



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería el Galapaguito, Ubicado en el Barrio Albatros, Cantón San Cristóbal Provincia de Galápagos.”

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

AUTORA:

Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros

TUTOR:

MSc. Eduardo Paredes

D.M. Quito, 5 de marzo 2022

DEDICATORIA

Dedico mi tesis primero a Dios por brindarme la oportunidad de cumplir con esta nueva meta en mi vida, porque sé que siempre ha estado y estará conmigo, por ser simplemente la principal razón de las cosas buenas que suceden en mi vida.

Así también dedico mi tesis a mis padres Tedy y Angela quienes con su amor, trabajo y sacrificio son mi apoyo incondicional en las buenas y en las malas para el logro de mis metas, este proyecto no fue fácil, pero me estuvieron motivando en las diferentes etapas de este proceso universitario.

A mi hermano Xavier su apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A mi Madre y mi Padre por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigioso Instituto y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo.

Agradezco a mis docentes del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, por las enseñanzas a lo largo de la Carrera Universitaria y Finalmente quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mi tutor de tesis, al Ing. Eduardo Paredes y al coordinador de Carrera al Ing. Christian Carvajal por ser los principales colaboradores por haberme guiado en la elaboración de este trabajo de titulación.

AUTORÍA

Yo, Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, reading "Fiorella Rodríguez Ballesteros". The signature is written in a cursive style with a horizontal line extending to the right.

Fiorella Rodríguez Ballesteros

D.M. Quito, 5 de marzo 2022

MSc. 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.

MSc. Eduardo Paredes.

D.M. Quito, 5 de marzo 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 **MSc. Eduardo Paredes** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería el Galapaguito, Ubicado en el Barrio Albatros, Cantón San Cristóbal Provincia de Galápagos.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del MSc. 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, **MSc. Eduardo Paredes** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros, como autora 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 el Galapaguito, Ubicado en el Barrio Albatros, Cantón San Cristóbal Provincia de 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.

MSc. Eduardo Paredes



Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN.....	xvii
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	19
2.1 Creación de la Cafetería “El Galapaguito”	19
2.2 Descripción de la empresa	20
2.2.1 Importancia.....	20
2.2.2 Características	20
2.2.3 Responsabilidad social: Cafetería El Galapaguito	20
2.2.4 Investigación e innovación:.....	21
2.2.5 Responsabilidad ambiental:.....	21
2.2.6 Actividad	22
2.3 Tamaño de la empresa.....	22
2.4 Necesidades que satisfacer.....	23
2.4.1 Necesidad Fisiológica.....	23
2.4.2 Necesidad de productos funcionales y eficientes	23
2.4.3 Necesidad de información sobre el servicio	24
2.4.4 Necesidad de Comunicación accesible con la empresa.....	24
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.....	24
2.5 Localización de la empresa	25
2.6 Filosofía empresarial.....	25
2.6.1 Misión.....	25

2.6.2	Visión	26
2.6.3	Objetivos	26
2.6.3.1	Objetivo General	26
2.6.3.2	Objetivos específicos.....	26
2.6.4	Meta.....	26
2.6.5	Estrategias	27
2.6.6	Políticas	27
2.6.6.1	Empleados	27
2.6.7	FODA	28
2.6.7.1	Fortalezas.....	28
2.6.7.2	Oportunidades	28
2.6.7.3	Debilidades.....	28
2.6.7.4	Amenazas	29
2.7	Desarrollo organizacional	29
2.7.1	Tipo de Estructura	29
2.7.1.1	Diferenciación	29
2.7.2	Formalización.....	30
2.7.3	Centralización.....	30
2.7.4	Integración.....	31
2.8	Organigrama empresarial.....	31
2.9	Funciones del personal.....	32
2.9.1	PUESTO DE GERENTE CHEF	32
2.9.2	PUESTO DE MESERO	34
2.9.3	PUESTO DE CAJERO – RECEPCIONISTA	36
3	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	38
3.1	Objetivo de mercadotecnia.....	38
3.2	Investigación de mercado.....	38
3.3	Modalidad	39
3.4	Plan de Muestreo.....	39
3.5	Análisis de las encuestas	41

3.5.1	Pregunta 1.....	41
3.5.2	Pregunta 2.....	42
3.5.3	Pregunta 3.....	43
3.5.4	Pregunta 4.....	44
3.5.5	Pregunta 5.....	45
3.5.6	Pregunta 6.....	46
3.5.7	Pregunta 7.....	47
3.5.8	Pregunta 8.....	48
3.5.9	Pregunta 9.....	49
3.5.10	Pregunta 10.....	50
3.6	Análisis General.....	51
3.7	ENTORNO EMPRESARIAL.....	53
3.7.1	Microentorno	53
3.7.1.1	Ubicación.....	54
3.7.1.2	Competencia directa.....	54
3.7.1.3	Competencia indirecta.....	54
3.7.1.4	Sustitutos	55
3.7.1.5	Proveedores	55
3.7.1.6	Intermediarios.....	56
3.7.1.7	Clientes.....	56
3.7.2	Macroentorno	56
3.7.2.1	Factor Político	57
3.7.2.2	Factor Económico.....	58
3.7.2.3	Factor Sociocultural	58
3.7.2.4	Factor Tecnológico.....	59
3.8	Producto y servicio	59
3.8.1	Producto Esencial	60
3.8.2	Producto real.....	60
3.8.2.1	Características	61
3.8.2.2	Calidad.....	62

3.8.2.3	Estilo.....	62
3.8.2.4	Marca.....	63
3.8.3	Producto aumentado.....	64
3.9	Plan de introducción al mercado.....	64
3.9.1	Distintivos y Uniformes.....	64
3.9.1.1	Área de Cocina.....	64
	Chef administrador.....	64
	Barista.....	65
	Personal del área de servicio.....	66
	Mesera y cajera – recepcionista.....	66
3.9.2	Tarjeta de presentación.....	68
3.9.3	Canal de distribución y puntos de ventas.....	69
3.9.3.1	Promoción.....	69
3.9.3.2	Contacto.....	70
3.9.3.3	Correspondencia.....	70
3.9.3.4	Negociación.....	70
3.9.3.5	Financiamiento.....	70
3.10	Riesgo y oportunidades del negocio.....	71
3.11	Fijación de Precios.....	72
3.11.1	Fijación de precios por receta estándar.....	72
3.12	Implementación del negocio.....	74
3.12.1	Arriendo del local.....	74
3.12.2	Equipos industriales.....	75
3.12.3	Equipos de computación.....	75
3.12.4	Muebles.....	76
3.12.5	Equipos Industriales y seguridad.....	76
3.12.6	Suministros de oficina.....	77
3.12.7	Servicios Básicos.....	77
3.12.8	Materiales de limpieza.....	78
3.13	Estudio arquitectónico.....	78

4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	80
4.1 Afiliación a la Cámara de Turismo Galápagos	80
4.2 Servicio de Rentas Internas / SRI	80
4.3 Permiso del Cuerpo de Bomberos.....	81
4.4 Certificado de Control Sanitario	81
4.5 Patente Municipal	81
4.6 IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	82
4.7 Certificado de Registro o Licencia de Funcionamiento.....	83
5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	84
5.1 Objetivo de área	84
5.2 Impacto ambiental.....	84
5.2.1 Contaminación que ocasiona la basura:	84
5.2.2 Contaminación al momento de limpiar:	85
5.2.3 Consumo de electricidad	85
5.2.4 Consumo de agua	85
5.3 Medidas para contrarrestar los impactos.....	85
5.4 Impacto social	86
5.4.1 Equidad de género	86
5.4.2 Generar empleo	86
5.4.3 Atracción de empleados	86
5.5 Matriz Leopold.....	86
6 PROCESO FINANCIERO.....	89
6.1 Introducción	89
6.2 Activos Fijos	89
6.3 Activos diferidos	89
6.4 Capital de trabajo	90
6.5 Sueldos.....	91
6.6 Depreciación activos fijos.....	92
6.7 Amortizaciones	93
6.8 Tabla de amortización.....	94

6.9 Estructura capital.....	95
6.10 Punto de equilibrio.....	96
6.11 Margen de contribución.....	96
6.12 Ventas Proyectadas.....	98
6.13 Costo de ventas.....	98
6.14 6.13 Flujo de Caja.....	99
6.15 Cálculo del TIR y el VAN.....	99
6.16 VAN (Valor Actual Neto).....	99
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	100
7.1 Conclusiones.....	100
7.2 Recomendaciones.....	102
8 Bibliografía.....	103
9 ANEXOS.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente chef.....	33
Tabla 2 - Pregunta 1	41
Tabla 3 - Pregunta 2	42
Tabla 4 - Pregunta 3	43
Tabla 5 - Pregunta 4	44
Tabla 6 - Pregunta 5	45
Tabla 7 - Pregunta 6	46
Tabla 8 - Pregunta 7	47
Tabla 9 - Pregunta 8	48
Tabla 10 - Pregunta 9	49
Tabla 11 - Pregunta 10	50
Tabla 12 - Tabla de proveedores	55
Tabla 13 - Financiamiento	70
Tabla 14 - Bebidas calientes	73
Tabla 15- Precio Desayunos.....	73
Tabla 16 - Precio Almuerzos.....	73
Tabla 17 - Precio Cocteles	74
Tabla 18 - Precio Picadas	74
Tabla 19 - Arriendo.....	74
Tabla 20 - Equipos industriales.....	75
Tabla 21 - Equipos de computación.....	75
Tabla 22 - Muebles y enseres.....	76
Tabla 23 - Equipos industriales de seguridad	76
Tabla 24 - Suministros de oficina.	77
Tabla 25 - Servicios Básicos	77
Tabla 26 - Activos fijos.....	89
Tabla 27 - Activos diferidos.....	90

Tabla 28 - Capital de trabajo.....	91
Tabla 29 - Detalles de inversión.....	91
Tabla 30 - Sueldos.....	92
Tabla 31 - Depreciación de activos fijos.....	93
Tabla 32 - Porcentaje Amortización	94
Tabla 33 - Tabla de amortización	94
Tabla 34 - Estructura de capital.	95
Tabla 35 - Punto de equilibrio.....	96
Tabla 36 - Margen de contribución.....	97
Tabla 37 - Punto de equilibrio.....	97
Tabla 38 - Ventas Proyectadas	98
Tabla 39 - Proyección costos	98
Tabla 40 - Flujo de caja.....	99
Tabla 41 - Indicadores financieros	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Pregunta 1	41
Gráfico 2 - Pregunta 2	42
Gráfico 3 - Pregunta 3	43
Gráfico 4 - Pregunta 4	44
Gráfico 5 - Pregunta 5	45
Gráfico 6 - Pregunta 6	46
Gráfico 7 - Pregunta 7	47
Gráfico 8 - Pregunta 8	48
Gráfico 9 - Pregunta 9	49
Gráfico 10 - Pregunta 10	50
Gráfico 11 - Microentorno	53
Gráfico 12 - Ubicación	54
Gráfico 13 -Macroentorno.....	56
Gráfico 14 - Estilo.....	63
Gráfico 15 - Uniforme Chef.....	65
Gráfico 16 - Uniforme Barista	66
Gráfico 17 - Uniforme mesero(a).....	67
Gráfico 18 - Imagotipo Galapaguito	67
Gráfico 19 - Tarjeta de presentación.....	69
Gráfico 20 - Materiales de limpieza.....	78
Gráfico 21 - Estudio arquitectónico	79
Gráfico 22 - Matriz Leopold	88

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería el Galapaguito,
Ubicado en el Barrio Albatros, Cantón San Cristóbal Provincia de Galápagos.”**

Antonia Fiorella Rodríguez Ballesteros

MSc. Eduardo Paredes

D.M. Quito 5 de marzo 2022

RESUMEN

La presente investigación consta de varios capítulos que se detallan a continuación

En el capítulo 2 se contextualiza la organización de la empresa, exponiendo que: la cafetería “El Galapaguito” ubicado en el barrio Albatros, con una excelente ubicación, un lugar en donde se encuentran algunas tiendas de consumo de alimentos básicos papelerías, almacenes, casas de hospedaje, en donde el movimiento de personas es constante, sin tener un lugar para tomar un descanso o para tomarse un café o refrescarse.

En el capítulo 3 se expone el análisis financiero es fundamental para entender la viabilidad del proyecto, se realizará una investigación de mercadeo para conocer las preferencias de nuestros posibles clientes, la misma se llevó a cabo a través del instrumento encuesta. Con dicha información se plantea la filosofía empresarial, la selección de productos y los costos.

En el capítulo 4, el entorno empresarial sugiere la idea de El Galapaguito Cafetería, un lugar en donde se pueda disfrutar de productos de excelente calidad.

El capítulo 5 se refiere al impacto social y ambiental, en tal sentido se concibe a la cafetería como un espacio seleccionado como punto estratégico amigable con el entorno y en concordancia con el diario vivir de la isla. El capítulo sexto analiza los aspectos financieros para determinar la viabilidad del negocio. Por último, el capítulo 7 pone en manifiesto la factibilidad del negocio.

2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la Cafetería “El Galapaguito”

La cafetería “El Galapaguito” va a estar ubicado en el barrio Albatros, con una excelente ubicación a 100 metros del Malecón San Cristóbal, a 5 km del Mercado Municipal, un lugar en donde se encuentran algunas tiendas de consumo de alimentos básicos papelerías, almacenes, casas de hospedaje, en donde el movimiento de personas es constante, sin tener un lugar para tomar un descanso o para tomarse un café o refrescarse.

Así surge la idea de El Galapaguito Cafetería, un lugar en donde se pueda disfrutar de café, cocteles, desayunos, almuerzos Premium, picadas. Variando desde la preparación de diferentes tipos de cafés, con el acompañamiento de la deliciosa gastronomía de región.

Un espacio seleccionado como punto estratégico por el paso constante de personas que visitan el mercado, a más de turistas nacionales y extranjeros que pasan al malecón.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 *Importancia*

Una cafetería es un establecimiento que generalmente tiene una barra de bar y mesas en la que se sirven café, bebidas y alimentos, son establecimientos que en su mayoría están ubicados en el área turística, en los que se sirven distintos tipos de bebidas y otros alimentos que son un complemento ideal para los clientes que los visitan.

Es fundamental que la cafetería sea un lugar cómodo agradable al momento de servirse. En la atención al cliente, el ambiente acogedor es importante al momento de disfrutar de un descanso, será un punto de encuentro es ideal para las personas que disfrutan del sabor de un buen café pasado.

Entre otra de las singularidades de la cafetería es la grana cogida que tienen este tipo de negocios en la zona. Siendo lugares muy frecuentados como formas de recreación, por turistas y residentes.

2.2.2 *Características*

2.2.3 *Responsabilidad social: Cafetería El Galapaguito*

Cafetería “El Galapaguito” al ser un negocio que va a ser implementado en la pandemia, entiende que es una situación en la que cada persona debe poner de parte y sobre todo los dueños de negocios por lo que se compromete a dar todas las seguridades tanto a los empleados como a los clientes que visitarán el establecimiento.

Debido a que el país entero está en emergencia en sanitaria, las normas deben ajustarse a lo que la ley solicita, para cuidar la integridad física y la salud de sus clientes y empleados. Se mantendrá el cumplimiento de normas emitidas a nivel nacional, es responsabilidad mantenerse como un lugar adecuado para los visitantes.

La estructura de la cafetería será habilitada pensando primeramente en la seguridad sanitaria de sus futuros visitantes, con los dispositivos necesarios para mantener un grado de seguridad y que en cualquier momento la personas puedan sentirse confiados, elevando así un servicio de calidad a la población.

2.2.4 Investigación e innovación:

Cafetería “Galapaguito” se compromete a ser un lugar en el que se desarrolle la distinción en cuanto a la presentación de sus productos ofertados, ya que al ser Galápagos un lugar muy visitado por turistas extranjeros pondrá a sus órdenes una serie de opciones para degustar.

Además, se realizará una investigación de mercadeo para conocer las preferencias de nuestros posibles clientes en cuanto a los servicios en cuestión, optar por la inclusión de un menú vegetariano, tipos de endulzantes, productos alimenticios que no contengan gluten, frutas de la época.

2.2.5 Responsabilidad ambiental:

La provincia de Galápagos es considerada como un sistema socio ecológico por cuanto es considerada parque nacional, un área protegida, por esta razón todas las actividades humanas que se desarrollen deben ser ajustadas a los parámetros socio ambientales

regulados por el Ministerio de Ambiente. La isla cuenta con una política de cuidado ambiental, por lo cual es necesario que cada negocio cuide el manejo de desechos sólidos al ecosistema de las islas es de por sí un parámetro obligatorio para la apertura de una empresa de alimentos.

2.2.6 Actividad

“El Galapaguito” es un establecimiento que pertenece a la categoría de servicios de comida rápida que ofrece desayunos, para ser atendidos en el local y para llevar, su especialidad las empanadas de verde, el café de diferentes tipos, fuentes de soda, jugos, batidos, gaseosas.

2.3 Tamaño de la empresa

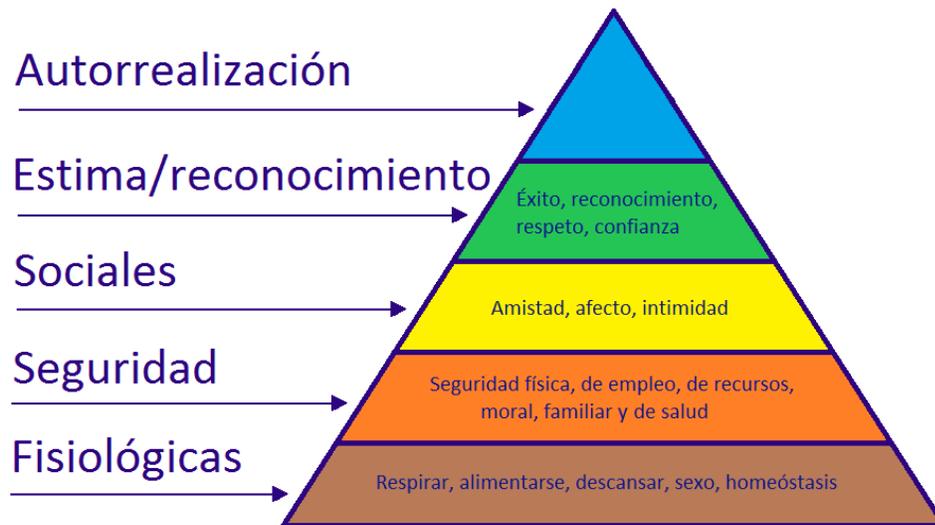
El Galapaguito es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área administrativa, área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Administrador/ chef.
- Recepcionista /cajero
- Mesero/ limpieza

2.4 Necesidades que satisfacer

Gráfico 1. Piramide de Maslow



Nota: Tomado de Gonzáles Vinuesa (2015). Título: Pirámide de Maslow

2.4.1 Necesidad Fisiológica

Se tomará en cuenta que la necesidad del cliente empieza con una necesidad física o emocional, en algunos casos deseo o capricho, algunos consumidores también necesitarán accesibilidad, conveniencia, comunicación fácil que serán parte de los servicios a ofrecer en la Cafetería Galapaguito. Además, se considerará satisfacciones adicionales como son la diferencia que existirá en el precio el mismo que será asequible.

2.4.2 Necesidad de productos funcionales y eficientes

El servicio debe tener la función que el consumidor necesita, sino también debe funcionar de manera eficiente, generalmente el producto a ofrecer de la Cafeterías es

de prometer ahorrar tiempo al futuro cliente de la Cafetería Galapaguito, por lo que será un servicio menos complicado y más eficiente.

2.4.3 Necesidad de información sobre el servicio

Los futuros clientes satisfarán sus necesidades de información precisa, empatía, y equidad, transparencia y comunicación accesible. La Cafetería generará con sus futuros clientes confianza al proporcionar información sobre su personal y proveedores de servicios, todos tendrán un trato justo y detallado de los servicios que se provee, serán transparentes las políticas, procedimientos por lo que los futuros clientes tomarán decisiones informadas y establecerán un sentido de confianza.

2.4.4 Necesidad de Comunicación accesible con la empresa

La Cafetería Galapaguito mantendrá una comunicación fácil con sus clientes, especialmente durante el horario de atención, los clientes esperan comunicarse con los representantes a través de otros medios por lo que la recepcionista estará pendiente por los medios digitales actuales en enviar la comunicación requerida. La comunicación se mantendrá por Facebook Messenger WhatsApp, chat de servicio al cliente que se tiene en el sitio web.

2.4.5 Necesidad de Autorrealización

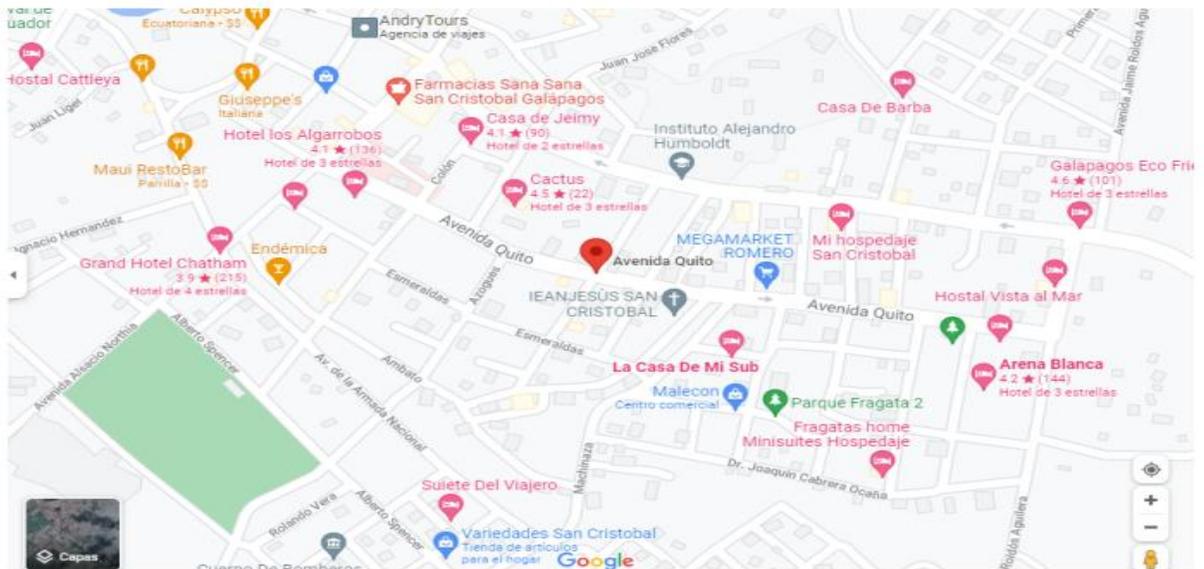
Galapaguito Cafetería, es el conjunto de trabajo de todas las personas que la conforman, será un éxito para la vida profesional de la propietaria, llenará las expectativas de su sueño de llegar con un producto que es de su especialidad gastronómica, la gente del

sector lo tomará como un punto de referencia para solicitar pedidos para los eventos sociales.

2.5 Localización de la empresa

Galapaguito Cafetería estará ubicado en la Isla San Cristóbal de la Provincia de Galápagos, Barrio Albatros, Avenida Quito s/n.

Gráfico 2. Ubicación



Nota: Imagen tomada de Google Maps

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

Brindar a nuestros clientes un servicio de alimentos y bebidas de productos de calidad junto a una atmosfera agradable en sintonía con la isla, acompañada de música selecta y un excelente servicio.

2.6.2 Visión

Para el 2024 ser una de las cafeterías de mayor afluencia de San Cristóbal, se quiere destacar el ambiente, excelente atención de calidad y variedad de productos, potenciando lo nuevo, natural, saludable.

2.6.3 Objetivos

2.6.3.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado para identificar la factibilidad de un negocio de cafetería en la Isla San Cristóbal.

2.6.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio para determinar si existe demanda en servicios de cafetería en este sector.
- Determinar la factibilidad financiera de realizar el plan de negocios

2.6.4 Meta

Crear una empresa de cafetería, que satisfaga las necesidades de la población de San Cristóbal, ya sea la comunidad o visitantes de la isla, que tenga una liquidez de un año a partir de su apertura, que pueda mantenerse económicamente con ingresos suficientes para proveer al negocio de los materiales necesarios, pagar los salarios de los empleados que lo conforman, lograr rentabilidad necesaria para cumplir con las obligaciones de la empresa.

2.6.5 Estrategias

- Realizar una investigación de mercado sobre las preferencias en cuanto a desayunos y comidas en general a la gente que pasa por el sector además de horarios que se podría aperturar.
- De acuerdo a los resultados crear un menú de alimentos y bebidas.
- Según los resultados obtenidos realizar un análisis económico de inversión.

2.6.6 Políticas

2.6.6.1 Empleados

- Ser amable con los clientes, ser diligentes estar dispuesto a escuchar reclamos y sugerencias.
- No se debe ingerir bebidas alcohólicas dentro del establecimiento.
- Utilizar el protocolo respectivo para interrelacionarse con el cliente, brindar un servicio de calidad.
- Se debe garantizar que las bebidas y la preparación de alimentos se realice bajo estrictas normas de higiene.
- Presentar al cliente el menú de opciones de bebidas y alimentos con los precios claramente diferenciados.
- El horario es de carácter obligatorio, es necesario ser puntuales con las horas de llegada al establecimiento.

2.6.7 FODA

El análisis FODA es un instrumento estratégico a través de cual se analizan los factores positivos y negativos dentro de cualquier empresa y sirve como apoyo para el planeamiento de las estrategias y acciones para tomar decisiones correctas (Maldonado, 2009)

2.6.7.1 Fortalezas.

- Un ambiente del establecimiento grato y acogedor.
- El café escogido uno de los mejores en calidad en el país.
- La calidad del servicio.
- La ubicación estratégica, ideal, fácil de llegar y cerca del malecón y el mercado.

2.6.7.2 Oportunidades

- Ninguna otra cafetería en los alrededores del Barrio.
- Probabilidad de incremento en la visita de turistas extranjeros a la isla.
- Festividades que organiza el municipio en San Cristóbal.
- Posibilidades de expandir a otros lugares.

2.6.7.3 Debilidades

- El espacio físico limitado del restaurante.
- Escaso número de personal
- No establecer un orden claro en los procesos de producción y servicio.

- No se cuenta con un presupuesto adecuado.

2.6.7.4 Amenazas

- Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.
- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Alza de precios en los comestibles que llegan del continente.
- Tiempo de posicionamiento en el mercado de la competencia.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura

2.7.1.1 Diferenciación

En Galapaguito la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

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

Administrador / Chef

Recepcionista / Cajero

Meseros / Limpieza

2.7.2 Formalización

La Cafetería es un proyecto de inversión de capital y trabajo creado por la propietaria con el propósito de producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y, al mismo tiempo para obtener ganancias.

Esta empresa se dedica a prestar servicios, desarrollados por una persona natural, en el sector urbano bajo la modalidad jurídica del Ministerio de Trabajo. (Ley de Compañías y el Ministerio de Trabajo). La empresa se considera parte de las actividades turísticas y están reguladas por la Ley de Turismo, como un servicio de alimentos y bebidas, por lo tanto, debe obtener un registro y licencia de un negocio turístico que acredite a idoneidad del servicio que ofrece y que se sujeten a las normas técnicas de calidad vigentes.

La empresa se registrará bajo las normativas ambientales que existen en nuestro país, además la empresa reducirá el grado de contaminación mediante el uso de distintivos en tachos de basura, la reutilización de utensilios, utilización de productos biodegradables y lo máxima reducción del uso del plástico.

2.7.3 Centralización

La centralización según Fredrickson (1986) se refiere al grado en el cual el derecho para tomar decisiones y supervisar las actividades está concentrado en un punto de la estructura organizativa.

En la Cafetería Galapaguito la concentración de la autoridad de toma de decisiones, no hay delegación. Toda la actividad estará realizada por la administradora

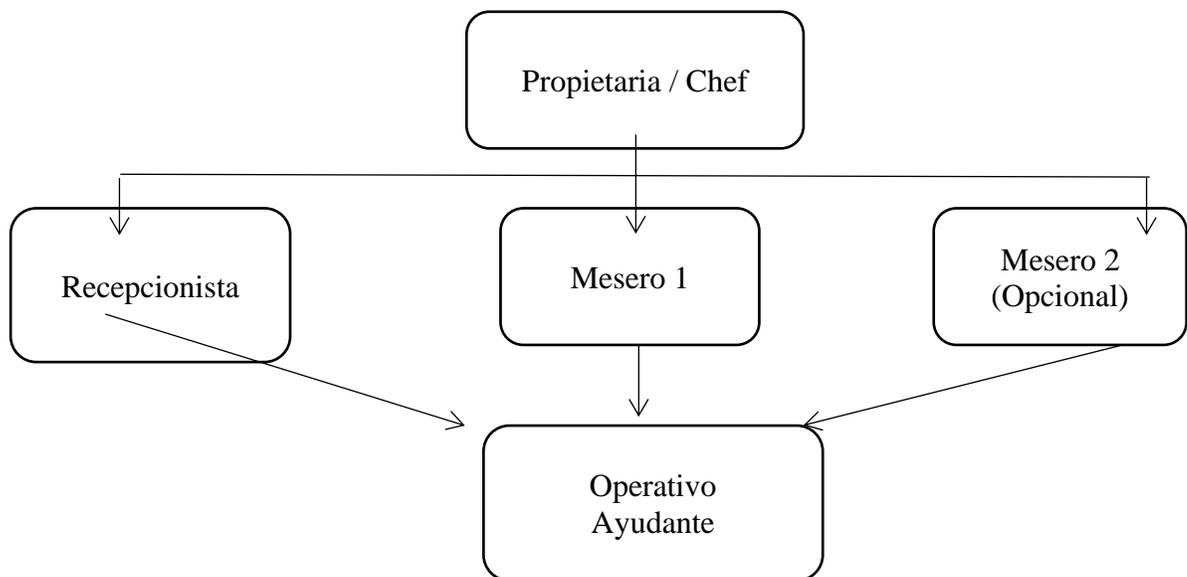
que tiene reservados para sí la iniciativa y el poder decisión, la potestad de ejercer las funciones respectivas, por lo que exige una obvia subordinación de los empleados de la empresa.

2.7.4 Integración

Este paso de la organización se basará en todos los procesos del sistema de gestión, al ser un lugar pequeño se podrán integrar las compras, producción, ventas en un sistema de control completo de facturación contable en base a un registro contable de actividades, en las que cada empleado participe de manera equitativa.

2.8 Organigrama empresarial

Gráfico 3. Organigrama empresarial “El Galapaguito”



Nota: Organigrama diseñado por Rodríguez Fiorella. Ah partir de la estructura del negocio

2.9 Funciones del personal

2.9.1 PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de la Administradora- Chef

Empresa	Galapaguito
Unidad administrativa	Área ejecutiva.

Misión del puesto

Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir la cocina y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia, preparación de alimentos y presentación del producto final antes de llegar al comensal.

Denominación del puesto	Administradora Chef.
--------------------------------	----------------------

Rol del puesto

Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución de alimentos y bebidas.

Remuneración	\$ 1200
---------------------	---------

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración de empresas Conocimientos en preparación comida manabita o persona nativa de la Costa.	Con o sin experiencia en administración de empresas Chef. Experiencia solvente en la preparación de empanadas de verde.	Organización de empresas Elaboración de productos de verde, jugos, batidos. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas Dominio de procesos contables, manejo de kardex.	Optimismo, Puntualidad, Respeto, Análisis de problemas, Análisis numérico, Creatividad, Comunicación, Delegación, Liderazgo, Iniciativa, Integridad, Planificación y organización, Trabajo en equipo, Tenacidad. Responsabilidad.

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

2.9.2 PUESTO DE MESERO

Detalles generales del puesto de mesero

Empresa	Galapaguito
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, tomando órdenes o sirviendo platos, y recomendarlos si fuese necesario.
Denominación del puesto	Mesero.
Rol del puesto	Comunicación eficaz con el área de Producción y venta. Atención al cliente, toma de pedidos, servicio a la mesa y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante.
Remuneración	\$ 774

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, mesero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo estudiante de gastronomía en curso o carreras afines. O Experiencia que acredite el título.	Al menos 6 meses de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de comandas. Elaboración de cocteles.	Adaptabilidad, Análisis de problemas, Automotivación, Comunicación, Compromiso, Respeto, Puntualidad, Decisión, Capacidad de escucha, Solidaridad, Iniciativa, Integridad, Sociabilidad, Trabajo en equipo, Tenacidad, Responsabilidad.

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez.

2.9.3 PUESTO DE CAJERO – RECEPCIONISTA

Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.

Empresa

.

Unidad administrativa

Área de servicio

Misión del puesto

Estará encargado de la cobranza en caja, de actividades relacionadas a reservas y asignación de mesas, así como también de recibir a los proveedores pagar facturas.

Denominación del puesto

Cajero – recepcionista.

Rol del puesto

Atención al cliente, manejo de dinero, Cobranza, realización de reservas, asignación de mesas, ayuda a mesero cuando haya muchos clientes.

Remuneración

\$ 1000

Méritos aspectos a considerar*Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista.*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo superior en administración o contabilidad. Al menos un idioma fluido a parte del idioma nativo, de preferencia inglés.	Al menos 1 año de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.	Adaptabilidad, Análisis de problemas, Análisis numérico, Atención al cliente, Respeto, Comunicación, Puntualidad, Compromiso, Decisión, Tolerancia al estrés, Capacidad de escucha, Integridad, Solidaridad, Planificación y organización, Sociabilidad, Honestidad, Trabajo en equipo, Responsabilidad.

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez.

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la Cafetería “Galapaguito” entre los futuros clientes enfatizando a calidad del servicio a brindar, además de la difusión de la imagen, los productos de desayunos, almuerzos, picadas, cafetería, coctelería, principalmente a través de diferentes medios digitales, dirigido especialmente a los consumidores potenciales.

3.2 Investigación de mercado

Galapaguito consideró realizar una investigación de mercado, en base a una encuesta que permite recopilar información generalizada de los clientes que a futuro visitaran la cafetería o que gusten de este tipo de establecimientos, se utilizó el medio digital Whats App y correo electrónico.

Se escogió el barrio Albatros por ser el lugar en donde se instalará el negocio, la investigación aplicada se realizó por medios físicos y digitales, para determinar el posicionamiento

La encuesta está estructurada con preguntas cerradas y de opción múltiple, del total del cuestionario de 10. El objetivo de la encuesta estaba encaminado a conocer si les gusta el café como producto principal, el grado de satisfacción al abrir una cafetería, con cuantas personas visita las cafeterías y valores que estarían dispuestos a pagar por un café.

Además, se logró conocer las preferencias de horarios de visita a la cafetería y se pueda ofrecer a los clientes para que se sientan a gusto el lapso de tiempo que permanezcan en el establecimiento.

3.3 Modalidad

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma presencial, digital online y por WhatsApp, donde un fin de semana se encuestó a 100 personas de forma aleatoria que estuvieron en sus casas en el Barrio Albatros y que pasaron por este sector, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas y de opción múltiple.

3.4 Plan de Muestreo

En este trabajo existe un universo definido, se tuvo contratiempos para recoger la información en forma presencial, unos aceptaron que se les haga la encuesta proporcionando sus correos electrónicos otros su número telefónico, ya que se realizó en emergencia sanitaria por el (ONMICROM)

Se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales se encontraban por el sector. Se toma en cuenta solo a personas mayores de edad que comparten entre amigos y familia todos los días y fines de semana. 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

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

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

$$n = 100$$

3.5 Análisis de las encuestas

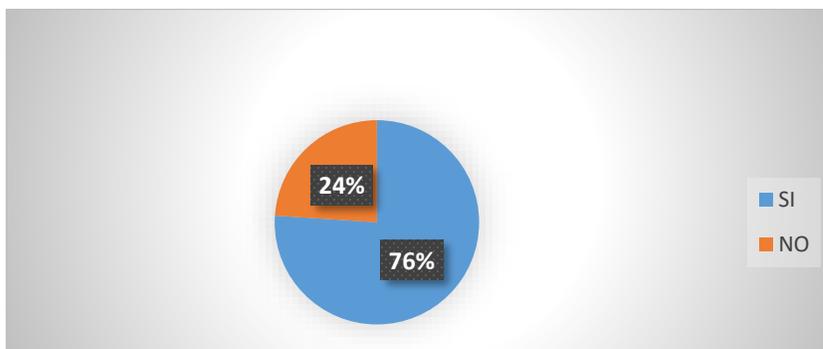
3.5.1 Pregunta 1.

¿Suele usted acudir a alguna cafetería?

Tabla 2 - Pregunta 1

¿Suele usted acudir a alguna cafetería ?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	76	76
NO	24	24
TOTAL	100	100%

Gráfico 1 - Pregunta 1



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

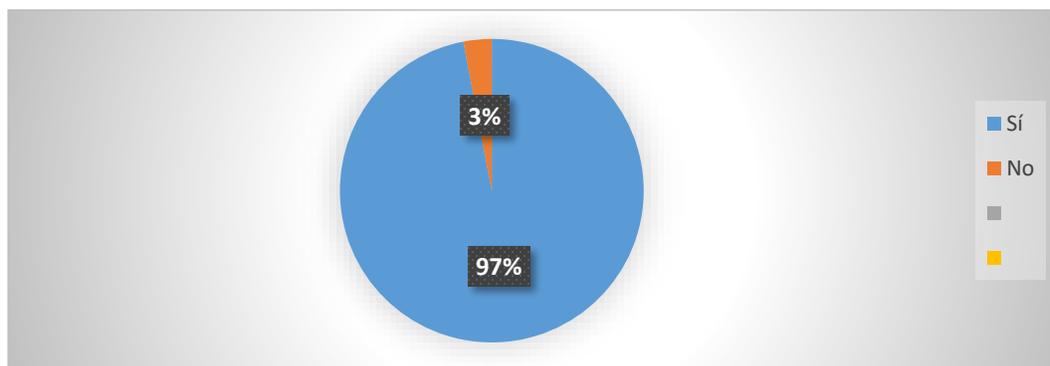
Análisis

Al responder a esta pregunta los encuestados en su gran mayoría mencionan que, si suelen acudir a cafeterías, las respuestas positivas nos ayudan a determinar que a las personas les gusta compartir su tiempo en este tipo de lugares con amigos y este resultado es muy conveniente tener en cuenta que hay muchas personas que desean haya más sitios para sus encuentros y que sirvan especialmente café. Las respuestas positivas determinan que es conveniente abrir la Cafetería Galapaguito.

3.5.2 Pregunta 2.

¿Consume usted Café?

Gráfico 2 - Pregunta 2



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 3 - Pregunta 2

¿Consume usted Café?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	97	97
No	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

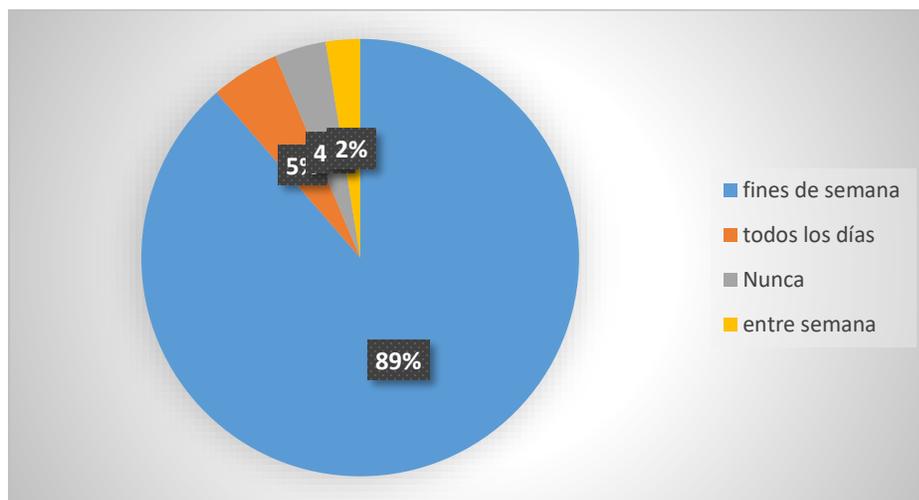
Análisis

Los encuestados responden casi en su totalidad que consumen café, este producto es básico en los desayunos de turistas nacionales y extranjeros, por lo que es importante buscar la calidad del café en la preparación. Dependerá del café de su aroma para poder atraer a más clientes. Son pocas las personas entrevistadas que no son afines al café.

3.5.3 Pregunta 3

¿Qué días por lo general visita una cafetería?

Gráfico 3 - Pregunta 3



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 4 - Pregunta 3

¿Qué días por lo general visita una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Fines de semana	70	70
Todos los días	13	13
Nunca	10	10
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

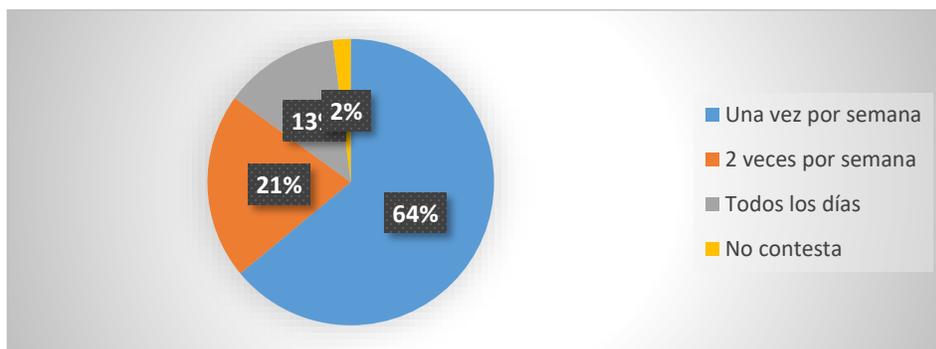
Análisis

Del total de la muestra de personas encuestadas el 70% manifestaron que ellos por lo general visitan una cafetería los fines de semana, entendiéndose como viernes sábado y domingo, el 13% lo hacen entre semana y un 10% indican que nunca lo hacen.

3.5.4 Pregunta 4

¿Con qué frecuencia acude a una cafetería?

Gráfico 4 - Pregunta 4



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 5 - Pregunta 4

¿Con qué frecuencia acude a una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 vez por semana	63	63
2 veces por semana	21	21
Todos los días	13	13
No contesta	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

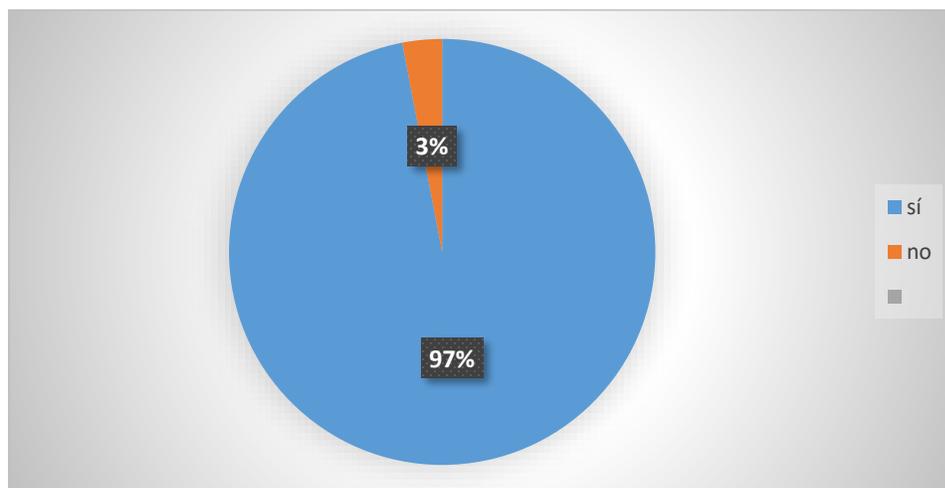
Análisis

Del total de los 100 encuestados un 63% manifiesta que acude a una cafetería una vez por semana, el 21% lo hace dos veces por semana, un 13% lo hace todos los días y un 3% no contesta la pregunta. Lo que manifiestan los encuestados es que en su mayoría salen a consumir café o alimentos rápidos en una cafetería, por lo menos lo hacen una vez a la semana, para conocer los clientes potenciales para Galapaguito.

3.5.5 Pregunta 5.

¿Le gustaría que abrieran una cafetería en la calle Quito?

Gráfico 5 - Pregunta 5



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 6 - Pregunta 5

¿Le gustaría que abrieran una cafetería en la calle Quito?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	97	97
No responde	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

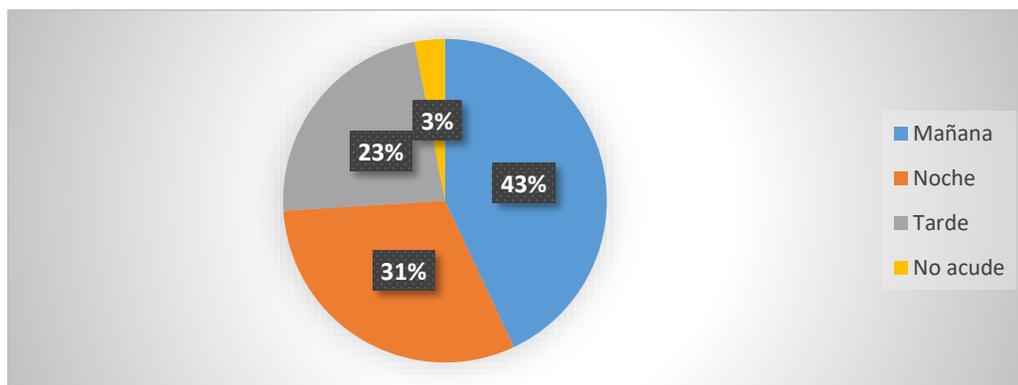
Análisis

Del 100% de encuestados el 97% de los encuestados responden que si es gustaría abrieran una cafetería en la calle Quito, lo que es muy importante para este plan de negocios de la Cafetería Galapaguito porque ratifica la intención de que existirán clientes potenciales que visitarán la cafetería porque es algo previamente aceptado por ellos.

3.5.6 Pregunta 6.

¿En qué momentos del día visita una cafetería?

Gráfico 6 - Pregunta 6



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 7 - Pregunta 6

¿En qué momentos del día visita una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Mañana	43	43
Noche	31	31
Tarde	23	23
No acude	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

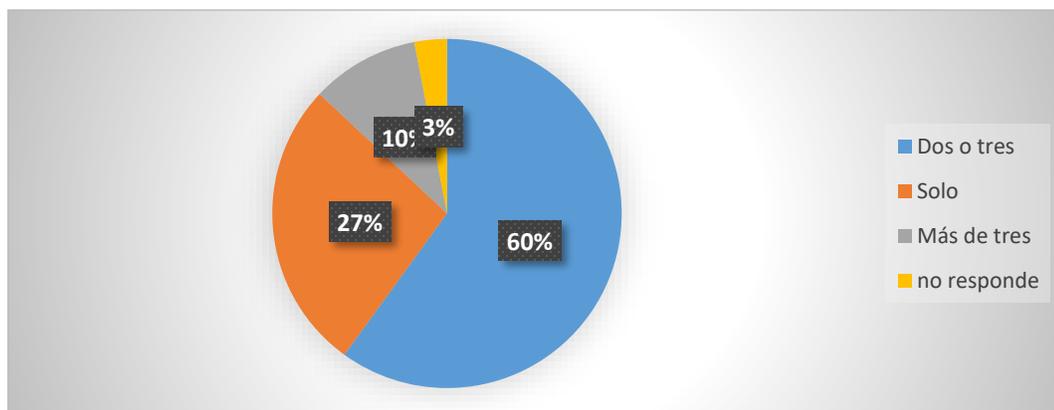
Análisis

De los 100 encuestados el 43% prefiere ir en la mañana a la cafetería, el 3% en la noche, y un 23% en la tarde. Los horarios de preferencia para visitar la cafetería son variados y dependerá de los motivos por los que desee ir, ya sea por satisfacer sus necesidades de alimentación, por disfrutar una conversación, por divertirse, por negocios, por descanso.

3.5.7 Pregunta 7.

¿Con cuántas personas acude a una cafetería?

Gráfico 7 - Pregunta 7



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 8 - Pregunta 7

¿Con cuántas personas acude a una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Dos o tres	60	60
Solo	27	27
Más de tres	10	10
Pregunta sin responder	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

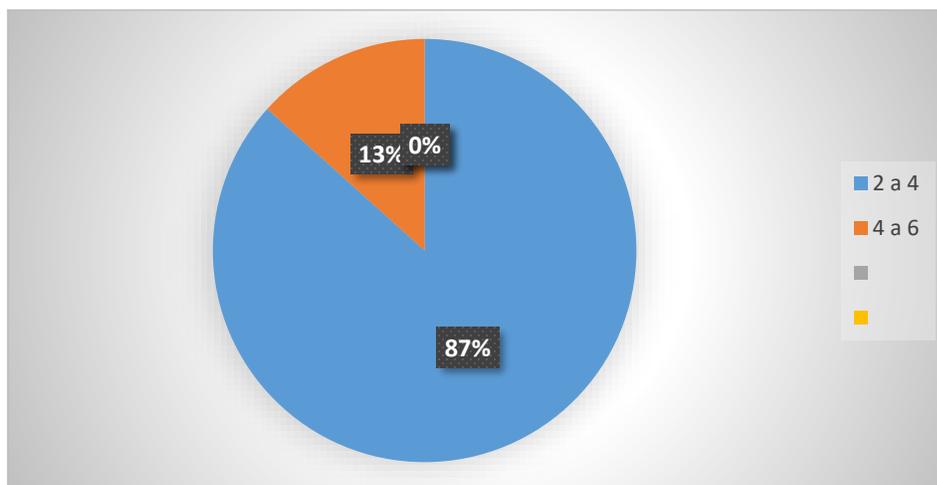
Análisis

De los 100 encuestados el 60% respondió que asisten a una cafetería entre dos o tres personas, el 27% indican que van solos, el 10% manifiestan que van acompañados con más de tres personas, en unos casos serán familiares, amigos, grupos, cumpleaños. Estos también serán clientes potenciales de Cafetería Galapaguito.

3.5.8 Pregunta 8.

¿Cuál sería el valor que está dispuesto a pagar por un café?

Gráfico 8 - Pregunta 8



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 9 - Pregunta 8

¿Cuál sería el valor que está dispuesto a pagar por un café?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
2 a 4	87	87
4 a 6	13	13
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

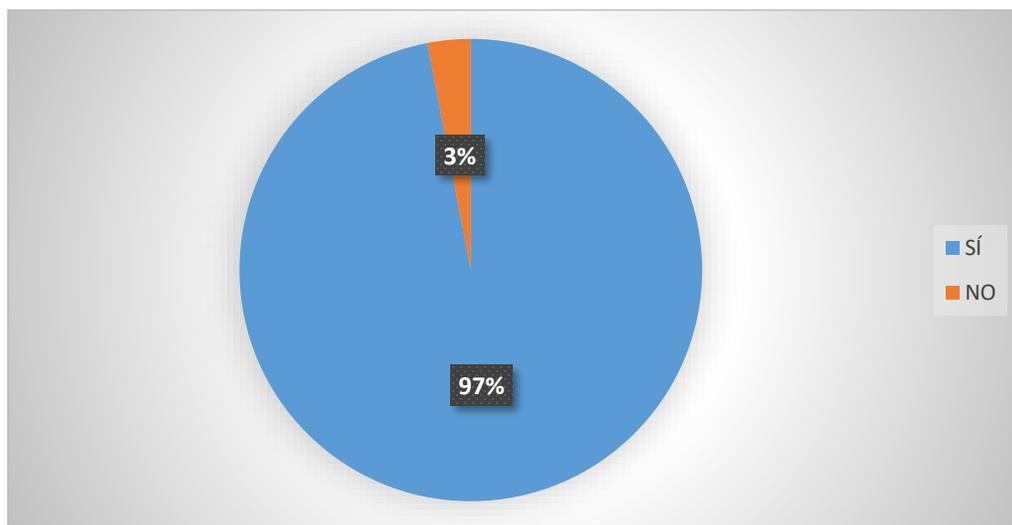
Análisis

De los 100 encuestados en su gran mayoría son personas que gastan una cantidad considerable de dinero en salidas semanalmente, pero cabe recalcar que los precios que decidieron la mayoría o el 87% es de 2 a 4 dólares por café.

3.5.9 Pregunta 9.

¿Le gustaría recibir información sobre productos que ofrece una cafetería?

Gráfico 9 - Pregunta 9



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 10 - Pregunta 9

¿Le gustaría recibir información sobre productos que ofrece una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	97	97
No	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

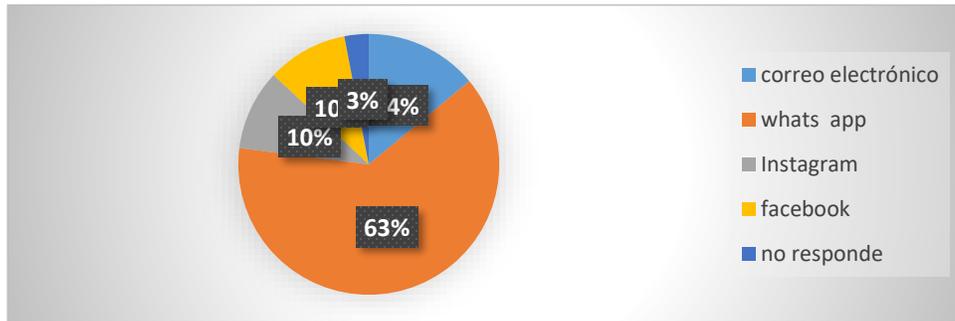
Análisis

De los 100 encuestados un 97% estaría dispuesto a recibir información sobre las promociones, precios y productos que ofrecerá la nueva Cafetería Galapaguito.

3.5.10 Pregunta 10.

¿Por qué medio electrónico le gustaría recibir información?

Gráfico 10 - Pregunta 10



Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Tabla 11 - Pregunta 10

¿Por qué medio electrónico le gustaría recibir información?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Correo electrónico	14	14
Whatsapp	63	63
Instagram	10	10
Facebook	10	10
No responde	3	3
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por la investigadora a partir de los resultados obtenidos

Análisis

De todos los encuestados la mayor cantidad de ellos prefieren recibir información de la cafetería por Whats App 63%, por correo electrónico 14%, por Instagram 10%, por Facebook, y 3% no responde. Las redes sociales son un medio idóneo para publicitar este tipo de negocios, a la vez que se mantiene informado a la comunidad sobre promociones, precios, ofertas.

3.6 Análisis General

Al analizar el resultado de las encuestas realizadas a personas del sector, turistas que pasan por el Barrio, personas que van al mercado que tienen por costumbre asistir a cafeterías aledañas, en general mencionan su gusto por un buen café, que generalmente lo toman los fines de semana, algunas veces entre semana, y otros no lo prefieren por diferentes razones.

La visita a estos lugares lo hacen generalmente una vez por semana hay veces que dos, ratificando casi en su totalidad que preferirían una cafetería en este sector, debido a que no hay otra.

Los encuentros en la Cafetería son generalmente en las mañanas, se piensa que es por los desayunos, menor visitas son sumadas en la noche y en la tarde por lo que se presupone que satisfacen la necesidad de alimentación y esparcimiento en lugares amenos.

Manifiesta que sus familiares también son consumidores de este tipo de producto, esto es importante porque si llegamos a cumplir las necesidades de nuestros clientes directos, estos atraerán también a clientes indirectos, como son las familias de cada uno de nuestros clientes.

Generalmente van acompañados de dos otras personas, sin embargo, también lo hacen cuando están solos, raras veces con familia y amigos en un número mayor.

Han mencionado que el valor que pagarían por un café sería de 2 a 4 dólares como promedio, precios que están de acuerdo con el servicio prestado, pocos mencionan que pagarían más que eso.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales.

Además, mencionan que si se abre la cafetería les gustaría estar informados de las promociones, los productos para así llegara cumplir las necesidades de nuestros clientes del barrio y turistas que pasen por la zona o que hayan visto por las redes sociales, y los clientes indirectos que serían sus acompañantes y personas que generalmente van con los clientes potenciales.

Por eso es importante para Galapaguito Cafetería, manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de cafeterías.

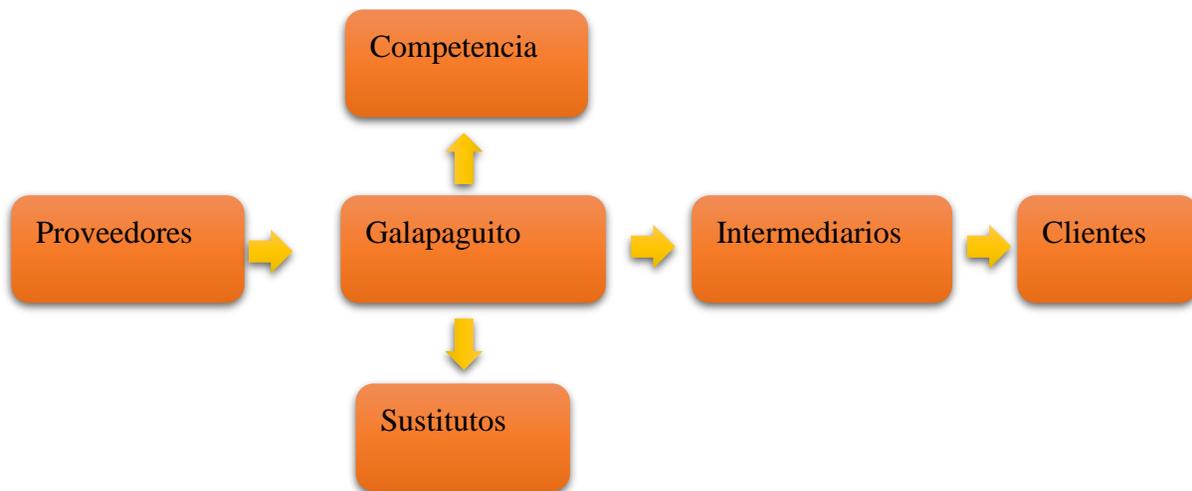
Lo más importante que se pudo analizar es la acogida que pueda tener un local de Cafetería, y para buena fortuna de Galapaguito el porcentaje de aceptación llega casi al 100%. En conclusión, tras analizar los datos se determina que Cafetería Galapaguito es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

3.7 ENTORNO EMPRESARIAL

3.7.1 Microentorno

Cafetería Galapaguito necesita conocer el microentorno en que se encuentra, el perfil de sus competidores aquellos negocios iguales o similares, que servicios ofrecen como referente en precios, calidad y servicio, ha igual que los proveedores y además los futuros clientes potenciales sean estos directos o indirectos

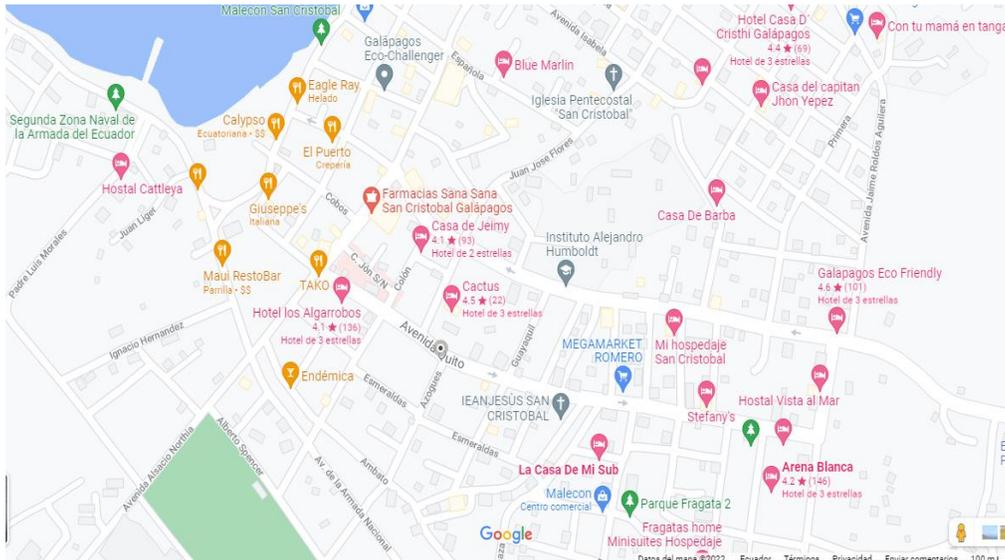
Gráfico 11 - Microentorno



Nota: Fiorella Rodríguez. (2022). Esquema microentorno Galapaguito.

3.7.1.1 Ubicación

Gráfico 12 - Ubicación



Nota: Tomado por Fiorella Rodríguez de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.904062,-89.6094517,17z?hl=es>

3.7.1.2 Competencia directa

La ubicación de Cafetería Galapaguito no tiene establecimientos como competencia directa en la Avenida Quito del Barrio Albatros. 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.

3.7.1.3 Competencia indirecta

A 10 metros se encuentra ubicado el Mercado Municipal de San Cristóbal, en este lugar sirven desayunos, café y otros alimentos que en este caso sería el único que brinda el servicio en un Patio de Comidas.

3.7.1.4 *Sustitutos*

Después de recorrer el sector se encontraron algunos sustitutos a 10 metros se encuentran el Minimarket Alvarado, Supermercado Galamaxi, Tienda, Minimarket de Yojhys. Estos hacen las veces de sustitutos al vender alimentos y bebidas preparados, sin embargo, no se consideran competencia al no ser un establecimiento de alimentos y bebidas.

3.7.1.5 *Proveedores*

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Galapaguito, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 12 - Tabla de proveedores

Tabla de proveedores		
Proveedor	Materia prima Fiabilidad y beneficios	Producto
Supermercado Galamaxi	Variedad de productos. Productos de calidad. Establecimientos extensos.	Café, azúcar, crema de leche, canela.
Panadería Samy y Panadería Sabor Cuencano	Productos de calidad y frescos Productos del día.	Pan, tostadas, bocaditos elaborados de harina. Variedad de panes, canapés
Agua San Cristóbal El Progreso y All Natural	Siguen procesos de higiene y seguridad. Entrega al establecimiento.	Agua en bidones y de 6 litros
Bodega ALXMAYOR	Variedad de productos. Productos de calidad.	Licores
Mercado San Cristóbal	Productos locales Precios bajos	Vegetales, embutidos, cárnicos, papas.

3.7.1.6 Intermediarios

Galapaguitos comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

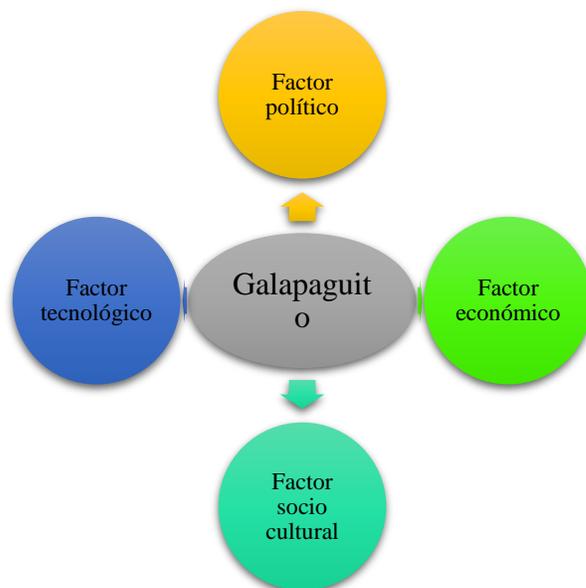
3.7.1.7 Clientes

Galapaguito es una cafetería, especialmente dirigida a personas adultas, hombres y mujeres que transitan por el lugar para saborear un delicioso café con aroma y que van por satisfacer necesidades de alimentación, diversión, entretenimiento y descanso.

3.7.2 Macroentorno

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

Gráfico 13 -Macroentorno



Nota: Diseñado por Fiorella Rodríguez.

3.7.2.1 Factor Político

La Isla San Cristóbal es la segunda más grande y una de las más antigua de las 14 islas, ha igual que todos los lugares “Los procesos políticos y la legislación influyen las regulaciones del entorno a las que los factores deben someterse. Las legislaciones gubernamentales pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una compañía. (Martínez & Milla, 2012, p 32).

Al igual que en el continente la Cámara de turismo de Galápagos es la que rige a nivel general, ha igual que la Cámara de Turismo de San Cristóbal.

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM.

Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria, el MINTUR, ARCSA y el MSP han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. Galapaguito realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de las nuevas reglamentaciones que exige el COE nacional en cuanto a horarios de atención.

3.7.2.2 Factor Económico

Las principales actividades económicas de San Cristóbal son la turística y la artesanal, parte de la población se dedica a la agricultura ganadería que se desarrolla en la parte alta de la isla, correspondiente al sector rural de la isla.

Estos dos últimos años Ecuador y el mundo vive un declive económico debido a la pandemia, el sector turístico fue el más afectado, se cerraron empresas, despido masivo de personas, ahora que se están reiniciando las actividades económicas en todo el país y la gente empieza a salir es el momento para emprender un negocio.

Es por eso que Galapaguito está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

3.7.2.3 Factor Sociocultural

En cuanto a este factor Galapaguito ofrece variedades de café, sánduches, jugos, batidos con materia prima propia del Ecuador e ingredientes de origen nacional, para con esto resaltar la cultura ecuatoriana. La tradición que tenía el Ecuador de producir un buen café con aroma es de muchos años atrás por lo tanto es importante resaltar el valor que esto representa. El café es parte de la identidad del Ecuador gracias a la diversidad de ecosistemas en el país, su producción se da en el continente y también en las exóticas Islas Galápagos, su consumo es apreciado como producto nacional.

3.7.2.4 Factor Tecnológico

Las actividades para la innovación tecnológica, se consideran aquellos procesos que producen un desarrollo o innovación dentro de la materia tecnológica. Dentro de estas se encuentran la investigación científica en cuanto a desarrollo tecnológico para la adquisición de aparatos y herramientas para mejorar la producción.

Cafetería El Galapaguito será un establecimiento donde los usuarios harán uso de la tecnología en cuanto a uso de redes sociales, además los avances tecnológicos están enfocados en todos los aspectos, hablando del área de restaurantes, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de cierto restaurante.

La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos. Galapaguito trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes.

3.8 Producto y servicio

Galapaguito es una cafetería dedicada a la preparación de variedades de café, se enfoca en la preparación de bebidas frías y calientes, entre las frías está el mismo café, adicionalmente tostadas, sánduches, tartas, granizados, jugos agregando innovación y control en los costos de producción, con énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad. También ofrece servicio de delivery (entrega a domicilio) y take away (servicio para llevar).

3.8.1 *Producto Esencial*

Hoy en día los clientes de restaurantes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados, disfrutando de algo atractivo para su paladar, buscan un ambiente divertido con una temática llamativa. Lo que se proyecta a los clientes es el café como factor cultural en el que se toma como una bebida diaria producto ecuatoriano siempre y cuando se preparado con calidad, vaya acompañado de un excelente servicio al cliente.

En Galapaguito, el producto esencial que se vende es la experiencia de poder degustar el café, bebidas, sánduches preparados con profesionalismo y un buen manejo de (BPM) en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo en donde pueden no solo degustar un delicioso café, sino también disfrutar de un momento de recreación entre familia y amigos. Esta información será divulgada a través de las distintas plataformas virtuales, tanto en el feed como en las stories.

3.8.2 *Producto real*

El cliente “lo que compra es un conjunto de beneficios reales o imaginarios, los consumidores aceptan invertir dinero y esfuerzo para obtener un producto según la importancia que concedan a sus necesidades y los recursos que dispongan” (Colbert, F. & Cuadrado, 2003. P.45).

Galapaguito ofrece una gran variedad de productos de bebidas y alimentos tradicionales e innovadores entre los que se pueden encontrar:

- Sánduches de jamón, queso y mixto.

- Tablitas: sophisticated de queso, jamón, aceitunas y champiñones
- Ecuadorian: bolones y empanadas.
- Tradicionales: empanadas, humitas, tamales.
- Bebidas calientes: café tinto, con crema, con leche, latte, cappuccino, cappuccino doble, helado, a la italiana, espresso, moka, moka con crema, chocolate, té, té helado, aguas aromáticas.
- Bebidas frías: jugos, granizados, gaseosas, agua, gatorade, cifrut.
- Cafés especiales: irish, mint coffe, café Baily's, amaretto, café whisky, crema y canela, café y crema de menta.
- Postres: tiramisú, apple pie, lemon pie, torta de tres leches, cheese cake.

3.8.2.1 Características

Para la elaboración de cada uno de los platos de Galapaguito hay una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados del restaurante. En la cocina, los alimentos son preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los empleados están siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento.

3.8.2.2 *Calidad*

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensillos y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

3.8.2.3 *Estilo*

Galapaguito tiene un estilo “vintage” para cafeterías pequeñas, es uno de los más populares en todos los rincones del mundo.

Se caracteriza por tener un ambiente relacionado con recuerdos, elementos antiguos, objetos de segunda mano, fotografías, y elementos que hablan de una historia social.

El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “empinado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

Gráfico 14 - Estilo



*Nota: tomado por Fiorella Rodríguez de:
<https://www.google.com.ec/search?q=cafeterias+peque%C3%B1as+vintage>*

3.8.2.4 Marca

La marca es el “nombre del producto, servicio o compañía es aquello que el público asocia al producto de una empresa. En este sentido se plantea una marca que va con el nombre de las Islas, un rinconcito pequeño la Cafetería “Galapaguito es un nombre dulce tierno que invita a ingresar a un ambiente que invita a recordar, que transmite paz y tranquilidad.

Galapaguito Cafetería nos invita a conocer más de nuestro país, la cultura ecuatoriana da la bienvenida a nacionales y extranjeros que buscan descanso, que estén dispuestos a disfrutar un rato ameno probando los productos del establecimiento.

3.8.3 *Producto aumentado*

Galapaguito se constituye como exclusivo del lugar, no tiene competencias en su concepto de decoración interior, el cual es vintage clásico de zona costera, acogiendo en donde los clientes buscan un lugar en donde saborear un café con algún postre, además de tener la oportunidad de divertirse con las amistades que los acompañan, mientras esperan sus pedidos, también brinda precios accesibles, para que los costos no sean impedimento para visitar este lugar.

3.9 Plan de introducción al mercado

3.9.1 *Distintivos y Uniformes*

3.9.1.1 *Área de Cocina*

El chef administrador y el ayudante de cocina usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Chef administrador

- Chaqueta blanca de mangas largas y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro de cocina.

- Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- Toca de chef.

Gráfico 15 - Uniforme Chef



Nota: Diseñado por Fiorella Rodríguez a través de la App Canva

Barista

- Camiseta blanca con mangas cortas
- Delantal café con el logo de la empresa
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Champiñón con los sellos distintivos de la empresa.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas.

Gráfico 16 - Uniforme Barista



Nota: Diseñado por Fiorella Rodríguez a través de la App Canva

Personal del área de servicio

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

Mesera y cajera – recepcionista

- Camiseta blanca .
- Camisa blanca mangas largas con el logo de la empresa. El corte dela blusa entallado, con botones negros y lazo negro.
- Pantalón negro.
- Zapatos negros limpios.

Gráfico 17 - Uniforme mesero(a)



Nota: Diseñado por Fiorella Rodríguez a través de la App Canva

Gráfico 18 - Imagotipo Galapaguito



Nota: Diseñado por Fiorella Rodríguez a través de la App Canva

Elementos a destacar:

- Como primera representación gráfica de una Tortuga de Galapagos representante de la biodiversidad de las Islas Galápagos.
- Luego el café tostado en representación de la tradición ecuatoriana.
- El logotipo del establecimiento “Galapaguito”
- El nombre del establecimiento “Cafetería “para diferenciar de un restaurante.
- Los colores usados: el verde en dos tonalidades para la tortuga.
- El café marrón propio del café tostado.
- Amarillo para resaltar las letras.
- Fondo rosáceo bajo que es como una gama que se desprende del café.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre la naturaleza la flora y la fauna, se destacan en la mitad los granos tostados de café, y lo verde de fauna de la Isla.

3.9.2 Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación ayudan a crear una buena imagen corporativa, son una buena herramienta a través de la cual, si está bien diseñada y correctamente impresa, con excelente calidad y acabado, se logra transmitir la personalidad del negocio y además permite fácil recordación. En la tarjeta hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se puede observar elementos como el logotipo de la empresa.

Gráfico 19 - Tarjeta de presentación



Nota: Diseñado por Fiorella Rodríguez a través de la App Canva

3.9.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El que se decida sea el canal y la estrategia definida, la finalidad básica es que el producto esté disponible cuando el cliente lo requiera comprar y es en el Barrio Albatros de la Calle Quito en donde se encontrará el establecimiento.

3.9.3.1 Promoción

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp, Instagram, correo electrónico.
- Otro canal de promoción serán flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

3.9.3.2 *Contacto*

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

3.9.3.3 *Correspondencia.*

- A través de mail corporativo.

3.9.3.4 *Negociación*

- Directa en el establecimiento con cita previa.
- A través de videoconferencia. (Zoom).
- Vía telefónica o whats app.

3.9.3.5 *Financiamiento*

Tabla 13 - Financiamiento

Tarjetas de presentación	200 unidades	\$6.60
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$70.00
TOTAL		\$76.60
TOTAL ANUAL		\$919.20

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez.

3.10 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Galapaguito, sino también todo establecimiento turístico y de restauración, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

La oportunidad más grande que tiene Galapaguito es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: tomar ordenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Galapaguito es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.11 Fijación de Precios

3.11.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

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

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

A continuación, se presentan los costos de

- Costo de ebidas calientes
- Costo de desayunos
- Costo de almuerzos
- Costo de picadas
- Costo de Cocteles

Tabla 14 - Bebidas calientes

Precio bebidas calientes	\$5.00		
Costo bebidas calientes	\$2.50		
Ganancia	\$2.50	MARGEN CONTRIBUCIÓN	DE

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

Tabla 15- Precio Desayunos

Precio desayunos	\$10.00		
Bebida caliente	0.70		
Fruta con granola y yogurt griego	1.00		
Sanduche o derivados del verde	0.80		
Huevos	0.70		
Jugo o batido	0.80		
Costo desayunos	\$4.00		
Ganancia	\$6.00	MARGEN CONTRIBUCIÓN	DE

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

Tabla 16 - Precio Almuerzos

Precio Almuerzos	\$10.00		
Bebida fría	0.50		
Sopa	0.70		
Ensalada	0.50		
Proteína	1.00		
Acompañante	0.50		
Postre	0.80		
Costo almuerzo	4.00		
Ganancia	6.00	MARGEN CONTRIBUCIÓN	DE

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

Tabla 17 - Precio Cocteles

Precio cocteles	\$15.00		
Costo cocteles	\$5.00		
Ganancia	\$10.00	MARGEN CONTRIBUCIÓN	DE

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

Tabla 18 - Precio Picadas

Precio Picadas	\$10.00		
50 gr. Queso maduro	0.80		
50 gr. Jamón serrano	0.80		
50 gr. Aceitunas	0.40		
50 gr. Champiñones al ajillo	0.40		
50 gr. Salami	0.80		
50 gr. Queso Holandés	0.80		
Costo Picadas	4.00		
Ganancia	6.00	MARGEN CONTRIBUCIÓN	DE

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12 Implementación del negocio

3.12.1 Arriendo del local

Tabla 19 - Arriendo

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200	\$1200	\$2400

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.2 Equipos industriales

Tabla 20 - Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cafetera	1	\$280.00	\$280.00
Refrigerador Indurama Ri-395	1	\$420.00	\$420.00
Micro onda	1	\$250.00	\$250.00
Licuada Oster 450W	1	\$50.00	\$50.00
Tanque de gas 30kg	1	\$51.80	\$51.80
TOTAL			\$701.80

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.3 Equipos de computación.

Tabla 21 - Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$575.00	\$575.00
Impresora EPSON Stylus	1	\$35.00	\$35.00
TOTAL			\$610.00

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.4 Muebles

Tabla 22 - Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Anaqueles de cocina	6	\$40.00	\$240.00
Sillas bar	6	\$25.00	\$150.00
Mesas	12	\$40.00	\$480.00
Sillas	2	\$45.00	\$90.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Panera redonda	12	\$2.23	\$27.00
Vaso 325ml	15	\$0.99	\$15.00
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.99	\$78.00
Recipiente grande con tapa	10	\$1.59	\$16.00
Recipiente mediano con tapa	10	\$1.04	\$10.40
Recipiente pequeño con tapa	10	\$0.90	\$9.00
TOTAL			\$1235.40

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.5 Equipos Industriales y seguridad

Tabla 23 - Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$66.64

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.6 Suministros de oficina

Tabla 24 - Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3.40	\$3.40
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
	TOTAL		\$21.04
	TOTAL ANUAL		\$252.48

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.7 Servicios Básicos

Tabla 25 - Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10.00
Luz	\$10.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$25.00
TOTAL	\$90.00
TOTAL ANUAL	\$720.00

Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

3.12.8 Materiales de limpieza.

Gráfico 20 - Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fibra/lustre	1	\$0.90	\$0.90
Esponja lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
	TOTAL		\$64.69
	TOTAL ANUAL		\$776.28

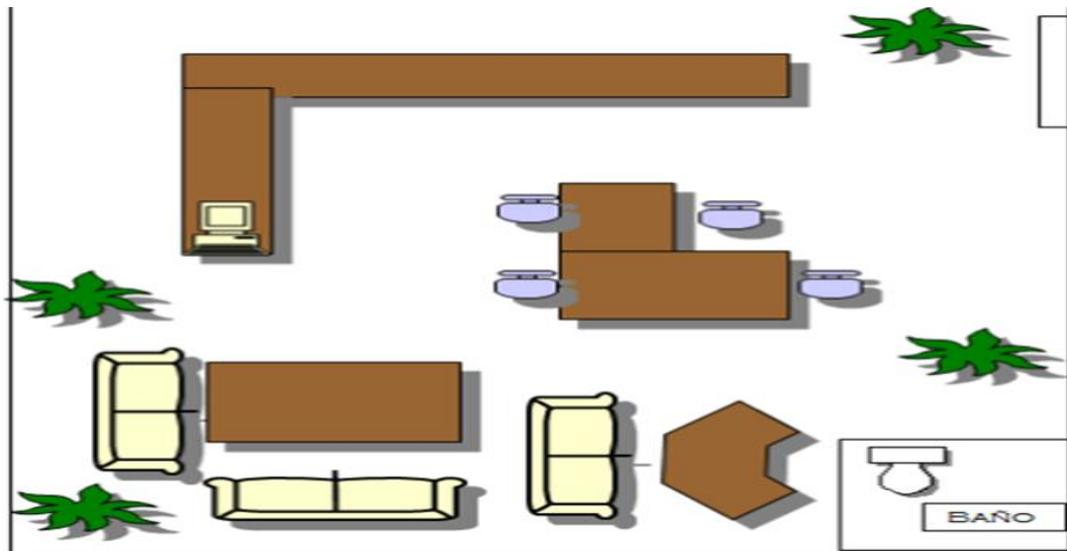
3.13 Estudio arquitectónico

El espacio que se tiene contemplado unos 80 metros cuadrados, se dejen tres partes para la atención al público y una para la preparación del café. En la primera parte de la barra de servicios con los ingredientes necesarios junto a un anaquel de las especialidades de bocaditos para que puedan escoger a su elección.

Las mesas es un lugar donde los comensales podrán disfrutar de su café en un área cómoda, limpia y agradable. Las mesas tendrán servicio de internet. La decoración y el diseño son muy importantes dentro del establecimiento, porque será algo que nos

distinguirá del resto de cafeterías, por lo que las paredes pueden estar pintadas con el objetivo de que tengan iluminación para no oscurecer el lugar pero que tampoco esté demasiado iluminado.

Gráfico 21 - Estudio arquitectónico



Nota: Elaborado por Fiorella Rodríguez

4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para el permiso de funcionamiento de la Cafetería Galapaguito en San Cristóbal provincia de Galápagos los requisitos legales obligatorios son los siguientes.

4.1 Afiliación a la Cámara de Turismo Galápagos

- Hoja de registro del Ministerio de Turismo.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de Carnet de Colono.
- Copia del RUC
- Por la afiliación por primera vez se cobra 0.50 ctvs., y mensualmente 0.40 ctvs.
- Dependiendo de la categoría del establecimiento se cobra: primera categoría \$9.75 x m2 y para segunda categoría \$ 7.65 x m2.

4.2 Servicio de Rentas Internas / SRI

- Obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).
- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Llenar el formulario respectivo.
- Recibo de luz, agua o teléfono.

4.3 Permiso del Cuerpo de Bomberos

- Copia del RUC o RISE
- Compra de un extintor
- Copia de cédula de identidad
- Copia del carné de Residencia
- Copia de la papeleta de votación.

4.4 Certificado de Control Sanitario

- Oficio dirigido a la Directora Provincial, solicitando la apertura.
- Oficio dirigido a la Inspectora o Inspector de sanidad de Puerto Baquerizo Moreno solicitando el certificado sanitario.
- Copia del RUC, RISE
- Copia del certificado de Residencia Permanente.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del certificado de votación.
- Copia del permiso de Bomberos actual.

4.5 Patente Municipal

- Comprar un formulario para la obtención de la patente en el Dpto. de Recaudaciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia del certificado de Carnet de Residencia Permanente.

- Copia de la cédula de Ciudadanía.
- Copia del certificado de votación.
- Copia del permiso de bomberos actual.
- Copia del permiso de salud actual.
- Copia del certificado de CAPTURGAL.

4.6 IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

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

- 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

Locales de consumo de alimentos preparados. - Se considera como CATEFORÍA 4 los establecimientos que ofrecen alimentos y preparados para su consumo inmediato, tales como restaurantes, cafeterías y restaurantes ubicados en el interior de complejos deportivos, estos son: picanterías, comedores, fondas u otros de

naturaleza similar; comidas ligeras: fruterías, juguerías, heladerías, panaderías, café, net confiterías; establecimientos de comida rápida; servicios de catering, entre otro de naturaleza similar.

4.7 Certificado de Registro o Licencia de Funcionamiento

- Solicitud dirigida al Director de Turismo.
- Copia del certificado de Pago de la Patente Municipal
- Copia de registro emitido por el Ministerio de Turismo.
- Certificado de Afiliación a la Cámara de Turismo de Galápagos.
- Copia del RUC.
- Lista de los productos que voy a ofrecer.

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

La industria alimentaria es un sector que tiene un alto impacto con el medio ambiente, ya que, se trabaja con productos orgánicos y químicos donde se puede causar algún tipo de daño en los procesos que realiza la empresa.

Las personas ocasionan basura al momento de ingresar y salir del local, por lo que se colocaran tachos de basura diferentes, clasificando plásticos, papeles y productos orgánicos.

El impacto social se puede visualizar en la comunidad o sector donde está ubicado la cafetería, por lo cual se identificará cosas positivas y negativas cuando este brindando su servicio.

5.2 Impacto ambiental

5.2.1 Contaminación que ocasiona la basura:

La basura que se genere el día será clasificada en orgánica e inorgánica apoyando al reciclaje será enviada en los carros recolectores de basura en el horario previsto, evitando que los animales callejeros rompan o boten las bolsas de basura y se puedan desprender olores desagradables.

5.2.2 Contaminación al momento de limpiar:

Cuando se realiza la limpieza de pisos, cocina, utensilios de cocina y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocara contaminación al medio ambiente.

5.2.3 Consumo de electricidad

los frigoríficos donde se congelan los helados consumen mucha energía.

5.2.4 Consumo de agua

Al momento de realizar la limpieza del establecimiento y los utensilios de cocina si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

5.3 Medidas para contrarrestar los impactos

- Para la basura generada en el local se colocarán tachos de basura en sitios estratégicos que estén visibles para los clientes.
- Comprobar que la tubería que desemboca en el alcantarillado este en buen estado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener las refrigeradoras y congeladoras conectadas a un adaptador de consumo de energía.

5.4 Impacto social

5.4.1 Equidad de género

Galapaguito desarrollara una política de equidad de género que evita la discriminación profesional en salarios, trato, carreras profesionales. También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas del negocio.

5.4.2 Generar empleo

La Cafetería será una empresa generadora de empleo a personas del sector que son que aprueben las competencias laborales y personales para cada puesto.

5.4.3 Atracción de empleados

La gestión empresarial estará enfocada a ser sostenible y responsable de sus obligaciones, los que serán tratados sin discriminación alguna, con la finalidad que sean parte de la empresa, seguros de su trabajo y se logre el máximo desempeño.

5.5 Matriz Leopold

Soria 2016 “La matriz de Leopold es un método cualitativo de evaluación de impacto ambiental creado en 1971. Se utiliza para identificar el impacto inicial de un proyecto en un entorno natural”. El sistema consiste en una matriz de información donde las columnas representan varias actividades que se hacen durante el proyecto.

Gráfico 22 - Matriz Leopold

FASE DE CONSTRUCCIÓN				ACTIVIDADES CON POSIBLES EFECTOS								
C A O M B P I O E N N E T N A T L E E S S	ELEMENTO	COMPONENTES	IMPACTOS	CARÁCTER	DISEÑO DE INTERIORES	TRANSPORTE DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ENTRADA Y SALIDA DE CAMIONES	DISEÑO DE EXTERIORES	CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURAS Y REDES ELÉCTRICAS	INSTALACION DE MATERIAL INDUSTRIAL	LIMPIEZA DE MATERIALES SOBRESANTES	
	FÍSICO-QUÍMICO	AIRE	Generación de Ruido		-	2,8	4,3	2,4	2,8	3,4	4	4,6
			Emision de contaminantes		-	2,8	5	2,4	3,36	2,8	4,2	3,6
		SUELO	Generación de Residuos (Tierra y escombros)		-	3,3			5,6	4,2	2,6	
			Cambio en la Geomorfología , Topografía del terreno		-	5,85	3,4	4,2	7	5,6	3,0	
			Compactación del Suelo		-			3,1		7		
		AGUA	Calidad de aguas superficiales		-							
	Calidad de aguas subterrneas		-		4,8	6,1	4,7	2,8				
	BIÓTICO	FLORA	Pérdida de la cobertura vegetal y Deforestación		-	6,8	4,6	2,8	3,2	5,4		
			Pérdida de biodiversidad		-	6,24	4,0	4,4	4,4	4,20		4,0
FAUNA		Migracion de especies endemicas		-	4,8	4,0	4,0	4				
		Alteracion del hábitat de la zona		-	4,6	5,2	4,2	7	4,0	2,0	2,8	
SOCIOECONÓMICO CULTURAL	SOCIAL	Accion antropica en una area protegida		+	4	4,0	4,8	4	4,0	4		
	PAISAJE	Alteración del Paisaje del area protegida		-	7	4,8	5,4	5,4	6,1	5,17	4,0	
	EMPLEO	Incremento de fuentes de trabajo		+	4,2	4,0	2,1	4,8	4,0	2,8		
					52,13	47,8	45,94	55,81	53,29	27,81	18,99	

Nota: La matriz fue elaborada por Fiorella Rodríguez.

6 PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el presente capítulo se analizarán los aspectos financieros de la empresa, haciendo uso de distintas herramientas administrativas, evidenciando si el proyecto es factible o no.

6.2 Activos Fijos

Carvajal 2017 “Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles”. Dichos activos por lo general son considerados para tener una larga vida.

Tabla 26 - Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$1235.40
Equipos y Maquinarias	\$701.80
Equipos de Computación	\$610
Equipos Ind./ seguridad	\$66.64
Total	\$2613.84

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.3 Activos diferidos

Fuenzalida 2019 “Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que, en este caso,

se la instaura como Sociedad Acción Simplificada lo que representa que la inscripción es gratuita”. En este caso en particular los gastos legales serán de \$800, el permiso de funcionamiento de \$76,32 y las patentes municipales de \$101,04 lo que nos da un total de activos diferidos de \$977,36.

Tabla 27 - Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Inscripción Compañía (SAS)	\$0
Gastos legales	\$800
Permisos funcionamiento	\$76,32
Patentes municipales	\$101,04
Total	\$977,36

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.4 Capital de trabajo

Padilla 2016 “El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad”. En tal sentido el capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio. Son inversiones que permiten poner en operación el negocio día a día.

En lo que concierne al establecimiento, tenemos un costo de materia prima \$776.00; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$720.00; de sueldos y salarios de \$35693,52 los gastos de publicidad de \$919,20, arriendo 2400,00. El capital de trabajo es de **\$47224,68**.

Tabla 28 - Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de materia prima	\$776.00
Servicios básicos	\$720,00
Sueldos y salarios	\$35693,52
Gastos publicidad	\$919,20
Material de limpieza y oficina	\$1024,76
Arriendo	\$2400
Gasto financiero	\$2100
Total	\$43633.48

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa es de **\$47224.68**

Tabla 29 - Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	\$2.613,84
Total Activos Diferidos	\$ 977,36
Total Capital de Trabajo	\$43633.48
Total	\$47224.68

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.5 Sueldos

En la siguiente tabla se presenta el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales

Tabla 30 - 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
Gerente General	1	\$750,00	\$62.50	\$62.50	\$89,20	\$75,60	\$977.30	\$11727.60
Chef	1	\$500,00	\$41,66	\$41,66	\$44,60	\$37,80	\$665.72	\$7988.64
Barista	1	\$500,00	\$41,66	\$41,66	\$44,60	\$37,80	\$665.72	\$7988.64
Mesero	1	\$300,00	\$25,00	\$25,00	\$44,60	\$37,80	\$432.40	\$5188.80
TOTAL	4	\$2250,00	\$124.98	\$124.98	\$242.60	\$189.80	\$2974.46	\$35693.52

Elaborado por: La Investigadora

Cumpliendo con el proceso de pago exigido por la ley el total es de \$35693.52 anual.

6.6 Depreciación activos fijos.

Oquendo 2015 “La depreciación es un procedimiento (de contabilidad) que tiene como fin distribuir de una manera sistemática y razonable el costo de los activos fijos tangibles, menos su valor de rescate, si lo tiene entre la vida útil estimada de la unidad. Por lo tanto, la depreciación contable es un proceso de distribución y no de valuación.

- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33,33 % anual

En la siguiente tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$403.70.

Tabla 31 - Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	\$1235.40	10%	\$123.54
Equipos y Maquinaria	\$768,44	10%	\$76,84
Equipos de computación	\$610	33,33%	\$203.31
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			\$403,70

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.7 Amortizaciones

Solórzano 2011 “La amortización es el proceso mediante el cual se distribuyen gradualmente los costos de una deuda por medio de pagos periódicos”. Los pagos o cuotas servirán para pagar los intereses de tu crédito y reducir el importe de tu deuda.

Tabla 32 - Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$977.36	20%	\$195.47

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.8 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$15.000,00 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%.

Tabla 33 - Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO				\$15.000
TASA				14%
PLAZO				5
FRECUANCIA	48			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$15.000
1	\$4369.25	2100.00	2269.25	12730.75
2	\$4369.25	1782.30	2586.95	10143.80
3	\$4369.25	1420.13	2949.12	7194.68
4	\$4369.25	1007.25	3362.00	3832.68
5	\$4369.25	536.57	3832.68	0,00

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 15.000,00 llegando al año 5, el pago de interés de \$6846.27 y a su vez el pago capital de \$15.000,00, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

6.9 Estructura capital

Existen diferentes tipos de capitales para formar una empresa, en este caso se lo hará con financiamiento del banco, el cual es de \$15.000 con una estructura del 32% el costo es del 14 % que otorga el 4.4% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$47224.68 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 13.3% valor indicador de la factibilidad de la empresa

Tabla 34 - Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	\$32224.68	68%	13%	8.9%
Capital Financiero	\$15.000	32%	14%	4.4%
Total	\$47224.68	100%		13.3% TMAR

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.10 Punto de equilibrio

Yáñez 2013 “es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida”.

En la siguiente tabla, se muestran los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. Dicho valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos mensuales, el valor total mensual es de \$3299.12

Tabla 35 - Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Materia prima	\$64,66
Arriendo	\$200
Sueldos	\$2974,46
Ser. Básicos	\$60
	\$3299,12

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.11 Margen de contribución

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Entonces el valor de los almuerzos es de 10,00, el valor del costo sería \$4.00 por lo que el margen de contribución será de \$6.00.

Tabla 36 - Margen de contribución

Costos de almuerzos			
Precio	10		
Costo	4		
Ganancia	6	MARGEN DE	CONTRIBUCIÓN

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

El punto de equilibrio según moreno 2015 “es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias”. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias.

Tabla 37 - Punto de equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			
PE=	550		
	550 almuerzos		18,3 Diario
VENTA	550	10	\$5498,5
COSTO	550	4	\$2199,4
GASTO			\$3299,12

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.12 Ventas Proyectadas

Tabla 38 - Ventas Proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
1000	10000	120000	Ventas
1000	4000	48000	Costo

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.13 Costo de ventas

Hinojosa 2016 “El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende”. El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La siguiente tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 3.01% aproximadamente.

Tabla 39 - Proyección costos

FLUJODEVENTAS	0	1	2	3	4	5
VENTAS		120000,00	123612,00	127332,72	131165,44	135113,52
COSTO DE VENTAS		48000,00	49444,80	50933,09	52466,17	54045,41
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		72000,00	74167,20	76399,63	78699,26	81068,11
GASTOS ADMINISTRATIVOS		35693,52	36767,89	37874,61	39014,63	40188,97
SERVICIOS BASICOS		720,00	741,67	764,00	786,99	810,68
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1024,76	1055,61	1087,38	1120,11	1153,82
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
PUBLICIDAD		919,20	946,87	975,37	1004,73	1034,97
DEPRECIACIONES		403,70	403,70	403,70	403,70	403,70
AMORTIZACIONES		195,47	195,47	195,47	195,47	195,47
UTILIDAD OPERATIVA		30643,35	31583,75	32552,46	33550,32	34578,22
GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		28543,35	29801,45	31132,32	32543,07	34041,65
BASE IMPOSITIVA		10346,96	10803,02	11285,47	11796,86	12340,10
UTILIDAD NETA		18196,39	18998,42	19846,86	20746,20	21701,55

6.14 6.13 Flujo de Caja

Tabla 40 - Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		30643,35	31583,75	32552,46	33550,32	34578,22
DEPRECIACION		403,70	403,70	403,70	403,70	403,70
AMORTIZACION		195,47	195,47	195,47	195,47	195,47
- BASE IMPOSITIVA		10346,96	10803,02	11285,47	11796,86	12340,10
- GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
- PAGO CAPITAL		2.269,25	2.586,95	2.949,12	3.362,00	3.832,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-47224,68	16.526,30	17.010,64	17.496,90	17.983,38	18.468,04

Elaborado por: Fiorella Rodríguez

6.15 Cálculo del TIR y el VAN

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

6.16 VAN (Valor Actual Neto)

Ordoñez 2013 “El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, \$ 14054,09 y un TIR 24,25%

Tabla 41 - Indicadores financieros

VAN	\$14.054,09
TIR	24,25%
TMAR	13,32%

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Basándose en los aspectos teóricos se rescata que los negocios en las Islas Galápagos tienen un mayor enfoque en el sector turístico. Sin embargo, la influencia de extranjerismos hace que la sociedad adopte costumbres de afuera. En función de eso, San Cristóbal pese a ser una pequeña ciudad cuenta con grandes mercados enfocados tanto en nativos como en turistas.
- Después de la aplicación de la encuesta se pudo diagnosticar que los habitantes si están prestos a consumir este tipo de productos, sin embargo, consideran pagar un precio menor en referencia al que pagan los turistas. Pese a que en la isla el sueldo básico es muy superior al continente, el contexto cultural de las clases media y media baja, es tradicionalista y no está muy presto a adquirir el producto que en este caso se oferta. Por ende, se apunta a un segmento turístico y nativos con nivel adquisitivo, medio alto y alto.
- La aplicación del proyecto ha tenido un importante rol en la mejora la identificación de los estándares socioculturales de la región, ha permitido discernir el público objetivo y ha sido una guía en cuanto a la oferta que se quiere proyectar. Esto evidencia que mantener una planificación en la gestión de las actividades es prioritario en el proceso de construir un negocio.

- Las estrategias de enseñanza más adecuadas para trabajar con los estudiantes deben estar planificadas en función de la forma de aprender de la mayoría de los estudiantes. En base a esto deben ir acorde al estilo visual que es el más desarrollado en la mayoría de estudiantes. Los estilos de aprendizaje deben ser aplicados de forma planificada, detectando el potencial propio de cada estudiante.
- El análisis financiero ha permitido tener un panorama de seguridad frente a la inversión. No hay negocio factible sin este estudio, pues en base a esto se puede saber si la empresa será factible o por el contrario fracasará. En beneficio propio, el análisis financiero arrojó cifras muy por encima de las expectativas. Por lo cual el proyecto si es factible.
- Una vez expuestas todas las necesidades que requiere el giro de negocio se procedió con un análisis financiero de los recursos a utilizarse para dar vida al negocio. Conforme a lo propuesto en ventas el proyecto resulta factible. Pues cubre los gastos y deja en gran medida una extensa ganancia. Por lo cual se puede considerar en un momento determinado aumentar sueldos, contratar personal o mejorar las instalaciones.

7.2 Recomendaciones

- Los empresarios de San Cristóbal trabajan en función de los estilos propios de la isla, acogidos a temáticas, cultura, ecosistema, economía y factores de producción. Es así que, es necesario mantener esa línea para no romper con las temáticas propias de la isla.
- Los colaboradores deben ser capacitados constantemente sobre estilos de atención al cliente y cómo trabajar con cada uno de ellos, con el fin de que puedan formar permanente por medio de la utilización de actividades recreativas que motiven y cambien la manera de atender al cliente. Esto le permite al negocio impulsar los productos que ofrece, potencializando su capacidad de venta.
- Es recomendable diseñar de forma permanente estudios de factibilidad para cualquier gestión que se desea aplicar en el negocio. Esta propuesta debe marcar un precedente de lo importante que es identificar las falencias y trabajar en su gestión de mejora continua.
- Es recomendable elaborar un sistema que incluya dentro de la planificación anual, estrategias y estilos empresariales. Es necesario que la empresa este en continua adaptación a las necesidades de los clientes y para ello debe mantener un diseño empresarial a largo plazo.
- En base a los resultados que arrojó el análisis financiero, el cual refleja un enorme ingreso de utilidades anuales, es recomendable reestructurar ciertas cifras. Es factible incentivar a los empleados con un aumento de sueldo, bonos e incentivos.

8 Bibliografía

Araujo (2010) *Interpretación Empresarial del Método Global de Análisis Estructural*. Mimeografiado. México.

Borja (2016). *Cómo han aprendido a administrar los mexicanos*. México, Ed. Pax-Méxucim

Calle (2011) *Libro del empresario moderno*. México.

Dunn (1978) *Plan de negocios para restaurantes*. 2 ed. Buenos Aires

Erazo (2018) *Contenidos de Aprendizaje, Anexo I: Procesos de adquisición de la gestión empresarial*. 3 ed. México.

Ferrer (2017) *Programa para la Modernización empresarial 2017-2018: Propuesta para tu primera empresa*. Santiago, Chile.

Ferreiro, E., (1990) *Alfabetización en proceso*. Proceso de alfabetización. La alfabetización en proceso. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.

González (2000). *Comprensión del sistema empresarial*. Monterrey México.

Guterra. (2015). *Los sistemas de administración estratégica*. 11 ed. México, Ed. Siglo XXI, 1989. 367 p.

Machado (2019). *Economía integral* Ediciones Venezolanas, Mérida, Venezuela.

Malacaria. (2010). *Estilos de desempeño empresarial*. Ed. Huerta. Montevideo, S.E.P.

Meza y Gómez (2018). *Construcción e intercambio*, Aique, Buenos Aires.

- Morales (2012) *Nuevas Perspectivas sobre los procesos de gestión*. 3 ed. México, Ed. Siglo XXI.
- Muñoz (2012) *Fundamentos del aprendizaje administrativo: La enseñanza del idioma en la educación general básica*. (1979). V. III. España, Ed. Santillana.
- Palomino (2015) *La lectura empresarial. Terminología. Práctica Pedagógica*. México
- Reyes (2015) *Los empresarios y sus hábitos*. México, ed. Oasis.
- Reyes (2019) *Libro Para el empresario moderno*. México, Disigraf.
- Soto (2014) *Aprendiendo a gestionar*, ICE-HORSORI, Barcelona.
- Takayama (2015). *Plan y programas de gestión. Educación empresarial*. Lima, Perú.
- Torres (2016) *Guía para realizar investigaciones sociales*. México, Plaza y Valdés.
- Viscarra (2018) *Análisis de las perturbaciones en el proceso de emprendimiento*. Bogotá, S.E.P.,
- Yáñez (2018) *Situaciones de Aprendizaje de la gestión económica y empresarial*. Ed. Marcus, Santiago.
- Zarate, L. (2018). *Conciencia económica: Teoría, evaluación e intervención financiera*, Síntesis, Madrid.

9 ANEXOS

Sillas



Mesas



Barra



Barras
 100 \$
 Publicado hace 5 semanas en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Nuevo

Barras para su restaurant , discotecas y negocios en general a los mejores precios inf : [hidden information]



Quito, Pichincha
 La ubicación es aproximada

Información del vendedor [Detalles del vendedor](#)

 Juan Pablo

Se unió a Facebook en 2017

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Cocina industrial



Cocina industrial
 260 \$
 Publicado hace una semana en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Usado - Buen estado

Vendo cocina industrial de tres quemadores (bronce), con horno incluye manguera y valvula de gas totalmente funcional y en buen estado ubicado en el sector de Calderón para información [0911111111111111](#)



Quito, Pichincha
 La ubicación es aproximada

Información del vendedor [Detalles del vendedor](#)

 Estrellita Lizmeris Mojica

Se unió a Facebook en 2017

Envía un mensaje al vendedor

Cafetera



Cafetera de oportunidad
3600 \$ - Disponible
Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles

Estado Nuevo

Vendo de oportunidad flamante por estrenar sin uso. Cafetera de vapor express de 25 litros, dos boquillas y copas, válvulas de presión y marcadores, 110W y a Gas / para espresso, mocachino, latte, té, capuchino y todo tipo de bebidas calientes. Negociable.

Etiquetas

Cafetera emprendimiento negocio
expresso cafetería Mostrar más

Quito, Pichincha
La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigues estando disponible?