://www.Instagram.com/cafeteria_malecón/	 https://www.facebook.com/cafeteria_malecón/	 0987263404

Nota. La tabla representa la dirección de redes sociales.. Martínez, J. (2022)

A través de mail corporativo. www.elmalecon.com

Negociación

- * Directa en el establecimiento con cita previa.
- * A través de videoconferencia. (Zoom).
- * Vía telefónica.
- * Reserva por WhatsApp

Financiamiento

Tabla N° 18. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$25,00
Publicidad Facebook/Instagram	4 veces por mes	\$13.00
TOTAL		\$38.00
TOTAL ANUAL		\$456.00

Nota. La tabla representa el financiamiento por publicidad.. Martínez, J. (2022)

3.9 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, en su mayoría los establecimientos afines al sector de alimentos y bebidas como cafetería “El Malecón”, es la reactivación de los negocios debido a la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19.

En todo proyecto de factibilidad hay que tener presente los riesgos y oportunidades para afrontarlos, por tanto, se ha planteado tres potenciales riesgos que pueden perjudicar a la cafetería dedicada a la oferta de empanadas de morocho.

El primer riesgo es la baja asistencia de la demanda, que puede deberse a la falta de conocimiento de la nueva cafetería. La disminución de la demanda puede afectar significativamente los ingresos proyectados, lo que dificulta cubrir los costos iniciales.

Seguido del segundo riesgo, que es la ausencia de la certificación de alimentos de buena calidad, debido a que los clientes buscan un proceso de higiene en los alimentos, por lo que se debe prestar atención constante a la calidad de en la elaboración de las empanadas, para dar fiel cumplimiento a las normas y certificados pertinentes.

Asimismo, el tercer riesgo es un aumento en la renta mensual del propietario del local comercial, ya que esto puede afectar el crecimiento del negocio, por lo que es importante tener un contrato bajo los términos y condiciones.

Por otro lado, las oportunidades son aquella oportunidad visible es la diversificación de oferta gastronómica, con la presencia de un nuevo producto que es parte de la representatividad de la cafetería “El Malecón”.

Otras de las oportunidades, es fortalecer el sector de emprendimientos con un negocio que es parte de las pymes, aquellas pequeñas y medianas empresas que generan empleo y en efecto ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Finalmente, al ser un nuevo giro de negocio trabaja en cualidades de liderazgo que le lleva a un posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor, esto provocará que los clientes vean la marca de la cafetería “El Malecón” de una manera única y empiecen a asociar emociones, rasgos, sentimientos y sensaciones con ella; estas asociaciones hacen que se distinga de la competencia.

3.10 Fijación de precios

El precio de la receta que se indica a continuación es para 10 pax (comensal). El valor de referencia es el precio por kilogramos, mililitros de los insumos, teniendo en cuenta el coste real en el mercado utilizado para la elaboración de las empanadas con morocho. A este valor se le sumará el porcentaje de aquellos costos indirectos presentes en el momento de la producción, como son:

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

En la receta estandarizada se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final tanto para la

empanada como del morocho. A continuación, se presentan los costos de 2 recetas, empanadas y morocho para 10 porciones.

Empanada

Tabla N° 19. Empanada, receta estándar de costos

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Empanada		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	07/febrero/2022		Chef: Jenny Martínez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Harina	g	\$ 0,600	38	\$0,05
Mantequilla son sal	g	\$ 0,500	4	\$0,04
Sal	g	\$ 0,300	1	\$0,01
Huevo	unidad	\$ 0,200	0,08	\$0,02
Agua	ml	\$ 2,500	42	\$0,11
Polvo de hornear	ml	\$ 0,500	41	\$0,04
Queso	g	\$ 1,600	2	\$0,03
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0,47
			Imprevisto 10%	\$0,05
			Total neto	\$0,52

	Costo de fábrica	\$0,06
	12%	
	Factor de costo 20%	\$0,10
	M.O 35%	\$0,18
	G. Admin 12%	\$0,06
	40% Utilidades	\$0,20
	Subtotal	\$1,64
	12% IVA	\$0,19
Total	\$1,83	

Nota. La tabla representa empanada, receta estandar de de costos. Martínez, J. (2022)

Morocho

Tabla N° 20. Morocho

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Morocho	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	17/12/2020	Chef: Jenny Martínez		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Maíz morocho partido	g	\$ 1,250	28	\$0,08
Agua	ml	\$ 0,130	125	\$0,02
Leche	ml	\$ 1,500	125	\$0,19
Azúcar	g	\$ 1,250	31	\$0,04
Pasas	g	\$ 1,000	3	\$0,08

Canela	g	\$ 1,000	3	\$0,03
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0,44
			10% imprevistos	\$0,04
			Total neto	\$0,48
			Gasto de fabrica 12%	\$0,05
			Factor costo 20%	\$0,09
			M.O 35%	\$0,16
			G. Admin 12%	\$0,57
			40% Utilidades	\$0,19
			Subtotal	\$1,54
			12% IVA	\$0,18
			Total	\$1,72

Nota. La tabla representa morocho, receta estandar de de costos. Martínez, J. (2022)

El precio del combo es de \$3,55, por tanto se toma como base la venta de diez combos diarios por los treinta días del mes, para lo cual se necesitará de un total de materia prima mensual valorada en \$273,00.

3.11 Capacidad instalada

Capacidad instalada significa la suma total de la capacidad nominal de todas las Unidades del Proyecto. De forma que, para la cafetería “El Malecón” la capacidad instalada que generalmente se enuncia en unidades de producción por año, para lo cual se cuenta con cuatro mesas con cuatro sillas cada uno, lo que

representa un total de 16 clientes potenciales, en un tiempo estimado de cada dos horas, considerando que el horario de atención es de 9 am a 8pm.

3.11.1 Implementación del negocio

Implementación del negocio

Arriendo del local

Tabla N° 21. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$ 300,00	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00

Nota. La tabla representa arriendo del local. Martínez, J. (2022)

Equipos industriales

Tabla N° 22. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Barra mostror de vidrio Rca Inverter Side By Side 559 Ltrs Inc	1	\$6.000	\$6.000
Batidoras Industriales Planetarias 30l B30	1	\$1.058	\$1.058

Freidoras Eléctricas Y Gas Industriales 1 Y 2 Canastas	1	\$719,71	\$720
Balanza Digital Electronica De 200g A 40kls Nuevas De Oferta	1	\$35	\$35
Combo Táctil Sistema Facturación Comercios Caja Registradora	1	\$1504	\$1504
TOTAL			\$9317

Nota. La tabla representa equipos industriales. Martínez, J. (2022)

Equipos de computación.

Tabla N° 23. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Dell Lenovo Hp Intel I3 11va G. 4gb/8gb 128/256 Ssd Nueva I5	1	\$519	\$519
Hp Epson Impresora Multifunc Tinta Continuo 315 415 515 L3110	1	\$200	\$200
TOTAL			\$719.00

Nota. La tabla representa equipo de computo. Martínez, J. (2022)

Muebles y enseres

Tabla N° 24. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesa de aluminio, base de aluminio fundido pulido sin anodizar con sistema abatible y tubo en aluminio anodizado. - Tablero: SM Solo, Acero Inox y Compact, (precio de 60x60, incluye cuatro sillas x mesa)	4	\$300	\$1.200
Mesa Fría Dimensiones: 131 x 80 x 85 cm Exterior en acero inox.	3	\$200	\$600
Set de implementos de cocian (cucharones, espátulas de temperatura)	1	\$180	\$180
Set de 3 bandejas de aluminio Inox	1	\$20	\$20
Jarra Medidora Marinex De Vidrio 1 Taza 1/4 Lt. Refractaria	3	\$8	\$24
Set De Recipientes Ello Duraglass De Plástico/vidrio	1	\$35	\$35

Set De Ollas Acero Quirúrgico Queen Royal 27 Pcs	1	\$460	\$460
Juego de vajilla Corona para entradas 36 Piezas Mediterránea	1	\$220	\$220
Juego 36 Vasos Vidrio Diseño Exclusivo tipo copa	1	\$75	\$75
Juego de Cubiertos Tramontina 36 Piezas Buzios Acero In Pzas	1	\$15	\$15
Bowl/cuenco	1	\$30	\$30
TOTAL			\$1059

Nota. La tabla representa muebles y enseres. Martínez, J. (2022)

Equipos industriales de seguridad

Tabla N° 25. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor De 10 Libras Polvo Químico Seco. Americano Ansul.	1	\$90	\$90
kid de bioseguridad (Bomba de mano desinfectante, Termometro Digital Medidor Temperatura Inflarojo Digital)	1	\$40	\$40

Detector De Gas Glp Propano Alarma Fugas 110v	1	\$20	\$20
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	7	\$2	\$14
TOTAL			\$164

Nota. La tabla representa equipos industriales de seguridad. Martínez, J. (2022)

Suministros de oficina

Tabla N° 26. Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Carpetas manilas	50	\$0,10	\$ 5,00
Resmas de hojas (caja 10 unidades)	4	\$30,00	\$ 120,00
Caja de clips (50 unidades)	4	\$1,00	\$ 4,00
Caja de grapas (50 unidades)	4	\$0,50	\$ 2,00
Saca grapas	4	\$0,75	\$ 3,00
Grapadora	4	\$3,00	\$ 12,00
Perforadora	4	\$1,50	\$ 6,00
Archivador (carpetas colgantes divisoras)	5	\$2,00	\$ 10,00
Caja de plumas (35 unidades)	1	\$7,00	\$ 7,00
Block de facturas	1	\$20,00	\$ 20,00
TOTAL			\$189.00

Nota. La tabla representa suministro de oficina. Martínez, J. (2022)

Servicios básicos

Tabla N° 27. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$25,00
Luz	\$35,00
Teléfono	\$20,00
Internet	\$25,00
TOTAL	\$ 105,00
TOTAL ANUAL	\$ 1.260,00

Nota. La tabla representa servicios básicos. Martínez, J. (2022)

Materiales de limpieza

Tabla N° 28. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Limpiado Eléctrico Para Paredes Cabecillas Intercambiables	1	\$3,50	\$3,50
Trapeador	2	\$7,00	\$14,00
Escobas de fibra fina	3	\$4,95	\$14,85
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12,00	\$12,00

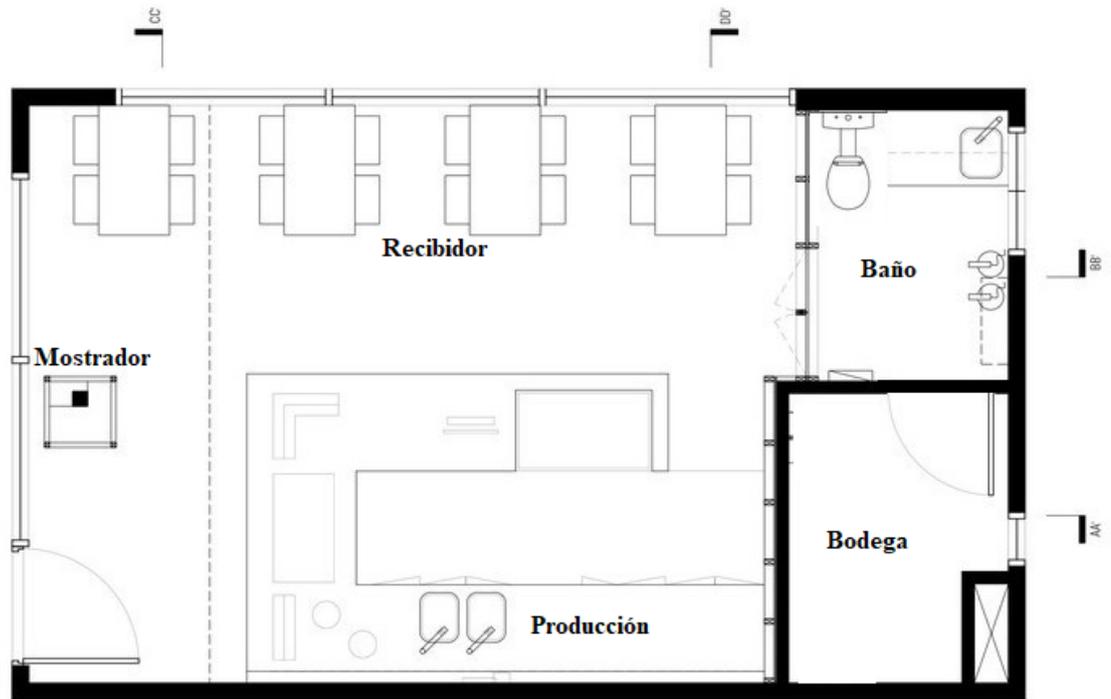
Fibra/lustre (docena)	1	\$2,25	\$2,25
Esponja lavaplatos (docena)	1	\$2,40	\$2,40
Fundas basura industriales (docena)	1	\$1,75	\$1,75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1,40	\$2,80
Pala	1	\$3	\$3,00
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$6	\$6,00
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1,00	\$4,00
Toallas para secar manos Jumbo Blanco Unilimpio	4	\$2,50	\$10,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9,50	\$9,50
TOTAL			\$86.05

Nota. La tabla representa materiales de limpieza. Martínez, J. (2022)

3.12 Estudio arquitectónico

En este apartado se muestra la infraestructura de la cafetería “El Malecón”. tanto de sus áreas como espacio utilizado en el local comercial. El negocio tendrá solo una planta, la misma que consta de 5 áreas que son: producción, mostrador, recibidor, bodega y baño.

Gráfico N° 27. Estructura del establecimiento



Nota. La tabla representa la estructura del establecimiento. Martínez, J. (2022)

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI

En esta entidad se solicita el RUC Registro Único del Contribuyente según el SRI (2020) para obtener el RUC se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

4.2. RUC (Registro Único de Contribuyente)

Con el propósito de aportar a la formalidad del establecimiento de alimentos y bebidas, se implementan los trámites y permisos correspondientes. La empresa se constituye bajo el nombre “El Malecón”, con el slogan “Tu destino preferido”, cuya razón social está bajo el nombre de producción y comercialización de empanadas con morocho. Además, cuenta con el Registro Único de Contribuyente, RUC, que facilita el SRI para la emisión de facturas.

Con respecto a la constitución del giro del negocio, según la Superintendencia de Compañías (2021), se debe realizar los trámites pertinentes, para ello se requiere ingresar al siguiente enlace <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/> siguiendo los siguientes pasos:

- Ingrese al portal web
- Llenar usuario y contraseña,

- Llenar el formulario de solicitud
- Emitir el pago
- Notarizar y validar la documentación
- Validar de la información
- Inscripción de la escritura
- Verificar digito de expediente
- Enviara la información al servicio de rentas internas
- Emisión del RUC de la compañía

4.3. Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

Según el ARCSA (2020) para para poder obtener el permiso que emite de la entidad se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son:

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

4.4. Patente municipal

De acuerdo con el Portal de servicio municipales (2020) la patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio.

Los requisitos que se solicitan son:

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.

4.5. IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. La protección de la marca tiene una duración de 10 años y puede ser renovada indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2021) el procedimiento que se debe realizar es el siguiente:

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione programa/servicios
- Ingrese opción casillero virtual
- Llenar los datos que le solicitan en el casillero virtual

- Verificar en el correo el usuario y contraseña; así como un enlace de mi casillero para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a solicitudes en línea.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción pagos
- Opción tramites no en línea
- Opción generar comprobante
- Ingresar el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago
- Ingresar los datos y botón generar comprobante
- Imprimir el comprobante (\$16,00)
- Escanee los comprobantes de pago
- Enviar vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el nombre exacto de la marca “El Malecón”, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda del correo.

4.6 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS

Según el IESS (2021) el Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en la institución y no tiene ningún costo.

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

La cafetería “El Malecón” es un sector que tiene un impacto con el medio ambiente, ya que, se trabaja con productos procesados donde se puede causar algún tipo desperdicio. Según Veolia (2019) no sólo se trata de una enorme cantidad de residuos, sino que una gran parte de ellos son alimentos que se han desechado incluso antes de llegar al cliente.

El desperdicio de alimentos supone un coste para la cafetería y, si no se elimina correctamente, puede tener un gran impacto medioambiental. Los alimentos depositados en los vertederos empiezan a crear metano, que es un compuesto más potente que el dióxido de carbono como gas de efecto invernadero. Además, los residuos de alimentos representan litros de agua desperdiciada.

Al momento de elaborar tanto las empanadas como el morocho se utilizará la materia prima necesaria, no se utilizará ningún tipo de químico para evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.

Por otro lado, el impacto social puede visualizarse en la comunidad o sector donde está ubicado la cafetería “El Malecón”, por lo cual se identificarán aspectos positivos y negativos cuando el establecimiento este brindando su servicio.

5.2 Impacto ambiental

A pesar del elevado volumen de residuos en el sector, hay una serie de formas en las que los establecimientos de alimentos y bebidas incluido la cafetería

“El Malecón” pueden reducir el impacto medioambiental, por lo que es recomendable:

- Evitar el exceso de comida: Ajustar el tamaño de las porciones y los niveles de existencias para garantizar que los alimentos no sean abandonados por los clientes ni se dejen caducar en la cafetería.
- Reducir los envases: Comprar envases de plástico para reducir la basura, por lo que es aconsejable usar vajilla reutilizable y envases biodegradables.
- Separar correctamente los residuos: Asegurar que la cafetería este equipada con contenedores comerciales de reciclaje y compostaje, y que todo el personal esté capacitado en la separación correcta de los residuos. Evitar los vertederos siempre que sea posible.
- Redirigir la recuperación: Guardar los alimentos antes de que se caduquen, asimismo antes de que desperdicie es recomendable donar los insumos a una organización benéfica que los necesite.

Estas acciones reducirán el impacto de sus residuos alimentarios y creará una imagen de conciencia social para la marca de la cafetería.

Gráfico N° 28. Impacto ambiental

Magnitud: 10 Grande: 5 Mediano: 1 Pequeña	Actividades Impacto		OBTENCIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA			APLICACIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA			RECICLAJE			TOTAL	SUMATORIA NEGATIVOS	SUMATORIA POSITIVOS	
			Compra de productos a proveedores	Traslado de productos desde proveedores hasta locales.	Mantenimiento de vehículo propio para traslado del personal entre	Limpieza y de alimentación	Lavado de muebles, vidrios, vehículos y colchones.	Desinfección COVID-19	Eliminación de desechos	Mantenimiento de locales (pintura limpieza)	Consumo de papel reciclaje (facturación y oficina)				Uso de fundas plásticas para clasificar la basura
A. Características físicas y químicas	1. Tierra	Suelos	-8/10	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
	2. Agua	Superficie	-5/8	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	7/10	10	7	2
	3. Atmosfera	Calidad del aire (gases, partículas)	-6/8	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
	4. Procesos	Avenidas	-8/8	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
B. Condiciones biológicas	1. Flora	Árboles	-1/5	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
		Productos agrícolas	-2/5	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	0	10
C. Factores culturales	1. Uso de la tierra	Área comercial	-7/8	-7/9	-5/11	-1/10	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
		Bosques	-4/6	-7/9	-5/11	-1/12	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
		Agricultura	-7/6	-7/9	-5/11	-4/12	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
	2. Aspectos culturales	Patrones culturales (estilo de vida)	-7/7	-7/9	-5/11	-4/12	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
		Empleo	0/10	-7/10	-5/10	-1/10	-3/10	-2/10	-1/10	0	1/10	8/10	10	6	2
	3. Facilidades y actividades humanas	Salud y seguridad	-4/6	-7/9	-5/11	-1/12	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
		Red de transporte	-1/3	-7/9	-5/11	-1/12	-3/8	-2/9	-1/7	0	1/9	8/10	10	7	2
RELACIONES ECOLÓGICAS		Manejo de residuos	5/10	-7/10	-5/10	-4/10	1/10	-2/10	-1/7	0	1/10	8/10	10	5	3
		Aumento de área arbustiva	1/8	-7/8	-5/8	-4/8	-3/8	-2/8	-1/8	0	1/8	8/8	10	6	2

Nota. La tabla representa materiales de limpieza. Martínez, J. (2022)

5.3 Impacto social

Hay varios factores sociales que pueden afectar negativa o positivamente a la cafetería “El Malecón”, por lo que se trata de cumplir con los siguientes aspectos.

Igualdad de género

La cafetería contará con una política de igualdad de género para promover inclusión entre hombres y mujeres, bajo la igualdad de condiciones en salarios, remuneraciones y ocupación, asimismo busca integrar a su equipo de trabajo a personas con capacidades especiales.

Apoyo a los emprendimientos

“El Malecón”, es un gran lugar para promover el espíritu empresarial social, ya que el país atraviesa muchos retos económicos. Por lo que trabajará en brindar capacitaciones y asesorías al desarrollo y consolidación de nuevos emprendimientos. Para Oberlo (2022) muchos de los jóvenes, y la población en general, carecen de conocimientos sobre lo que es realmente trabajar en un nuevo negocio.

Generar empleo

“Él Malecón” generará alianzas estratégicas con personas del sector que ofertan la materia prima para la elaboración de la empanada y el morocho, y así apoyar al sector agrícola de donde proceden. Al mismo tiempo, cuando el negocio siga creciendo se convertirá en un establecimiento que contribuye a generar fuentes de empleo.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente apartado se detalla el análisis financiero de la empresa, donde se empleó las siguientes herramientas, con el objetivo de analizar la viabilidad económica financiera de la “Cafetería El Malecón”.

6.2. Activos fijos

Un activo fijo también se denomina activo no corriente o activo fijo. Es un activo de ciclo largo (más de doce meses), destinado a la explotación y no al comercio. Incluye instalaciones, equipos y activos intangibles. En otras palabras, puede definirse como los activos de la empresa que no pueden hacerse líquidos a corto plazo. Son activos que no están destinados a ser comercializados, sino a ser explotados por la empresa. La vida útil de un activo fijo es el tiempo durante el cual la empresa hace uso de él hasta que deja de ser útil para la empresa. (Torres, 2005), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$11259. (Ver tabla 29).

Tabla N° 29. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$1059
Equipos y Maquinaria	\$9317
Equipos de Computación	\$719.00
Equipos Ind./ seguridad	\$164
Total	\$11.259

Martínez, J. (2022). *Activos fijos*. San Cristóbal.

6.3. Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos e inversiones para la ejecución de la empresa. Se conoce como activo diferido a la inscripción de la compañía, en este caso, pertenecerá a la Sociedad Acción Simplificada lo que significa que la inscripción de la compañía \$400, los gastos legales serán de \$150, el permiso de funcionamiento de \$144 y las patentes municipales de \$14,70 lo que da un total de activos diferidos de \$708,70 (Ver tabla 30).

Tabla N° 30. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Inscripción Compañía	\$400
Gastos legales	\$150
Permisos funcionamiento (ARCSA)	\$144
Patentes municipales	\$14,70
Total	\$708,70

Martínez, J. (2022). *Activos diferidos*. San Cristóbal.

6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo, algunas veces denominado capital de trabajo neto es la inversión que una empresa realiza en activos a corto plazo. También conocido como fondo de maniobra, se define como la cifra resultante de la diferencia entre los activos y los pasivos circulantes. Esta definición muestra la posible disponibilidad del activo circulante en exceso del pasivo circulante y representa un índice de estabilidad financiera o margen de protección para los acreedores actuales y para futuras operaciones. (Lorenzo & Solis, 2010)

Haciendo referencia al establecimiento, mensualmente se tendrá un costo de materia prima de \$2000,00; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) representado por el valor de \$1260,00; sueldos y salarios de \$63072,00 y los gastos de publicidad de 456,00. Lo que da un total anual de \$76263.05 (Ver tabla31).

Tabla N° 31. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de materia prima	\$2000.00
Servicios básicos	\$1260.00
Sueldos y salarios	\$63072.00
Gastos publicidad mensual	\$456.00
material de limpieza y oficina	\$275.05
Alquiler local	\$3600.00
Gastos financieros	\$5600.00
Total	\$76263.05

Martínez, J. (2022). *Capital de trabajo*. San Cristóbal.

Para obtener la inversión total son todos los gastos que se efectúan, tomando en cuenta los activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa lo que da un total de \$88230.75 (Ver tabla 33).

Tabla N° 32. Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	\$11.259,00
Total Activos Diferidos	\$708,70
Total Capital de Trabajo	\$76263.05
Total	\$88230.75

Martínez, J. (2022). *Total de inversión*. San Cristóbal.

6.5. Sueldos

En este punto se procede a detallar el cuadro de sueldos incluidos todos los beneficios legales, aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (*Ver tabla 32*).

Tabla N° 33. Sueldos.

CARGOS	Nro.	Sueldo Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS Patronal (11,15%)	Aporte IESS Personal (9,45%)	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Administrador	1	\$ 765	\$ 64	\$ 765	\$85	\$ 72	\$1.752	\$21.024
Cajera/mesera	1	\$ 765	\$ 64	\$ 765	\$85	\$ 72	\$1.752	\$21.024
Ayudante de cocina	1	\$ 765	\$ 64	\$ 765	\$85	\$ 72	\$1.752	\$21.024
TOTAL	3	\$ 2.295,00	\$ 192,00	\$ 2.295,00	\$ 255,00	\$ 216	\$ 5.256,00	\$ 63.072,00

Martínez, J. (2022). *Sueldos*. San Cristóbal.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$63.072,00 anual.

6.5. Depreciación activos fijos

La depreciación es una operación periódica que suele reducir el valor de los activos fijos en el balance y se carga como gasto en una cuenta de resultados. (Vázquez, 2021)

En términos contables, para Ipinza (2012) la depreciación se define como:

La reducción sistemática del coste registrado de un activo fijo hasta que su valor sea nulo o insignificante. Un ejemplo de activos fijos son los edificios (5%), los equipos de oficina (10%), equipos de cómputo y software (33,33%), vehículos (20%), la maquinaria (10%) y muebles y

enseres (10%). El terreno es la única excepción que no se puede depreciar, ya que se revaloriza con el tiempo.

En la tabla 35, se podrá observar la cuantificación económica del desgaste producido durante el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos a emplear 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 \$1293.64

Tabla N° 34. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	\$1059	10%	\$106
Equipos y Maquinaria	\$9481	10%	\$948.10
Equipos de computación	\$719.00	33,33%	\$240
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			\$1293.64

Martínez, J. (2022). *Depreciación activos fijos*. San Cristóbal.

6.6. Amortizaciones

Es considerado como el valor que recupera la empresa por adecuación de la misma, debido a que es un proceso de distribución de gastos en un tiempo de valor duradero, mismo que permite recuperar o recompensar los fondos invertidos. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$141.74, ya que el monto por adecuación equivale a \$708.70 (*Ver tabla 35.*)

Tabla N° 35. Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de adecuación de la empresa	\$708.70	20%	\$141.74

Martínez, J. (2022). *Porcentaje de amortización*. San Cristóbal.

6.7. Estructura capital

La estructura de capital puede considerarse la forma en que una empresa financia sus interacciones generales, utilizando diferentes fuentes de recursos. Este concepto es sumamente importante ya que, sin él, no es posible acceder al coste del capital de un negocio, que puede ser determinante en la generación de valor. Así, la estructura de capital se refiere a lo que las instituciones hacen con los diferentes tipos de recursos presentes en su composición. (Pedrosa, 2021)

En general, la empresa está formada por dos tipos de capital: el capital interno (procedente de las inversiones de los socios, llamado capital social), y el capital externo (procedente de terceros, como la financiación y la deuda). Cada variante de capital tiene sus propias características, así como distintas disponibilidades, costes e impuestos. La estructura de capital de una empresa se encuentra en su balance, con la suma del pasivo no corriente y el capital social. La Estructura de Capital puede presentar variaciones que dependen de los atributos de la organización como la rentabilidad, el tamaño, entre otros. (Rivera, 2002)

La estructuración de capital para este proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$48230.75 que equivale a una estructura del 55%; costo 13% con una tasa de descuento de 7.1%; por consiguiente

el Capital Financiero es de \$40000.00 con una estructura del 45%, el costo es del 14 % que otorga el 6.3% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$88230.75 que en la suma total 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 13.5% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 36*)

Tabla N° 36. Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$48230.75	55%	12%	7.1%	
Capital Financiero	\$40000.00	45%	14%	6.3%	
Total	\$88230.75	100%		13,5%	TMAR

Martínez, J. (2022). *Estructura de capital*. San Cristóbal.

6.8. Tabla de amortización

En este apartado se procede a presentar la tabla de amortización, cuyo valor será de \$40000.00 (55% del total de la inversión), mismo que será financiado por una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (*Ver tabla 37*).

Tabla N° 37. Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	\$40000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$40.015,85
1	\$11.651.34	\$5.600.00	\$6.051.34	\$33.962,11
2	\$11.651.34	\$4.752.81	\$6.898.53	\$27.060,85
3	\$11.651.34	\$3.787.02	\$7.864.32	\$19.193,41
4	\$11.651.34	\$2.686.01	\$8955.33	\$10.224,53
5	\$11.651.34	\$1.430.87	\$10220.48	\$0.00

Martínez, J. (2022). *Tabla de amortización*. San Cristóbal.

6.9. Punto de equilibrio

Los costos fijos son aquellos gastos que están vinculados a la actividad productiva de la empresa, pero que no varían con la cantidad vendida (o producida), es decir que la empresa deberá cancelar dichos costos fijos (arriendo, servicios básicos, sueldos, etc.) produzca o no produzca. (Vázquez, 1992).

El presente valor se calculó con los valores de materia prima arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$5827.66 (*Ver tabla 38*)

Tabla N° 38. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Materia prima	\$166.66
Arriendo	\$ 300,00
Sueldos	\$ 5256.00
Servicios Básicos	\$105,00
Total	\$5827.66

Martínez, J. (2022). *Costos Fijos*. San Cristóbal.

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, por lo tanto, son los beneficios de una compañía sin tomar en cuenta los costos fijos. (Vázquez, 1992).

Para la cafetería se tomó en consideración los valores del morocho con empana, que sería el servicio principal de la cafetería. Entonces el costo del combo es \$1,03, el precio de venta sería \$3,27 por lo que el margen de contribución será de \$2,24 (*Ver tabla 39*).

Tabla N° 39. Margen de contribución

Precio morocho con empanada	\$3,55	
Costo combo	\$0,91	
Ganancia	\$2,64	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Martínez, J. (2022). *Margen de contribución*. San Cristóbal

El punto de equilibrio es un indicador de seguridad empresarial. Muestra cuánto hay que vender para que los ingresos sean iguales a los costes. Indica

cuándo, según las previsiones de ventas del empresario, la empresa igualará sus ingresos y sus costes. (Arias, 2021)

La fórmula del punto de equilibrio es un cálculo que todo empresario debería conocer y realizar. Identifica el volumen de negocio mínimo, o los productos mínimos que habrá que vender, para que la empresa disponga de fondos suficientes para cubrir todos sus costes y gastos, tanto fijos como variables, y evitar pérdidas. (Padilla, 2008)

En la presente tabla se puede observar que se debiera realizar 2207 combo (morocho con empanada) mensuales, es decir aproximadamente 74 combos diarios para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 41 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia sera de 4100 combos.

Tabla N° 40. Punto de equilibrio

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	2207	\$ 3,55	\$ 7836.40
COSTO	2207	\$ 0,91	\$ 2.008.80
GASTO			\$ 5.827.66
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Martínez, J. (2022). *Punto de equilibrio*. San Cristóbal

Tabla N° 41. Ventas /costos

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	VALOR	TOTAL	
4100	\$ 14555	\$ 174660	VENTAS
4100	\$ 3731	\$ 44772	COSTO

Martínez, J. (2022). *Ventas/costos*. San Cristóbal

6.10 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que se verán reflejadas las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla 42 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 3.01% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$34545.86 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$42119.46

Tabla N° 42. Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS	0	1	2	3	4	5
VENTAS		174660,00	179917,27	185332,78	190911,29	196657,72
COSTO DE VENTAS		44772,00	46119,64	47507,84	48937,82	50410,85
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		129888,00	133797,63	137824,94	141973,47	146246,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS		63072,00	64970,47	66926,08	68940,55	71015,66
SERVICIOS BASICOS		1260,00	1297,93	1336,99	1377,24	1418,69
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		275,05	283,33	291,86	300,64	309,69
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3600,00	3708,36	3819,98	3934,96	4053,41
PUBLICIDAD		456,00	469,73	483,86	498,43	513,43
DEPRECIACIONES		1293,64	1293,64	1293,64	1293,64	1293,64
AMORTIZACIONES		141,74	141,74	141,74	141,74	141,74
UTILIDAD OPERATIVA		59789,57	61632,44	63530,78	65486,26	67500,60
GASTOS FINANCIEROS		5600,00	4752,81	3787,02	2686,01	1430,87
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		54189,57	56879,63	59743,76	62800,25	66069,74
BASE IMPOSITIVA		19643,72	20618,86	21657,11	22765,09	23950,28
UTILIDAD NETA		34545,85	36260,76	38086,65	40035,16	42119,46

Martínez, J. (2022). *Costo de ventas*. San Cristóbal.

6.11. Flujo de caja

En el día a día de una empresa, la organización financiera es fundamental. Para ello, el empresario dispone de una herramienta básica de planificación y control financiero, denominada flujo de caja. (Valencia, 2019)

El objetivo de esta herramienta es determinar el saldo disponible en el momento y proyectar el futuro, de forma que siempre haya capital circulante accesible tanto para los gastos de funcionamiento de la empresa (nóminas, impuestos, proveedores, entre otros) como para las inversiones en mejoras (renovación de la fachada, por ejemplo). (Rodríguez, 2014).

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$29929.89, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$33334.36 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 43*).

Tabla N° 43. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		59789,57	61632,44	63530,78	65486,26	67500,60
DEPRECIACION		1293,64	1293,64	1293,64	1293,64	1293,64
AMORTIZACION		141,74	141,74	141,74	141,74	141,74
- BASE IMPOSITIVA		19643,72	20618,86	21657,11	22765,09	23950,28
- GASTOS FINANCIEROS		5600,00	4752,81	3787,02	2686,01	1430,87
- PAGO CAPITAL		6.051,34	6.898,53	7.864,32	8.965,33	10.220,48
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-88230,75	29.929,89	30.797,61	31.657,71	32.505,21	33.334,36

Martínez, J. (2022). *Flujo de caja*. San Cristóbal.

6.12. Cálculo del TIR y el VAN

6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)

Para terminar de realizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el cálculo del VAN y el TIR mismos que consisten en:

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Morales, 2014)

6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es una tasa utilizada en la evaluación de las inversiones. Su valor representa una rentabilidad igual a cero, un punto de equilibrio entre beneficios y pérdidas. (Fajardo & Soto, 2018)

La TIR se interpreta como el tipo de descuento que hace nulo el Valor Actual Neto (VAN). El cálculo realizado es el mismo que en el VAN, con la diferencia de que la TIR será el valor a descubrir. (Fullana & Paredes, 2007)

La TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la cafetería “El Malecón” posee un valor de 22.74 % lo que significa que en existe utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una

diferencia del 13,4% con el TMAR, al igual que un VAN de \$22619.47 (*Ver tabla 44*).

Tabla N° 44. VAN/ TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	\$22619.47
TIR	22.74%
TMAR	13,4%

Martínez, J. (2022). *Van/ Tir*. San Cristóbal.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Tras haber ejecutado el estudio de factibilidad para la implementación de un Cafetería en las islas Galápagos, se ha llegado a determinar lo siguiente:

- Asimismo, la cafetería está enfocada a la oferta de empanadas con morocho, donde se constató que en la actualidad los clientes consumen productos nutritivos, que sean innovados y de calidad.
- Los resultados obtenidos de la indagación en base a las encuestas aplicada se conoció que los consumidores buscan sitios tranquilos para socializar durante las tardes o después de la jornada de trabajo, por lo que el segmento de mercado identificado es un target de joven adulto a quién satisfacer sus expectativas.
- Por medio de un análisis financiero se determinó que la inversión para la reacción de la cafetería es de \$80.031,70, donde se obtuvo un TIR del 12,94%, VAN de \$9.680,39 y TMAR del 13,00%.

7.2. Recomendaciones

- Es sustancial trabajar en la diversificación de productos para el establecimiento a fin de contar con portafolio de aperitivos que diferencien de la competencia.
- Se recomienda que en función del diagnóstico obtenido en la matriz FODA, correspondiente a aspectos internos y externos, es menester plantear estrategias para el posicionamiento de la marca.
- Dotar la cafetería "El Malecón" con medios tecnológicos para incrementar los niveles competitivos a fin de posicionar la marca en el mercado.

7.3. Bibliografía

- ARCOSA. (22 de 12 de 2020). ARCOSA. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Arias, E. R. (2021). *Punto de equilibrio*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Fajardo, M., & Soto, C. (2018). *Gestión Financiera empresarial*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14357/1/Cap.5%20Criterios%20de%20evaluaci%C3%B3n%20financiera.pdf>
- Fullana, C., & Paredes, J. (2007). *Manual de Contabilidad de Costes*. Delta Publicaciones.
- IESS. (11 de 01 de 2021). IESS. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Ipinza, F. (2012). *Administración de las operaciones productivas: Un enfoque en procesos para la gerencia*. Pearson.
- Lorenzo, R., & Solis, P. (2010). *La teoría del capital de trabajo y sus técnicas*. Obtenido de Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2010a/lsl.htm>.
- Maslow, A. (2012). Pirámide de Maslow. horie des besoins de l'homme selon, 1(10), 42.
- Morales, V. (15 de 07 de 2014). *Conomipedia* . Obtenido de <https://economipe>
- Normativa tecnica sanitaria para alimentos. (2016). *normativa tecnica sanitaria para alimentos*. quito: ministerio de salud pública.dia.com/definiciones/valor-actual-neto.html

- Oberlo. (2022). *¿Qué es el emprendimiento?* Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Padilla, M. (2008). El punto de equilibrio. *Industrial Data*, 17.
- Pedrosa, S. J. (2021). *Capital de trabajo y gastos*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>
- Ponce, H. (2020). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología*, 12(1), 113-130.
- Portal de servicio municipales. (23 de 12 de 2020). Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx>
- Portal unico de tramites ciudadanos. (21 de 12 de 2020). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- Rivera, J. (2002). Teoría sobre la estructura de capital. *Estudios gerenciales*, 4(18), 84.
- Rodríguez, G. (2014). Flujo de caja. *Actualidad empresarial*, 4(10), 308.
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales . (12 de 01 de 2021). Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- SRI. (16 de 12 de 2020). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>
- Superintendencia de Compañías. (2021). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>
- Torres, Z. (2005). *Administración estratégica*. México : Patria .

Valencia, S. . (2019). *Contabilidad de costos: flujo de caja*. España: Ecoe Ediciones.

Vázquez, J. (1992). *Costos*. Aguilar.

Vázquez, R. (2021). *Depreciación*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>

Veolia. (2019). *Gestión de residuos*. Obtenido de https://www.veolia.com/latamib/es?utm_source=google&utm_medium=traffic&utm_campaign=always-n&utm_term=google&utm_content=lettera&utm_term=manejo%20de%20desechos&utm_campaign=Veolia+-Search+2021&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=4093241894&hsa_ca

7.4 Anexos

Anexo A: Modelo de encuesta

DATOS INFORMATIVOS

Sexo:

Masculino () Femenino ()

Edad:

Menores de 18 años ()
 19 - 25 ()
 26 - 35 ()
 36 - 45 ()
 46 años en adelante ()

Tabla 1. *Formato de encuesta*

<p>1. ¿Alguna vez ha visitado alguna cafetería?</p> <p>SI NO</p> <p>Si su respuesta es no gracias por su colaboración.</p>	<p>2. ¿En qué ocasiones usted acude a una cafetería?</p> <p>Cumpleaños ()</p> <p>Días festivos ()</p> <p>Ocasiones especiales ()</p> <p>Por gusto ()</p> <p>Otros: _____</p>
<p>3. ¿Con que frecuencia acude a una cafetería?</p> <p>a) Todos los días</p> <p>b) Una vez a la semana</p> <p>c) Una vez cada 15 días</p> <p>d) Una vez por mes</p>	<p>4. En el Malecón, ¿cuál es la cafetería de su preferencia?</p> <p>a) Fresco café</p> <p>b) Sunrise & Coffee</p> <p>c) Creperia El Puerto</p> <p>d) Patagonia</p> <p>e) Sea Garden Café</p>
<p>5. ¿Qué tipo de productos consume frecuentemente en una cafetería?</p> <p>a) Bebidas (café, batidos, jugos)</p> <p>b) Snacks</p> <p>c) Postres (tortas, panes, empanadas)</p> <p>d) Otros</p>	<p>6. Aproximadamente Cuánto dinero invierte en el consumo productos de una cafetería?</p> <p>a) Menos de \$2 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>b) Entre \$ 2 y \$ 4 <input type="checkbox"/></p> <p>c) Más de \$ 4 <input type="checkbox"/></p>

<p>7. ¿Alguna vez ha consumido en una cafetería empanada?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>8. ¿A usted le gustaría visitar una cafetería donde se expende además de café empanadas de morocho?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>
<p>9. De acuerdo al siguiente enunciado seleccione el nombre que más le agrade</p> <p>a) Cafetería “El Malecón” b) Cafetería atardecer insular</p>	<p>10. ¿A través de que medio le gustaría dar que se dé a conocer la cafetería?</p> <p>a) Redes sociales b) Medios de comunicación (televisión/radio) c) Medios impresos (periódico/volantes) d) Recomendaciones e) Otros _____</p>

Anexo B: Facturas

FACTURA

Cliente: Jenny Martínez
29009 Guayaquil, Ecuador
RUC: 09599709593001
Tel: 273 564



EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Barra mostror de vidrio RCA Inverter Side By Side 559 Ltrs Inc	1	\$6.000	\$6.000
Batidoras Industriales Planetarias 30l B30	1	\$1.058	\$1.058
Freidoras Eléctricas Y Gas Industriales 1 Y 2 Canastas	1	\$719,71	\$720
Balanza Digital Electrónica De 200g A 40kls Nuevas De Oferta	1	\$35	\$35
Combo Táctil Sistema Facturación Comercios Caja Registradora	1	\$1504	\$1504
TOTAL			\$9317

FACTURA

Cliente: Jenny Martínez
 29009 Guayaquil, Ecuador
 RUC: 09599709593001
 Tel: 273 564



MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesa de aluminio, base de aluminio fundido pulido sin anodizar con sistema abatible y tubo en aluminio anodizado. - Tablero: SM Solo, Acero Inox y Compact, (precio de 60x60, incluye cuatro sillas x mesa)	4	\$300	\$1.200
Mesa Fría Dimensiones: 131 x 80 x 85 cm Exterior en acero inox.	3	\$200	\$600
Set de implementos de cocian (cucharones, espatulas de temperatura)	1	\$180	\$180
Set de 3 bandejas de aluminio Inox	1	\$20	\$20
Jarra Medidora Marinex De Vidrio 1 Taza 1/4 Lt. Refractaria	3	\$8	\$24
Set De Recipientes Ello Duraglass De Plástico/vidrio	1	\$35	\$35
Set De Ollas Acero Quirúrgico Queen Royal 27 Pcs	1	\$460	\$460
Juego de vajilla Corona para entradas 36 Piezas Mediterránea	1	\$220	\$220
Juego 36 Vasos Vidrio Diseño Exclusivo tipo copa	1	\$75	\$75
Juego de Cubiertos Tramontina 36 Piezas Buzios Acero In Pzas	1	\$15	\$15
Bowl/cuenco	1	\$30	\$30
TOTAL			\$1059

FACTURA

Cliente: Jenny Martínez
29009 Guayaquil, Ecuador
RUC: 09599709593001
Tel: 273 564



EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Dell Lenovo Hp Intel I3 11va G. 4gb/8gb 128/256 Ssd Nueva I5	1	\$519	\$519
Hp Epson Impresora Multifunc Tinta Continú 315 415 515 L3110	1	\$200	\$200
TOTAL			\$719.00