

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E

FACULTAD DE GASTRONOMÍA



Título del Trabajo

**Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad
en Quimbitas Plaza de la avenida Ilalo “El Tingo”**

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de
Licenciado en Gastronomía

Autor:

Alexis Geovanny Herrera Lara

Director del Trabajo de Titulación:

Mgtr. Patricia Cadena

Quito, Ecuador

Junio, 2023

CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Estimado (a)

Director(a) de la Carrera de Gastronomía

Mgst. Juan Francisco Romero

Presente

Yo, Patricia Cadena directora del trabajo de titulación realizado por Alexis Herrera, estudiante de la carrera de Gastronomía, informo haber revisado el presente documento titulado **Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza de la avenida Ilalo “El Tingo”** según lo establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo Institucional vigente; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
PATRICIA
ALEXANDRACADENA
VALLEJO

Mgst. Patricia Cadena
Directora de Tesis

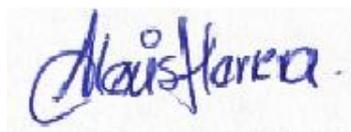
Declaración y Autorización

Yo, Alexis Geovanny Herrera Lara declaro, en forma libre y voluntaria, que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: “Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza de la avenida Ilalo “El Tingo”, previa a la obtención del título profesional de Licenciado en Gastronomía, en la Dirección de la Escuela de Gastronomía. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a.

Declaro, igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT, en formato digital una copia del referido Trabajo de Titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.

Autorizo, finalmente, a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E (Repositorio Institucional), el referido Trabajo de Titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 28 días del mes de septiembre de 2023

A handwritten signature in blue ink that reads "Alexis Herrera". The signature is written in a cursive style with a period at the end.

AlexisHerrera

CI. 1723203368

Agradecimiento

Agradezco al ser espiritual que ha influido de manera positiva sobre mi vida, dándome siempre la fuerza y sabiduría necesaria para superar cualquier obstáculo.

Gracias a mis padres por apóyame siempre para poder alcanzar mis metas y cumplir mis sueños, por confiar, creer en mí, por cada consejo que me ha ayudado a cumplir todos mis objetivos, por estar siempre pendientes guiándome en los momentos difíciles, a mi hija por ser el motivo que me impulso a superarme personal y profesionalmente. A esa personal tan especial que con su presencia influyo en mí, demostrándome que es mejor hacerlo en equipo cuando los logros de uno son la felicidad del otro. También quiero agradecer a mi Tutora MSc. Patricia Cadena, por su tiempo, disposición y su excelente doctrina brindándome conocimiento y buenas bases para realizar este trabajo.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi Madre, que ha sido mi apoyo incondicional desde pequeño enseñándome a jamás rendirme por más dura que sea la situación aferrándome a mi sueño y luchando para conseguirlo, a mi Padre que con su frase a no ser uno más del montón marcó mi camino para ser diferente al resto, con su carácter me moldeó para ser una buena persona y siempre estuvo presente para verme alcanzar mis metas. A mis abuelos los primeros que cuidaron de mí, enseñándome valores que en la actualidad me destacan como un muchacho correcto. A mi hija que cambió mi perspectiva de la vida desde muy joven. A mi familia que es mi motor para plantearme más metas, ya que su felicidad es la mía sin duda alguna.

INDICE GENERAL

Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EI PROBLEMA.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Justificación e Impacto de la investigación	6
Alcance de la investigación.....	7
CAPITULO II	8
MARCO TEORICO.....	8
Antecedentes de la investigación	8
Bases Teóricas.....	10
Cafetería.....	10
Tipos de cafeterías.....	10
Cafeterías de especialidad	11
Estudio de factibilidad	12
La CFN	12
Fondo de garantías	13
Descripción del Negocio.....	13
Nichos de Mercados Deseados	13
Posicionamiento del negocio	13
Costo de Producción y Desarrollo.....	13
Ventas y Marketing	14
Resumen Ejecutivo	14
Presentación.....	14
Planificación Estratégica	14
Asignación Administrativa.....	15
Normas Sanitarias.....	15
Selección de la Tecnología.....	15
Planificación Financiera.....	15
Base Legal	15

Ministerio de turismo.....	16
Clasificación de los establecimientos Turísticos de Alimentos y Bebidas según el (MINISTERIO DE TURISMO, 2018)	16
Licencia Metropolitana Única Para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) 2022	17
Adicional para obtener el permiso de funcionamiento que emite la LUAE es necesario contar con documentos que avalen que el establecimiento está en condiciones óptimas para iniciar sus operaciones.	17
Cuerpo de Bomberos del distrito Metropolitano de Quito	17
Permiso de Bomberos 2020	17
Agencia Nacional de Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA)	17
CAPÍTULO III	19
MARCO METODOLOGICO	19
Paradigma.....	19
Enfoque.....	19
Nivel de investigación	20
Diseño de la investigación	20
Tipo de investigación	21
Población y Muestra	21
Muestra.....	21
Técnica e instrumento de recolección de datos	22
Operacionalización de Variables	23
Validez y confiabilidad	1
CAPITULO IV.....	4
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	4
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	16
Estudio de mercado	17
Nicho de mercado	17
Análisis de oferta y demanda.....	18
Demanda Probable	18
Oferta actual	19
Posicionamiento del negocio	20
Descripción del negocio	29
Planificación estratégica.....	33
Matriz FODA.....	33
Planificación legal	35

Licencia Metropolitana Única Para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) 2022	36
Cuerpo de Bomberos del distrito Metropolitano de Quito	37
Maquinaria y Equipos	38
Estudio financiero.....	42
Análisis de la VAN y el TIR.....	49
CAPITULO V	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
Conclusiones.....	50
Recomendaciones	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
Anexos	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable	1
Tabla 2 Validación de instrumentos mediante juicio de expertos.....	1
Tabla 3 Alfa de Cronbach	3
Tabla 4 ¿Cuál es su rango de edad?.....	4
Tabla 5 ¿En qué sector vive?.....	5
Tabla 6 ¿Suele ir a cafeterías?	6
Tabla 7 Normalmente ¿Cuánto es lo que invierte en consumo promedio de dinero en una cafetería?	7
Tabla 8 En una cafetería ¿Cuáles son los productos de su mayor agrado? (Puede marcar más de una opción)	8
Tabla 9 ¿Cuándo visita una cafetería generalmente lo hace?	9
Tabla 10 ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería? (Puede marcar más de una opción)	10
Tabla 11 ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga una cafetería?	11
Tabla 12 ¿Qué tipo de servicios o entretenimientos adicionales le gustaría recibir? ..	12
Tabla 13 ¿En qué horario visita cafeterías?.....	13
Tabla 14 ¿Con qué frecuencia visitaría la cafetería?	13
Tabla 15 ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista, la visitaría?	14
Tabla 16 ¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar?	15
Tabla 17 Nicho de mercado	18
Tabla 18 Demanda probable 2023	19
Tabla 19 ¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar?	19
Tabla 20 Estilo de la cafetería.....	21
Tabla 21 ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista, la visitaría?	22
Tabla 22 Menú tentativo.....	23
Tabla 23 Productos exclusivos de la cafetería de especialidad.	24

Tabla 24 Funciones del personal	31
Tabla 25 Matriz FODA	33
Tabla 26 requisitos para la constitución de la empresa	35
Tabla 27 ¿Cómo hacer el trámite?	35
Tabla 28 requisitos para la obtención de la LUAE	36
Tabla 29 Requisitos para obtener el permiso de los bomberos	37
Tabla 30 Requisitos para el permiso de funcionamiento	37
Tabla 31 Maquinaria y equipos	38
Tabla 32 Equipos de oficina	39
Tabla 33 Vajilla	39
Tabla 34 Menaje	40
Tabla 35 Muebles y enseres	41
Tabla 36 Activos fijos	38
Tabla 37 Sueldo anual de los colaboradores	39
Tabla 38 Sueldo colaboradores para 5 años	40
Tabla 39 Menú tentativo con precios	41
Tabla 40 Gasto por persona	42
Tabla 41 Demanda probable	43
Tabla 42 Calculo de materia prima	43
Tabla 43 Calculo servicios básicos	44
Tabla 44 Calculo costos fijos	44
Tabla 45 Calculo de costos variables	45
Tabla 46 Calculo capital de trabajo	45
Tabla 47 Balance general	46
Tabla 48 Calculo de pérdidas y ganancias	47
Tabla 49 Calculo flujo de caja	47
Tabla 50 Calculo de la VAN	49
Tabla 51 Calculo de la TIR	49

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE FIGURAS	ix
Figura 1 Rango de edad	5
Figura 2 Residencia	5
Figura 3 visita a cafeterías	6
Figura 4 Consumo promedio	7
Figura 5 Productos de preferencia	8
Figura 6 Con quien visita una cafetería	9
Figura 7 Motivos de visita a una cafetería	10
Figura 8 Atributos de una cafetería	11
Figura 9 Servicios y entretenimiento	12
Figura 10 Horario de visita	13
Figura 11 Frecuencia de visita	14
Figura 12 Acogida de la idea de negocio	15

Figura 13 Cafeterías existentes en el mercado	16
Figura 14 Receta Coffee lemonade.....	25
Figura 16 Croquis de la plaza	28
Figura 17 Locales disponibles.....	28
Figura 20 Organigrama Empresarial	31

Alexis Herrera. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA DE ESPECIALIDAD EN QUIMBITAS PLAZA DE LA AVENIDA ILALO “EL TINGO”. Carrera Gastronomía. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito Ecuador. 2023. (104) pp.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo, realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en Quimbitas plaza de la avenida Ilaló “El Tingo”. Los posibles clientes serán personas que residan en el sector que oscilan entre 25 y 30 años. De acuerdo con la encuesta realizada la demanda existente es aceptable frente a la oferta, por lo tanto, mediante la investigación de mercado la cafetería de especialidad sería viable. El desarrollo de la investigación se realizó utilizando de apoyo el modelo de la Corporación Financiera Nacional. Analizando tres estudios importantes. Estudio de Mercado, donde se determinó las características del público y servicio, se analizó la oferta y la demanda actual de personas que frecuentan cafeterías de especialidad, asimismo se determinó los precios por los servicios ofertados y se identificaron los posibles canales de comercialización. Estudio Técnico, donde se determinó la estructura de la cafetería de especialidad, la localización, los equipos, maquinarias y mobiliario, organigrama empresarial, funciones y menú tentativo. Estudio Financiero, en el cual se determinó los ingresos, los costos fijos, los costos variables, maquinarias, equipos y la inversión inicial, así como el flujo de caja del proyecto, valor actual neto (VAN) el resultado obtenido que es de \$110.968,21 mayor a cero del valor actual neto se define que la posible creación de una cafetería de especialidad es viable, mientras que la tasa interna de retorno (TIR) es del 82% que indica que la creación y ejecución del proyecto es rentable, puesto que es una tasa superior a la tasa de descuento. Finalmente se pudo concluir que por los resultados obtenidos el proyecto es factible.

Palabras Clave: Estudio de factibilidad, Cafetería de especialidad, Minimalismo, Barista, Oferta, Demanda, VAN, TIR

INTRODUCCIÓN

Las primeras cafeterías tienen origen en los años 1550 estas eran denominadas como espacios que se usaban para las pláticas y se visitaban estos lugares para disfrutar del café. Con el pasar de los años, se fueron dando a conocer instalándose en varias partes del mundo cafeterías desarrollando varios conceptos. Una de ellas se denomina de especialidad.

En la actualidad las cafeterías de especialidad son espacios con un concepto llamativo que no solo se dedica al expendio de bebidas a base de café. También brinda una experiencia diferente con su interacción directa e inducción de los productos disponibles para el consumo del cliente. Brindando un espacio acogedor con un diseño diferente, un ser servicio personalizado. El valor agregado de estos sitios el uso de granos especiales de café que dan un sabor diferente a cada preparación, son seleccionados por el cliente y molidos en ese momento por el especialista conocido como barista.

En Quito, especialmente en el Valle de los Chillos en el sector el tingo, no existe un establecimiento de este tipo que este bien direccionado desde la perspectiva de servicio de cafetería de especialidad, es decir llevan una misma metodología de trabajo, lo cual no generan un valor agregado para el cliente. De igual forma de los negocios existentes en la zona, se detectan falencias en la infraestructura, prestación de servicios, atención al cliente, calidad, entre otros.

Por tal motivo, se plantea un estudio de factibilidad para la creación de este tipo de negocios, sin embargo, cabe destacar la necesidad de crear una microempresa sustentable y sostenible frente a un mercado competitivo, en cual la mayor parte de emprendimientos fracasan debido a visiones poco fundamentadas y estrategias inadecuadas, por todo aquello, es oportuno determinar recursos que definan si es factible o no.

De acuerdo con lo antes mencionado, el presente estudio se orienta a determinar la factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en “Quimbitas Plaza de la Avenida Ilalo sector El Tingo Valle de los Chillos en la ciudad de Quito, esto con el objeto de ofrecer una opción innovadora a un grupo de potenciales clientes, crear fuentes de empleo y aportar al crecimiento del sector.

La presente investigación se estructuro de la siguiente forma: en el capítulo I expone el planteamiento del problema, la respectiva justificación y una recapitulación de lo efectuado en base a los objetivos inicialmente planteados, mismos que sirvieron para alinear el desarrollo de la investigación dentro de una estructura lógica y secuencial.

En el capítulo II se realizó el Marco Teórico mismo que sirvió para sustentar el presente trabajo en base a referencias de autores, investigaciones y otros estudios en base al tema planteado.

Posteriormente, en el capítulo III se desarrolló la metodología de investigación aplicada, el enfoque, los métodos, el tipo de estudio, el diseño, las técnicas y procesos de investigación aplicados para la recolección de datos e información de campo.

Seguidamente, en el capítulo IV se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos del proceso de investigación y finalmente en el capítulo V se determinan las respectivas conclusiones y recomendaciones como resultado de la investigación realizada y el cumplimiento de objetivos.

CAPITULO I

EI PROBLEMA

En el presente capítulo se describe el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación la justificación e impacto y el alcance del estudio.

Planteamiento del problema

Las primeras cafeterías según Bartra Vergés, Cobo & Paz Paredes (2011), en su libro La hora del Café mencionan que “Tienen origen en los años 1550 estas eran denominadas espacios que se usaban para las pláticas y principalmente los árabes se juntaban en estos lugares públicos para disfrutar del café” (pág 41). Con el pasar de los años, se fueron instalando en el resto del mundo, cafeterías con varios conceptos, como las que actualmente se denominan de especialidad.

Estos sitios son lugares con un concepto llamativo que se dedican a servir café de alta calidad, ya que realiza preparaciones con diferentes variedades de granos para obtener un sabor singular en cada bebida preparada por el barista, lo que permite que cada cliente encuentre la que mejor se adapte a sus gustos (Ramírez, 2018).

El Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE 2022) menciona que estos establecimientos: “Deben constar de tres pilares fundamentales para ser denominados de especialidad, los cuales son: el concepto, el barista y el café”. En relación con lo antes mencionado se puede decir que en ello consiste el éxito de la mayoría de las cafeterías de este tipo a nivel mundial.

Existen varios sitios que se dedican al expendio de bebidas en el mundo, que se enfocan en los conceptos antes mencionados. Como referencia en el Continente Asiático: OWL café ubicada en Tokio, que es considerada una de las 15 mejores cafeterías de especialidad ya que con el tiempo la originalidad ha ido ampliándose, de tal modo que, en este lugar estaremos rodeados de búhos.

Según (El Magazine del Viajero, 2022) podrás tocarlos y tenerlos en tu mano durante un momento mientras se disfruta de los servicios que ofrece el lugar.

Esto le permitió obtener el primer lugar en Japón por "Principales actividades y tours de viajeros internacionales" en 2019 y 2020 por dos años consecutivos. Además, desde el año 2016 al 2020 han sido premiados por Tripadvisor como "La cafetería con temática de animales más popular del mundo con el mayor número de reseñas". Por tal motivo, recibió a 100.000 visitantes de más de 90 países. Referencias que han sido tomada de (Búho Café Tokio JAPÓN, 2014).

Por otro lado, en España se encuentra la cafetería llamada Casa Neutrale que es una cafetería de especialidad enfocado al minimalismo. Para ello, contrataron a un estudio de arquitectura dedicado a este tipo de diseño, encargado de crear el interior del local inspirándose en los ideales sencillos y delicados que definen a Neutrale, como su lema "Less but better". (Menos es mejor). Dando como resultado un espacio donde se puede disfrutar de este estilo minimalista no solo consumiendo los productos, sino viviendo una experiencia así lo menciona la Periodista editora y redactora de Living (Continente, 2021).

De igual manera en América dentro de las nuevas ofertas culinarias que surgen día a día en la Ciudad de México. Se encuentra la cafetería Quentin la cual está especializada en los mejores granos de café tanto nacionales como internacionales. Cada semana se ofrece diferentes variedades de bebidas, también las personas pueden encontrar los mejores cafés internacionales. Tiene una barra abierta para ver cómo se prepara de cerca el producto. Los visitantes pueden aprender de cada grano de café y conocer la historia detrás del producto final. (Vázquez, 2022)

Actualmente en el Ecuador, existen cafeterías de especialidad una de ellas es Sailor Coffee, una cafetería guayaquileña con un diseño australiano ya que utiliza decoraciones naturales como: plantas, troncos de árboles, madera, y fotografías artísticas, mezclando el arte con la buena bebida. De esta manera hace que sus clientes se transporten a un lugar tranquilo donde pueden disfrutar de un buen café. Su concepto del ancla y el marinero es traer varias cosas a un solo puerto.

Es así que vasados en el concepto en su puerto se encontrara la vajilla que es traída de Tokio, las tazas de Nueva Zelanda, ciertos platos que se sirven son elaboraciones de otros países, la idea es que todas las experiencias y preparaciones llamativas que existen alrededor del mundo se replican en Sailor pero integrándolas con sabores ecuatorianos (Uribe & Schwarzkopf, 2023).

.

En función del tema tratado en la ciudad de Quito, en el Valle de los Chillos sobre la avenida Ilaló sector El Tingo, se encuentra en funcionamiento una zona comercial llamada "Quimbitas Plaza", que es concurrida por su fácil acceso ya que está situada en una calle principal, también tiene alrededor conjuntos habitacionales, locales que inician sus actividades desde tempranas horas en la mañana, sitios de interés público como: bancos, micro mercados, etc. Además, turistas que transitan por la zona generan un tráfico de personas entre semana en dicho sector.

La mayoría de los locales se basan en lo tradicional, y no hay ninguna cafetería ubicada en dicha avenida que se enfoque en el concepto de especialidad, teniendo en cuenta que la demanda crece cada vez más y la mayoría de los consumidores espera mejor calidad en: los productos, servicios y sobre todo la espera de vivir nuevas experiencias. Analizando estos factores se puede generar una oportunidad para implementar un servicio que cubra las necesidades antes mencionadas. Por lo tanto, es importante realizar un estudio de factibilidad que permita analizar si es posible o no situar en la plaza comercial una cafetería de especialidad enfocada en nuevos conceptos y nuevas experiencias para los consumidores que estén abiertos a visitar este tipo de lugares.

En relación con lo anteriormente planteado, se presentan las siguientes interrogantes:

¿Qué elementos se deben considerar para realizar un estudio de factibilidad?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza de la avenida Ilalo “El Tingo”.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para identificar las características del público objetivo y del servicio a ofrecer por medio de encuestas.
- Identificar la maquinaria y equipo necesario para una cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza.
- Determinar la factibilidad de la cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza mediante la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN).

Justificación e Impacto de la investigación

Desde el punto de vista social busca satisfacer las demandas de futuros clientes y también sus necesidades, gustos y preferencias, con una infraestructura acogedora cercana al sector, con productos de calidad, servicio y un concepto que brinde una nueva experiencia. Generando también fuentes de empleo para personas con conocimientos del negocio.

El aporte a la comunidad se justifica en primer lugar, porque la investigación tiene por objetivo introducir una cafetería de especialidad en la nueva plaza comercial que permita proporcionara un establecimiento diferente en el sector, educando e introduciendo al mundo del café a la población del valle de los chillos en el sector El Tingo.

Desde el punto de vista académico, será un aporte para futuras investigaciones relacionadas, como una evidencia empírica sobre la aplicación de una metodología para evaluar la viabilidad del proyecto a partir de un caso específico. Por lo cual este proyecto de investigación puede ser usado como base de información para proyectos que deseen ampliar la investigación.

Desde el aporte práctico será útil para continuar con el desarrollo de un plan de negocios referente a las cafeterías de especialidad apoyándose en los resultados obtenidos en este trabajo ya que se realizará un estudio de factibilidad para determinar si es viable la creación de dicho modelo de negocio.

Para finalizar, desde el punto de vista teórico, la investigación aporta al ámbito gastronómico, con un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en la Avenida Ilalo, la cual permitirá que futuros emprendedores vean una oportunidad con esta posible idea de negocio para con ello forjar una imagen y reputación dentro del mercado de las cafeterías. Generando nuevas fuentes de empleo, para las personas que tenga conocimiento en el área, logrando un adecuado funcionamiento en la parte interna y externa de la cafetería brindando así un servicio de calidad.

Alcance de la investigación

La investigación se enfocará en un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en “Quimbitas plaza” ubicada sobre la Avenida Ilalo, sector El Tingo, Valle de los Chillos en la ciudad de Quito. En el periodo de abril a septiembre del 2023. Para el estudio se recopilará información mediante encuestas, esto le da un enfoque cuantitativo a la investigación permitiendo analizar los datos y medir si es factible la oportunidad para emprender en el ámbito gastronómico.

CAPITULO II

El este capítulo se detallan los fundamentos teóricos en base al tema de investigación, donde se redacta los antecedentes de investigación y sus bases teóricas enfocados en un estudio de factibilidad para una cafetería de especialidad.

MARCO TEORICO

Antecedentes de la investigación

La Universidad de Ciencias Comerciales en su repositorio cuenta con la investigación realizada por López, Ortiz; Reyes (2022) Managua, titulada “Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería Bohemios durante el primer cuatrimestre de 2022 en Managua”. se planteó como principal objetivo evaluar mediante un estudio de mercado la creación de cafetería “Bohemios” para la recepción y factibilidad de negocio en Managua. En este trabajo emplearon una metodología mixta, logrando recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Los principales resultados mostraron que se determinó la factibilidad del negocio identificando el nicho de mercado óptimo y el nivel de aceptación del emprendimiento.

Esta investigación oriento al presente estudio con la información necesaria para el desarrollo del estudio de mercado de una cafetería, así como las técnicas e instrumentos que se pueden utilizar para la recopilación de información confiable que aporte al análisis del futuro cliente en el mercado actual.

En la misma línea se encuentra el estudio elaborado por Delgado (2015) Chile, con el título “Plan de negocio para una cafetería de productos orgánicos y artesanías: canela café”, cuyo principal objetivo fue desarrollar un plan de negocio para una cadena de Cafeterías y tiendas de artesanías locales que se posicionen en la Región Metropolitana, entregando productos nacionales, de origen orgánico y con productos provenientes del comercio. La metodología utilizada consistió en un análisis estratégico mediante las Fuerzas de Porter, un análisis FODA y un análisis PEST. Análisis que permitió detectar la rentabilidad en la creación de una cafetería con el tipo de servicio antes mencionado.

El estudio antes mencionado fue de utilidad para la aplicación de un FODA que permita definir la fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto que pretende proponer la creación de una cafetería de especialidad que al ser nueva en el mercado seleccionado requiere de un análisis interno y externa que pueden influir en el éxito o fracaso del negocio.

Por otro lado, Mogrovejo, Campos, Campos, & Vidal, (2020) Cuenca, en su trabajo titulado “Proyecto de factibilidad para instalar una heladería-cafetería en el cantón la Troncal” planteándose como objetivo principal determinar si los productos que se van a ofrecer en el nuevo establecimiento son del agrado de la población de La Troncal. Cuya metodología de estudio utilizada fue una investigación mixta; cuantitativa y cualitativa. Con este trabajo se pudo concluir que la idea de negocio es viable ya que los resultados del estudio financiero certifican la viabilidad del futuro negocio.

Este trabajo oriento a la investigación en curso al desarrollo del estudio técnico con una información significativa en base a la implementación de maquinarias y equipos necesarios para una función específica, teniendo en cuenta la dimensión del local seleccionado, el diseño, ubicación y los permisos de modificación de un establecimiento que es arrendado.

Finalmente, se tomó en cuenta el estudio presentado en la Universidad Iberoamericana del Ecuador realizado por Aguilar (2022) Quito, titulado “Plan de negocios para la creación de una cafetería dedicada a la producción y comercialización de elaboraciones tradicionales de Quito”, el objetivo principal fue realizar un plan de negocios para la creación de una cafetería dedicada a la producción y comercialización de elaboraciones tradicionales de Quito, mediante la aplicación de herramientas mercadológicas que determinen la viabilidad técnica financiera del proyecto, en el Distrito Metropolitano de Quito.

Con la investigación realizada se obtiene una base del desarrollo de un plan de negocios para una cafetería analizando los diferentes estudios a desarrollar en un estudio de factibilidad, para verificar si el negocio que se desea aplicar es o no rentable conforme los resultados obtenidos en el desarrollo del estudio financiero.

Bases Teóricas

Cafetería

Una cafetería es un lugar donde se expenden alimentos y bebidas, desde un desayuno normal, hasta un servicio completo. El menú se puede encontrar productos preparados para que se pueden servir con una regeneración breve o bien productos preparados al momento. En la actualidad el objetivo principal es la satisfacción del cliente, brindando un servicio excelente, con personas expertas en la preparación de bebidas y para generar una experiencia placentera al momento de tomar un café (Acuña, 2018).

Las cafeterías se categorizan al igual que los restaurantes, bares y los hoteles. El distintivo que se utiliza en el caso de los hoteles son las estrellas, para los restaurantes los tenedores, para los bares las copas y en el caso de las cafeterías son tazas. La normativa indica que, para acceder a una categoría debe cumplir una serie de requisitos. En el caso de las cafeterías se califica sus instalaciones, servicios prestados, productos, etc. Cuantos más requisitos se cumplan, más número de tazas tendrá (Acuña, 2018).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, una cafetería está asociado a la gastronomía. Es decir, su función principal es la alimentación, existen diferentes tipos de cafeterías. Que brinda nuevas experiencias a los clientes dependiendo el concepto de cada establecimiento y a la vez estas pueden categorizarse dependiendo el servicio que ofertan.

Tipos de cafeterías

Según Vernáez quien es citado por (Acuña, 2018). Existen tres tipos de cafeterías, que hacen referencia directa a todas las posibilidades que hay para abordar un mismo producto y ajustarlo de tal forma que sea capaz de adaptarse a los gustos de un tipo de público. Entre ellas encontramos: a las tradicionales, temáticas y modernas.

- ***Tradicionales:*** Por lo general, estas son las típicas cafeterías pequeñas y sencillas en las que pueden encontrarse un menú no tan variado y

precios más accesibles ya que su objetivo es brindar un producto no tan elaborado fácil de adquirirlo. Por ejemplo, son una gran manera de poder experimentar la gastronomía popular.

- **Temáticas:** Este tipo de cafeterías que existen en la actualidad, se caracterizan principalmente por la manera de fusionar el negocio con un tema en específico para comercializar bebidas y comidas. Un ejemplo es una cafetería deportiva en la cual se encontrará todo referente al deporte como: fotos, implementos, balones, camisetas e incluso varios nombres de equipos en el menú.
- **Modernas:** Las cafeterías con el pasar de los años empezaron a evolucionar debido a la aparición del barismo en cuanto al servicio, maquinarias y preparaciones. Que además de vender un servicio brinda una experiencia al consumidor. Por ejemplo, el coworking, to walk, de especialidad en otras.

En la presente investigación nos centraremos en las cafeterías de especialidad.

Cafeterías de especialidad

Estas cafeterías se denominan así debido a que se dedican a servir café con ciertas características que lo hacen ser especial como: la calidad, un sabor particular en la infusión y el buen cultivo. Por las cuales el consumidor está dispuesto a pagar un mayor precio. Ya que por los aspectos antes mencionados se diferencian de un café tradicional y lo hace más atractivo para las personas que gustan de este tipo de bebida (Castro, Contreras, Laca, & Keiko, 2004).

Las cafeterías de especialidad deben regirse por tres pilares fundamentales, los cuales son: el concepto, el barista y el café.

- **Concepto:** Este permite conocer la creatividad y el valor agregado que identifica a la cafetería, la vuelve única y además de brindar un entorno diferente que genera una nueva vivencia generando una inquietud en el consumidor para querer visitar una cafetería de este tipo.

- **Barista:** El barista, cuyo origen se puede encontrar en el idioma italiano, menciona que es una persona especializada en café de alta calidad, necesita mucha experiencia teórica y práctica ya que trabaja creando nuevas y diferentes bebidas basadas en él café, también conoce de tueste y catación, esto porque debe ser el que controla la calidad y el tueste. Puede complementar sus bebidas utilizando leches, esencias y licores, entre otros. Y su trabajo con arte del latte, que es crear diseños en la superficie de cafés expresos con leche.
- **Café:** la materia prima y base esencial de la cafetería. Se denomina café a la bebida que se obtiene a partir de la infusión de las semillas tostadas y molidas de los frutos de la planta de café o cafeto.

Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto futuro, que ofrece un bien o servicio para cubrir una necesidad o una demanda insatisfecha, con la ayuda de objetivos y estrategias. Su análisis se realiza cuando el desarrollo de este no tiene una justificación económica establecida o no se cuenta con una alternativa clara de implementación, con la finalidad de demostrar la viabilidad de un nuevo tipo de negocio (Luna & Chaves, Guía para elaborar estudios de factibilidad, 2001).

Para un análisis de factibilidad es necesario apoyarse como primera instancia en el entorno en el cual se desarrollará la investigación, con un diagnóstico situacional. También se aplicarán tres estudios importantes los cuales serán: estudio de mercado, financiero y técnico.

Este estudio se apoyará en el modelo del plan de negocios de la Corporación financiera nacional (CFN)

La CFN

Es una institución financiera pública, cuya misión consiste en impulsar el desarrollo sostenible de los sectores productivos y estratégicos del Ecuador, a través de múltiples servicios financieros y no financieros alineados a las políticas públicas.

Cumple un rol clave siendo un aliado estratégico de programas y proyectos que contribuyan a la sostenibilidad ambiental, social, económica y financiera, fomentando la implementación de mejores prácticas tanto a nivel interno, como también en las actividades de sus clientes, promoviendo un alto nivel de consciencia respecto al impacto de sus operaciones. (CFN, 2023)

Fondo de garantías

Facilita el acceso al crédito a micro, pequeños y medianos empresarios que no tienen garantías adecuadas para respaldar una operación en el Sistema financiero que desarrollen todo tipo de actividades económicas. (CFN, 2023)

A continuación se detalla el modelo del cual se sustenta esta investigación

Descripción del Negocio

Es la información básica de la empresa y debes incluir tu visión y misión corporativas, quién eres, qué ofrecerás, qué necesidades de mercado intentarás satisfacer y por qué es viable tu idea comercial.

Nichos de Mercados Deseados

Debes tomar en consideración qué tipo de proyecto va a ser desarrollado, es una de las partes más importantes y hay que tomar en cuenta el tamaño actual y las tendencias del mercado. Una vez que el nicho está definido descríbelo mediante la geografía, la dimensión de la empresa, la organización del negocio, el estilo de vida, el género, la edad, ocupación y demás características necesarias para retratar a las empresas o consumidores que probablemente compren tu producto o utilicen tu servicio.

Posicionamiento del negocio

Si el proyecto es nuevo, debes realizar un estudio de mercado, a fin de saber si va a generar un impacto en el mismo y si es nuevo debes considerar las proyecciones de oferta y demanda, para de igual forma poder incorporar en el proceso productivo activos fijos que logren la consecución de este objetivo.

Costo de Producción y Desarrollo

En esta parte el presupuesto entra en acción. Deberás incluir el costo del diseño del prototipo y los gastos de su producción. Asegúrate de incluir mano de obra.

Cuando planifique los costos de un plan de contingencia que mencione que ocurriría si hubiera problemas como retrasos, dificultades para cumplir con los estándares de la empresa, errores, etc.

Ventas y Marketing

Describe tanto la estrategia como las tácticas que emplearas para lograr que los clientes compren tus productos. Las ventas y la comercialización son los eslabones débiles de muchos planes de negocios, de modo que es importante que les dediques todo el tiempo que sea necesario.

Una sección sobre ventas y comercialización sólidamente preparada puede servirte como hoja de ruta. También les aseguras a los posibles inversores que tienes un plan viable y los recursos necesarios para promover y vender tus productos y servicios.

Resumen Ejecutivo

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto, en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

Con este resumen, lo que se busca es que capte por sí mismo la atención del lector y motivarlo a aprender más acerca del proyecto asegurándole con ello una junta. De preferencia el resumen debe presentarse en una página, pero si dos, no debe ser todo texto.

Presentación

Dar a conocer los datos generales de la empresa que se desarrollara.

Planificación Estratégica

Consideraremos que el tema de la planificación estratégica es un conjunto de elementos que ayudarán al participante a establecer la dirección de la empresa, o a elaborar el mapa de ruta para lograr los objetivos planteados, es decir realizarás el análisis de la situación actual con proyección a los nuevos objetivos.

Para esto utilizaremos varios direccionadores como: Misión, Visión, Foda (Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas).

Asignación Administrativa

Al participante se le recomendará organizarse en cuanto a la estructura necesaria para la sistematización nacional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de realizar y simplificar las funciones del grupo social.

Normas Sanitarias

Es necesario para la definición de las estrategias, investigar sobre aspectos relacionados con las normas sanitarias. Las autoridades sanitarias en cada mercado suelen determinar normas mínimas de calidad y sanitarias (permisos) que necesitan las empresas para comercializar sus productos/servicios.

Selección de la Tecnología

El tipo de tecnología a usar determina el tipo y cantidad de equipo que se debe adquirir. La tecnología a adquirir debe cumplir con todos los requerimientos que el estudio de mercado haya determinado como cruciales en el proyecto. También debe considerarse disponibilidad de maquinaria, insumos, infraestructura y servicios.

Planificación Financiera

El proyecto desarrollará el estudio financiero con la intención de presentar los valores monetarios necesarios para desarrollar la actividad comercial. La gestión financiera se centra en la búsqueda de fuente de financiamiento y a su vez en el proceso de analizar la factibilidad de un proyecto con base en los posibles recursos económicos y el valor total que se necesita para el proceso de producción

Base Legal

La presente investigación se fundamenta en el Ministerio del Turismo del Ecuador, que es la entidad reguladora de establecimientos que se dedican al expendio de alimentos y bebidas como lo son las cafeterías.

Ministerio de turismo

Clasificación de los establecimientos Turísticos de Alimentos y Bebidas según el (MINISTERIO DE TURISMO, 2018)

El artículo 14 detalla la clasificación de establecimientos que se dedican a la comercialización y elaboración tanto de alimentos como de bebidas. Y qué servicio debe prestar para ser definido como tal.

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca
- e) Establecimiento móvil
- f) Plazas de comida
- g) Servicio de Catering

a) **Cafetería:** Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

El presente proyecto busca ser categorizados como dos tasas por el tipo de producto y servicio que se va a ofrecer, por tal motivo es necesario tener en cuenta que:

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo con el cumplimiento de requisitos establecido en este reglamento.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

- a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tasas y (1) una tasa, siendo (2) dos tasas la mayor categoría y (1) una tasa la menor categoría.

Licencia Metropolitana Única Para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) 2022

Esta identidad emite el permiso de funcionamiento para los futuros emprendimientos entre ellos los gastronómico dentro de los cuales se encuentran las cafeterías.

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas, es el documento con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito otorga a su titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento, ubicado en el territorio del Distrito (Quito D. M., 2019)

El proceso de obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas se inicia con el formulario que se obtiene en la página del municipio, se imprime y llena juntamente con los demás documentos que entrega la administración zonal.

Adicional para obtener el permiso de funcionamiento que emite la LUAE es necesario contar con documentos que avalen que el establecimiento está en condiciones óptimas para iniciar sus operaciones.

Los cuales son:

Cuerpo de Bomberos del distrito Metropolitano de Quito

Permiso de Bomberos 2020

Trámites y Servicios.

Para obtener el permiso de bomberos se ingresa la solicitud, luego se realizará la inspección del sitio, dependiendo de la zona y estación de bomberos a cargo. No tiene costo alguno. (Distrito Metropolitano de Quito, 2020)

Esta autorización se otorga a los nuevos establecimientos luego de realizar la verificación de los sistemas de prevención de incendios instalados en conformidad con los planos aprobados.

Agencia Nacional de Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Normativas e Instructivos 2023

Requisitos:

- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario.
- Copia de cédula de ciudadanía del representante legal del establecimiento.
- Plano de la cafetería escala 1:50
- Croquis de la ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos, copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que laborará en el establecimiento, 38 conferidos por un centro de salud del Ministerio de salud Pública. (ARCSA, Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2019).

De acuerdo con la ley es necesario cumplir con los artículos expuestos por la entidad reguladora para evitar sanciones en cuanto al establecimiento, y de esta manera poder acceder a una categorización que permite ser reconocido ante la ley como uno de los lugares aprobados para el expendio de alimentos y bebidas.

La investigación se apoya en la ley orgánica de emprendimiento para realizar el análisis del estudio financiero con una capital de riesgo ya que en el capítulo V trata de las fuentes que fomenta el financiamiento de nuevos emprendimientos.

Ley orgánica de emprendimiento

Capítulo V

Fuentes alternativas de financiamiento y garantías

Art. 26.- Capital de riesgo. - En el caso que el inversor sea el Estado ecuatoriano se procederá de conformidad con el artículo 621 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Cuando el inversor provenga del sector privado, el capital de riesgo estará compuesto por recursos que mayoritariamente sean inversiones de capital, también se podrán realizar préstamos en condiciones libremente pactadas, con o sin interés, y reembolsables en función de condiciones de equilibrio o rentabilidad.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

Este capítulo se presentó la metodología empleada para desarrollar los objetivos planteados en el trabajo, detallando la naturaleza de la investigación al igual que del enfoque, nivel, diseño y tipo de estudio, además se establece la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y el procedimiento utilizado para analizar los datos.

Paradigma

Es positivista debido a que analizo variables cuantitativas basadas en la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación establecidas previamente (Pimienta y De la Orden Hoz, 2017). Por lo tanto, se evitó que emociones, creencias, deseos y predisposiciones no afecten los resultados del estudio ni interfieran en el proceso de investigación.

Ya que el objetivo de estudio es la verificación con base a datos recolectados por medio de la encuesta, que se realizó a los moradores del El Tingo, con la finalidad el analizar la información obtenida, que muestre lo factible o descartable de la investigación y no a lo que considere con base en las creencias por parte del sujeto ya que se podría generar una respuesta equivocada con respecto a la viabilidad de la investigación.

Enfoque

Esta investigación es de carácter cuantitativo, puesto que este tipo de enfoque trata de los aspectos relacionados con la medición de las variables o el objeto de estudio, considerando datos numéricos. (Ugalde Binda & Balbastre Benavent, 2013)

Por lo tanto, se aplicó para la medición de variables de estudio, en el que se obtuvo información numérica o estadística para identificar la situación del mercado en que se pondrá en marcha la creación de una cafetería de especialidad, la información se generó de la técnica aplicada.

Nivel de investigación

Para la presente investigación se enfocó en el nivel descriptivo el cual (Reyes, 2015) mencionan que tiene como objetivo esclarecer los atributos, características y perfiles de la persona, grupo, comunidad, proceso, objeto o cualquier otro fenómeno que se analiza.

Mediante este tipo de investigación se analizó la información de fuentes existentes sobre el tema como datos del Ministerio de turismo, Cantón Quito sector El Tingo, INEC, para obtener información fidedigna del objeto de investigación.

En este sentido, se pudo expresar que la presente investigación es de estudio descriptivo, ya que ayudo a verificar el tipo de cliente que se considera que visite con cierta frecuencia la cafetería, cuáles son sus hábitos gustos o forma de vida, proporcionando una información clara para los aspectos de un estudio de factibilidad de la futura cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza.

Diseño de la investigación

De acuerdo con Hernández & Mendoza, (2018) la investigación no experimental es una investigación realizada sin la manipulación intencional de variables; lo que se hace en este tipo de investigación es observar los fenómenos tal como ocurren en un contexto natural y luego analizarlos. Los mismos autores señalan que el diseño de estudio transversal recoge datos en un solo momento, en un solo tiempo. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia y correlación en un momento dado.

Por ello, en este trabajo de investigación se utilizó un diseño no experimental, el cual permitió observar y estudiar la variable independiente, para conocer el orden de información en el desarrollo del estudio de cada uno de los factores que forman parte del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza” de la avenida Ilaló El Tingo.

Tipo de investigación

La investigación de campo se realizó en el lugar en el que acontece los hechos; esto significa que la información se recaba sin efectuar ningún tipo de manipulación (Sierra, 2012).

En este sentido, se recopiló la información de manera directa en “Quimbitas Plaza” El Tingo, que permitió conocer si el presente estudio para la creación de una cafetería de especialidad es factible de implementar en este sitio, por lo que se procedió a aplicar el cuestionario de la encuesta a los moradores del sector y personas que ingresaban a la plaza.

Población y Muestra

La población representa el total de personas o individuos que forman parte de la investigación que se pretende desarrollar. La muestra es la parte que se toma o selecciona del total de la población para aplicar el estudio respectivo (Hernandez,etal 2014)

De esta manera, el estudio estuvo conformado por la población económicamente activa del sector El Tingo, Valle de los Chillos en la ciudad de Quito, las mismas que serán hombre y mujeres desde los 25 a los 40 años de edad, siendo estas según el GAD Parroquial de Alangasi (2023), un total de 1890 personas entre hombres y mujeres, representando la población global del lugar.

Por tal motivo la población la cual fue sujeta a recolección de datos ayudo a confirmar que el trabajo realizado es de carácter cuantitativo ya que se interpretó la información obtenida para analizar si la cafetería es factible.

Muestra

La muestra como lo define Arias (2016) “Es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). Para el presente estudio se toma una muestra representativa que por sus características permite generalizar los datos obtenidos en comparación al resto de la población, la muestra es no probabilística y se toma de manera intencional o al azar que en palabras de Arias (2016) explica que “en este caso los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador” (p.85)

De esta manera, la muestra de la presente investigación se calculó a partir de la población de estudio seleccionada, y se aplicó una fórmula para el cálculo exacto, para poblaciones finitas < 100.000. Los integrantes que serán seleccionados aleatoriamente, a través de un muestreo probabilístico, es decir en el cual todos los miembros de la población tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados con la misma finalidad.

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

Dónde:

N= universo

Z= nivel de confianza 95% =1,96

p= probabilidad de éxito 0,5

q= probabilidad de fracaso 0,5

e= margen de error 5%

Aplicando la fórmula

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 1890}{0.025(1890) + (3.84 * 0.5 * 0.5)}$$

En conclusión, aplicando la formula se delimito la población y se obtuvo 320 encuestas. Con esta información se interpretarán los resultados para verificar la factibilidad del tema de estudio.

Técnica e instrumento de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación (Batista , Hernandez , & Fernandez , 2014).

Por lo tanto, se empleó la técnica de la encuesta con su respectivo instrumento que es el cuestionario.

- **Encuesta**

Arias (2016) define como “Técnica que pretende obtener información que suministra a un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular, en un momento único” (p.72). El presente estudio utilizará la encuesta como técnica que permitirá recaudar datos relevantes, para la creación de una cafetería de especialidad s en Quimbitas Plaza.

- **Cuestionario**

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación y puede ser aplicado en varias formas (García, 2003).

Es así que, el instrumento más acorde para realizar el levantamiento de la información es el cuestionario. Constará de 13 preguntas que se aplicará en la a muestra definida en la investigación. con la finalidad de conocer los gustos, preferencias del cliente y sobre todo poder analizar la viabilidad del proyecto, definiendo si la oferta y demanda existente es adecuada para la creación de una cafetería de especialidad en la plaza comercial de la avenida Ilalo en el Valle de los Chillos.

Operacionalización de Variables

A continuación, en la tabla 1 se presenta la operacionalización de las variables que conforman el presente estudio.

Tabla 1 Operacionalización de la variable

Objetivo	Variable	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Item
<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio de mercado para identificar las características del público objetivo y del servicio a ofrecer por medio de encuestas. 	Estudio de factibilidad	El estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto futuro	Generalidades	<ul style="list-style-type: none"> Demográfico 		1-2
		Una Cafetería de especialidad se la conoce a un establecimiento especializado en la venta de café y diversos alimentos, además de ofrecer un ambiente y experiencia diferente al consumidor basado en la creatividad y el valor agregado que identifica a la cafetería, la misma que la vuelve única y		<ul style="list-style-type: none"> Geográfico 		3
<ul style="list-style-type: none"> Identificar de maquinaria y equipo necesario para una cafetería de 	Cafetería de especialidad			<ul style="list-style-type: none"> Socio grafico 		4 - 9
				<ul style="list-style-type: none"> Conductual 	<ul style="list-style-type: none"> El cuestionario 	10-11

especialidad
en Quimbitas
Plaza.

- Determinar la factibilidad de la cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza mediante la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN).

además de brindar un entorno basado en ese concepto.

- Estudio financiero

Elaborado por: Alexis Herrera

Validez y confiabilidad

La validez de los instrumentos de recolección de datos refiere a la capacidad que estos tienen de medir lo que buscan efectivamente medir (Batista , Hernandez , & Fernandez , 2014). En este trabajo, se utilizará una validación por juicio de expertos.

La validación considerara las siguientes etapas:

- Elaboración del instrumento
- Evaluación de un experto con el instrumento de validación
- Adecuación del instrumento a las observaciones realizadas.

Así se muestra en la tabla 2 los resultados de la validación son los siguientes:

Tabla 2 Validación de instrumentos mediante juicio de expertos

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Desarrollo de la Operacionalización		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación.		X		

Nota: Resultados obtenidos en la validación de expertos

Respecto a la apreciación de los tres profesionales, especializados en la parte gastronómica, psicológica y de emprendimiento que realizaron la validación, se indicó que el instrumento cumplía con los ámbitos que se visualizan en la tabla. El instrumento fue considerado como bueno, se realizó una observación para mejorar la presentación de la encuesta de manera visual antes de aplicarlo al público. Esta observación fue añadida para mejorar el instrumento.

La confiabilidad por otra parte se refiere a la capacidad del instrumento de recolección de datos para constatar adecuadamente la realidad que buscan evaluar (Batista , Hernandez , & Fernandez , 2014). Para lo cual se utilizó el alfa de Cronbach, que realiza un cálculo para verificar la confiabilidad del instrumento aplicado.

Fórmula de cálculo:

$$\alpha = \frac{k (1 - \sum \frac{s_i^2}{s_t^2})}{k - 1}$$

Donde:

k = cantidad de ítems del instrumento

s_i^2 = varianza de puntuaciones en ítem

s_t^2 = varianza del total de las puntuaciones del instrumento

Donde como resultados de este cálculo, se obtiene un número positivo de 0,00 que sería menos confiable a 1,00 que sería absoluta confiabilidad. Se suele considerar que un puntaje adecuado es sobre el 0,80 (Rodríguez & Reguant, 2020). Así se propone la siguiente clasificación:

- Muy alta confiabilidad: 0,81 - 1
- Confiabilidad alta: 0,61 - 0,80
- Confiabilidad media: 0,41 - 0,60
- Confiabilidad baja: 0,21 - 0,40

- Confiabilidad muy reducida: 0,01 - 0,20

En la tabla 3 se logra observar que, según el resultado obtenido con el cálculo de la confiabilidad, es de 0,84 esto quiere decir según la clasificación antes mencionada, la confiabilidad es alta.

Tabla 3 Alfa de Cronbach

Resultado de confiabilidad

Encuestados	Numero de Ítems	Alfa de Cronbach
320	13	0,84436

Nota: Fuente propia

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presenta los resultados del instrumento que se ha aplicado a la muestra, para posteriormente, realizar una interpretación de cada pregunta formulada. Obteniendo así las respuestas que ayuden al desarrollo de los objetivos.

Realizar un estudio de mercado para identificar las características del público objetivo y del servicio a ofrecer por medio de encuestas.

Con el resultado de las preguntas aplicadas en la encuestas se podrá desarrollar un estudio de mercado permitiendo determinar las necesidades del consumidor y el tipo de servicio que se ofertará en la cafetería de especialidad.

Resultados de la investigación

El rango de edades de los encuestados es de 25 a 40 años, de los cuales se obtuvo que un 46,6% tiene entre 25 y 30 años, seguidos por un 29,10% en el rango de 30 a 35 años y el 24,4% restante en el rango de 35 a 40 años como se presenta en la tabla 4

Tabla 4 ¿Cuál es su rango de edad?

Variables	Frecuencia	%
25-30	149	46,60%
30-35	93	29,10%
35-40	78	24,40%
TOTAL	320	100,00%

Nota: Fuente propia

Los resultados obtenidos demuestran que la mayor parte de los encuestados se encuentran en un rango de 25 a 30 años. Como se muestra en la figura 1.

1. Edad
320 respuestas

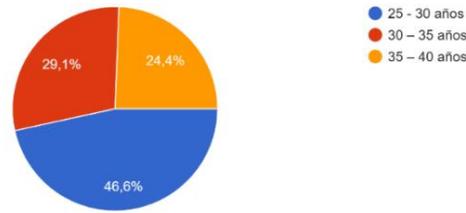


Figura 1 Rango de edad

Para realizar el estudio del mercado es importante conocer los sectores donde vive el futuro cliente. Por tal motivo en la tabla 5 se representa que en la encuesta aplicada del 100% de los encuestados el 50% residen en el sector del tingo, seguidos por un 22,8% que residen en el sector de Conocoto, un 16,60% que residen en Sangolqui y finalmente un 10,60% que residen en el sector de Capelo.

Tabla 5 ¿En qué sector vive?

Variables	Frecuencia	%
El Tingo	160	50,00%
Conocoto	73	22,80%
Capelo	34	10,60%
Sangolqui	53	16,60%
TOTAL	320	100,00%

Nota: Fuente propia

Se obtuvo como resultado que la mayor parte de personas que realizaron la encuesta residen en el sector del Tingo, siendo este nuestro mercado en el cual nos tendremos que enfocar. Representado en la figura 2

2. Residencia
320 respuestas

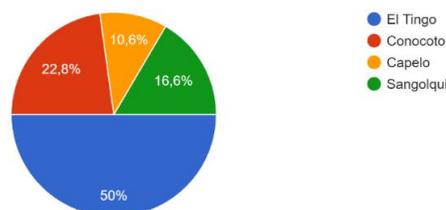


Figura 2 Residencia

De los 320 encuestados el 92,50% indica que asisten a cafeterías, es necesario aclarar que fue la pregunta filtro quien no asistía a cafeterías finalizaba la encuesta y ese porcentaje fue 7,5% que no asisten. Siendo este un resultado bajo, nos permitió continuar con la investigación. Como se puede visualizar en la tabla 6

Tabla 6 ¿Suele ir a cafeterías?

Variables	Frecuencia	%
SI	296	92,50%
NO	24	7,50%
TOTAL	320	100,00%

Nota: Fuente propia

El resultado nos permite evaluar que una cafetería es un negocio encaminado a lograr aceptación por el alto porcentaje de personas que la visitan este tipo de lugares, como se muestra en la figura 3.

3. ¿Suele ir a cafeterías? (si su respuesta es no le agradecemos por su tiempo prestado)
320 respuestas

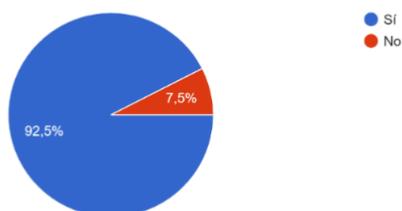


Figura 3 visita a cafeterías

El 48,60% de las personas encuestadas manifestaron que su consumo aproximado en una cafetería es entre \$15 a \$20 dólares, por otro lado, un 35,10% de personas gasta por lo general entre \$5 a \$10 dólares cuando visitan una cafetería, y el 16,20% restante gastan entre \$25 a 30\$ dólares. Desarrollado en la tabla 7

Tabla 7 Normalmente ¿Cuánto es lo que invierte en consumo promedio de dinero en una cafetería?

Variable	Frecuencia	%
\$5,00 – \$10,00	104	35,10%
\$15,00 – \$20,00	144	48,60%
\$25,00 – \$30,00	48	35,10%
TOTAL	296	100,00%

Nota: Fuente propia

Es importante conocer cuál es el monto aproximado de consumo de los futuros clientes, puesto que de esto dependerá cierta parte del desarrollo de la propuesta del presente proyecto en cuanto a la definición de precios. Y los porcentajes se muestran en la figura 4

4. Normalmente ¿Cuánto es lo que invierte en consumo promedio de dinero en una cafetería?
296 respuestas

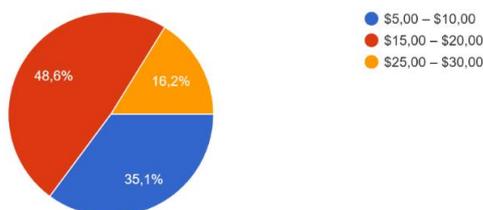


Figura 4 Consumo promedio

Con esta pregunta se pudo determinar el nivel de preferencia que tienen los encuestados en cuanto al consumo de productos en una cafetería, de los 296 encuestados mencionaron su preferencia hacia las bebidas calientes con un 65,50%, bebidas frías un 55,40%, postres un 50,70% y bocadillos de sal un 32,40%. Como se aprecia en la tabla 8

Tabla 8 En una cafetería ¿Cuáles son los productos de su mayor agrado? (Puede marcar más de una opción)

Variable	Frecuencia	%
Bebidas calientes	194	65,5%
Bebidas frías	164	55,40%
Postres	150	50,70%
Bocaditos de sal	96	32,40%

Nota: Fuente propia

Como resultado se observa en la figura 5 que la gran mayoría prefieren bebidas calientes por lo que se toma esta opción para ofrecer mayor variedad de bebidas calientes.

5. En una cafetería ¿Cuáles son los productos de su mayor agrado? (Puede marcar más de una opción)
296 respuestas

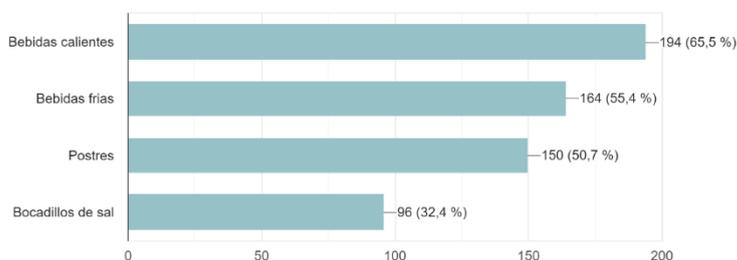


Figura 5 Productos de preferencia

La mayoría de los encuestados mencionaron que la principal compañía con la que visitan una cafetería es con amigos lo cual corresponde al 60,50% del total, en segundo lugar, se encuentra la familia con un 51,70%, las visitas en pareja también son una opción con un 43,90%, y finalmente solo un 27% de los encuestados manifestaron que sus visitas las hacen solos o con hijos. Como se puede apreciar los rangos en la tabla 9.

Tabla 9 ¿Cuándo visita una cafetería generalmente lo hace?

Variable	Frecuencia	%
Solo	80	27,00%
Con hijos	80	27,00%
Con amigos	179	60,50%
Con familia	153	51,70%
Pareja	130	43,90%

Nota: Fuente propia

Las cafeterías tienen un alto porcentaje en el ambiente de amistad y familiar como lo muestra la figura 6. Por ello es importante tener en cuenta este resultado al momento de desarrollar el ambiente del local, generar la carta y establecer el servicio. Permitiendo que el cliente visite la cafetería con la compañía que desee.

6. Cuando visita una cafetería, ¿Generalmente lo hace? (Puede marcar más de una opción)
296 respuestas

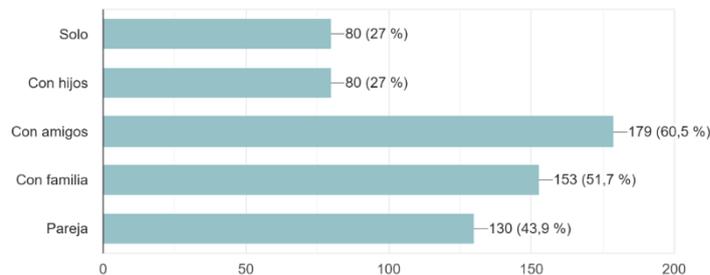


Figura 6 Con quien visita una cafetería

De las encuestas realizadas obtuvo que el 70,90% de los encuestados su principal motivo de visita a una cafetería es consumir un café, seguidos por un 60,5% que asisten a disfrutar de una comida, el 42,90% de encuestados asegura que vivir una nueva experiencia es su tercer motivo de visita, un 39,20% y 33,10% el compartir con amigos siendo una buena opción como punto de reunión, el 30,10% con el fin de distraerse, finalmente un 15,90% acuden a una cafetería por cuestiones tener un espacio de trabajo. Resultados representados en la tabla 10

Tabla 10 ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería? (Puede marcar más de una opción)

Variables	Frecuencia	%
Tomar un café	210	70,90%
Comer algo	179	60,50%
Punto de reunión	98	33,10%
Trabajar	47	15,90%
Distraerse	89	30,10%
Compartir con otros	116	39,20%
Vivir una experiencia	127	42,90%

Nota: Fuente propia

El deseo de disfrutar un café, una exquisita comida y el vivir una nueva experiencia son los principales motivos para visitar una cafetería, como se puede observar en la figura 7. Respuesta que contribuyen de manera positiva para conceptualizar de manera adecuada la propuesta de la cafetería.

7. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería? (Puede marcar más de una opción)
296 respuestas

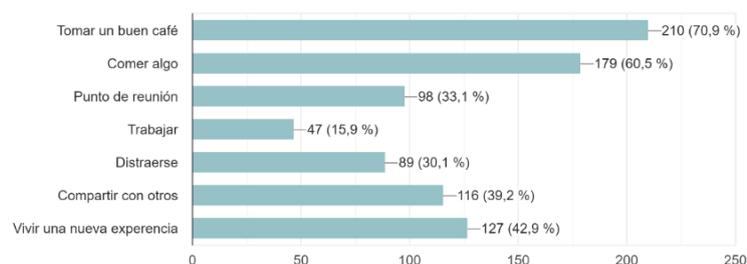


Figura 7 Motivos de visita a una cafetería

En la tabla 11 se puede observar que: el 67,20% de los encuestados menciona que uno de los principales atributos que debe tener una cafetería es el acceso a Wifi, seguidos por preferir un 58,40% una atención personalizada, el 44,30% prefiere bebidas llamativas, el 40,9% que la cafetería tenga una decoración moderna y finalmente un 25,70 que sea Pet Friendly.

Tabla 11 ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga una cafetería?

Atributos	Frecuencia	%
Acceso a WIFI	199	67,20%
Decoración moderna	121	40,90%
Bebidas llamativas	134	45,30%
Pet friendly	76	25,70%
Atención personalizada	173	58,40%

Nota: Fuente propia

Es importante conocer las preferencias que tienen los clientes al elegir una cafetería, obteniendo en las encuestas que más de un 50% como se muestra en el diagrama de barras, desean que la cafetería cuente con acceso a internet y una atención personalizada. Así lo muestra el grafico 8

8. ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga una cafetería? (Puede marcar más de una opción)
296 respuestas

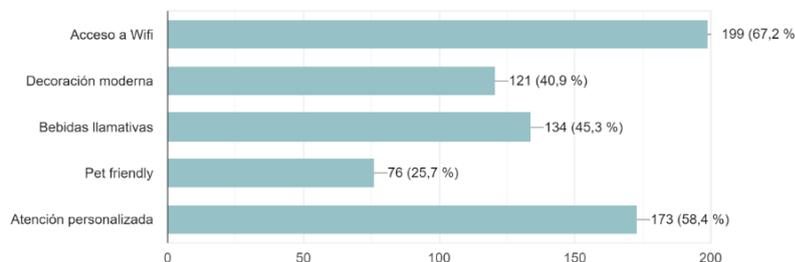


Figura 8 Atributos de una cafetería

El 53,70% de los encuestados les gustaría recibir el servicio de maridajes de cafés y postres, un 51,7% el entretenimiento de shows en vivo y un finalmente un 15,50% cursos de barismo. Como lo muestra la tabla 12

Tabla 12 ¿Qué tipo de servicios o entretenimientos adicionales le gustaría recibir?

Servicios/Entretenimiento	Frecuencia	%
Cursos de Barismo	46	15,50%
Show en vivo	153	51,70%
Maridajes de cafés y postres	60159	53,70%

Nota: Fuente propia

Es necesario conocer que servicios adicionales se puede ofrecer a los futuros clientes para cumplir con su expectativa brindando ese valor agregado para fidelizar su preferencia al momento de escoger un sitio para visitar. En la figura 11 se puede observar que los maridajes son una opción novedosa y llamativa.

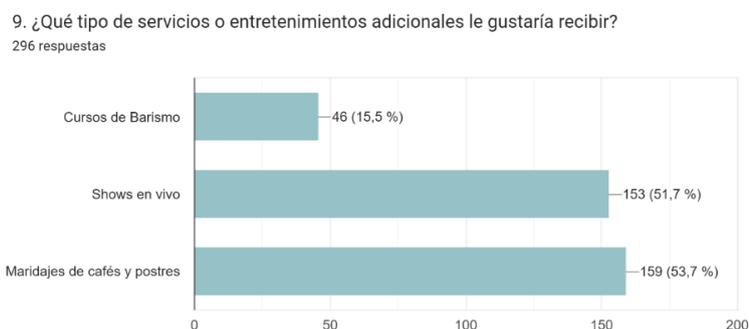


Figura 9 Servicios y entretenimiento

En la tabla 13 se analiza el horario de visitas a una cafetería. De los 296 encuestados, el 41,20% asisten a una cafetería en la tarde, el 32,10% en la noche y el 26,70% lo hace en la mañana

Tabla 13 ¿En qué horario visita cafeterías?

Horario	Frecuencia	%
Mañana	79	26,70%
Tarde	122	41,20%
Noche	95	32,10%
TOTAL	296	100,00%

Nota: Fuente propia

Con los resultados se sugiere que la atención de la cafetería tenga un horario que se apertura en la tarde, extendiéndose a la noche para captar a los clientes potenciales que les gusta asistir en el horario nocturno. En la figura 10 se representa el porcentaje mayor y menor seleccionado.

10. ¿En qué horario visita cafeterías?
296 respuestas

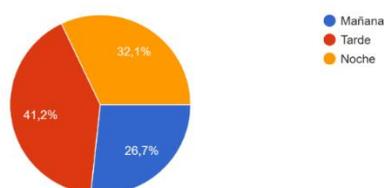


Figura 10 Horario de visita

El 57,10% de los encuestados han manifestado que la frecuencia de visita a una cafetería es una vez a la semana, el 31,80% visita cafeterías una vez al mes, y el restante 11,10% lo realiza diariamente. Como se muestra en la tabla 14

Tabla 14 ¿Con que frecuencia visitarías la cafetería?

Frecuencia	Frecuencia	%
Diariamente	33	11,10%
Una vez a la semana	169	57,10%
Una vez al mes	94	31,80%

TOTAL	296	100,00%
--------------	------------	----------------

Nota: Fuente propia

Es importante conocer la frecuencia con la que las personas van a una cafetería, en este caso se puede observar en la figura 11 que más de un 50% de las personas visitan por lo menos una vez a la semana con este resultado podremos analizar la rotación de persona que entrarían a consumir en la cafetería.

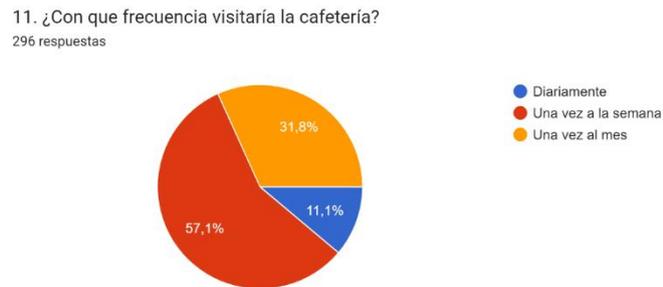


Figura 11 Frecuencia de visita

Dentro del cuestionario se colocó una pregunta que permitía analizar si las personas gustaban de visitar lugares de nuevos al momento de consumir un producto. Para lo que, de 296 personas, el 94,9% indicaron de manera positiva que si existiera una cafetería de especialidad la visitarían y apenas un 5,1% que no. Obteniendo como resultado un porcentaje alto confirmando que si visitarían la cafetería como se muestra en la tabla 15

Tabla 15 ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista, la visitarías?

Visita	Frecuencia	%
Si	281	94,90%
No	15	5,10%
TOTAL	296	100,00%

Nota: Fuente propia

Por tal motivo con esta respuesta se puede determinar que la cafetería de especialidad tendrá un alto nivel de aceptación y acogida debido a los porcentajes que se muestra en la figura 12

12. ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista, la visitaría?
296 respuestas

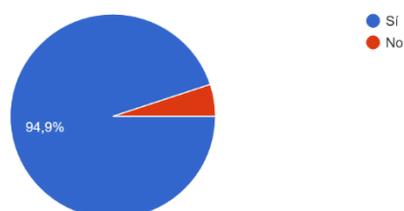


Figura 12 Acogida de la idea de negocio

Al no existir una cafetería como la mencionada en este trabajo de investigación los encuestados indican que lugar le gusta concurrir. En la tabla 16 indica que El 37,80% nos indica que Juan Valdez es la cafetería que más les gusta visitar, un 36,50% que es Sweet and Coffee, el 17,60% visitan El Español, finalmente con un 8,10% la cafetería Fior di Latte.

Tabla 16 ¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar?

Cafeterías	Frecuencia	%
Sweet & coffee	108	36,50%
Juan Valdez	112	37,80%
Fior di latte	24	8,10%
El español	52	17,60%
TOTAL	296	100,00%

Nota: Fuente propia

Es importante conocer cual es la cafetería que los encuestados visitan más como lo describe la figura 13. Para establecer una línea de productos y un servicio que sea diferente de estos lugares, para captar su atención y generar un interés en visitar un lugar que promoció algo llamativo.

13. ¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar?
296 respuestas

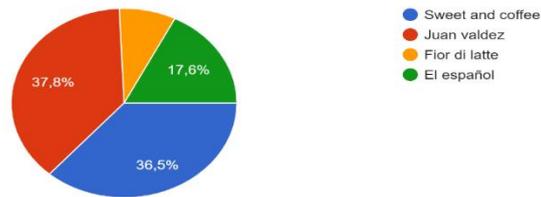


Figura 13 Cafeterías existentes en el mercado

CONCLUSIÓN

Los resultados de la encuesta aplicada contribuyen para la investigación ya que nos permite conocer el perfil del futuro cliente. Determinando que su rango de edad es de 25 a 30 años, que gustan de visitar sitios con un estilo diferente, la mayoría residen en el sector el tingo donde está ubicada la plaza comercial. Están dispuestos a gastar de 15 a 20 dólares como consumo promedio en una cafetería, entre los productos que son de mayor consumo están las bebidas calientes. Al momento de visitar una cafetería prefieren la compañía de amigos tornando las visitas a la cafetería más joviales, esperando encontrar en el sitio una decoración llamativa conexión a internet y una atención personalizada en su visita. Su rango de edad orienta que las visitan a la cafetería se realizarían en la tarde noche con frecuencia de una vez por semana, dato que será de ayuda para definir un horario de atención. De esta manera se podrá estructurar el funcionamiento y adecuación del establecimiento que tenga un tipo de servicio y producto acorde para ofertar en base a: sus gustos, preferencias, necesidades a satisfacer y frecuencia de consumo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La información recopilada con el desarrollo de los objetivos será de utilidad para realizar el estudio de factibilidad cuya finalidad es determinar si es posible realizar el futuro proyecto en la plaza antes mencionada, cumpliendo así con el objetivo principal del presente estudio de investigación.

Este analiza si el negocio que se propone será bueno o malo. Mediante los resultados de tres estudios importantes los cuales serán: estudio de mercado, técnico y financiero, para determinar en qué condiciones se debe desarrollar el emprendimiento para que sea exitoso (Luna & Chaves, 2001).

Para emprender en un establecimiento gastronómico como una cafetería es necesario como punto importante realizar un estudio de factibilidad, que permitirá analizar todos los pormenores que afectan de manera positiva o negativa a este nuevo emprendimiento. Ya que es una forma de aclarar el panorama para el futuro emprendedor, concluyendo si es factible o no el desarrollo del proyecto.

Este estudio se apoyará en el modelo de la Corporación Financiera Nacional (CFN)

Estudio de mercado

Para elaborar un estudio de mercado de la presente investigación se realizó una descripción del nicho de mercado, el análisis de la demanda con la demanda actual y el análisis de la oferta con la oferta actual.

Nicho de mercado

Es el término utilizado para referirse a la porción de un segmento de mercado en la cual los individuos poseen ciertas características y necesidades semejantes. Que no están cubiertas del todo por la oferta general del mercado (Chirinos, 2011).

El nicho de mercado comprendió: del análisis geográfico, el análisis demográfico, el análisis psicológico, el análisis conductual. De las personas que visitan “Quimbitas Plaza” Para lo cual se empleó el instrumento de la encuesta.

Finalmente, en la tabla 17 se presenta el resumen con los resultados obtenidos.

Tabla 17 Nicho de mercado

Factor	Variable	Característica
Geográfico	Área de distribución del producto	Quimbitas plaza, Sector El Tingo, Av. Ilalo, Valle de los Chillos
	Residencia	El tingo
Demográfico	Edad	25 – 30 años
	Clase social	Media – alta
Estilo de vida	Gustos	Café
	Preferencias	Bebidas calientes
Uso del producto	Frecuencia de consumo	57.10%

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: (Máñez, 2022)

Análisis de oferta y demanda

El análisis de oferta y demanda es una herramienta fundamental que puede ser utilizada para saber qué ofrecer, a quién y a qué precio. Determinará cuál es el producto a ofertar en el sector determinado y cuál es la demanda a la que estamos ofreciendo ese producto, es fundamental para fijar el precio de un producto, entre otras cosas (CFN, 2023).

El resultado de las encuestas realizadas nos permite determina la oferta y la demanda del proyecto de investigación. Para conocer si las condiciones que existen actualmente en el mercado permiten el ingreso de un nuevo establecimiento que estas satisfacen o no las necesidades de los clientes.

Demanda Probable

En la tabla 18 se observa que el universo de la población es de 320. Este valor se forma como universo y se considera para hacer el número de personas que

visitarían la cafetería de especialidad, para este caso se consideró la pregunta número 11 de la encuesta que dice ¿Con qué frecuencia visita una cafetería? El resultado de acuerdo a la encuesta es de:

11.10% Diariamente = 33 personas

57.10% Una vez a la semana = 169 personas

31.80% una vez al mes = 94 personas

Es decir que 169 son el número de clientes que visitaría la cafetería de especialidad. Como se indica en la tabla 18.

Tabla 18 *Demanda probable 2023*

Persona encuestadas	320
Personas que visitarían una vez a la semana	169

Nota: Fuente propia

Oferta actual

La oferta de cafeterías en el sector se centra en: Sweet & coffee, El español, Fior di latte y Juan Valdez. Estos establecimientos tienen productos iguales o parecidos a los que se ofrece en una cafetería.

En la tabla 19 se observa la información que se recolectó a través de la encuesta con la pregunta ¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar?

Tabla 19 *¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar?*

Cafeterías	Frecuencia	%
Sweet & coffee	108	36,50%
Juan Valdez	112	37,80%
Fior di latte	24	8,10%
El español	52	17,60%
TOTAL	296	100,00%

Nota: Fuente propia

Es decir que Sweet & coffee, establecimiento existente en el sector El tingo que se dedica el expendio de bebidas en base al café. Es consideradas una competencia del proyecto ya que ofertan la misma línea de producto, seguida

por Juan Valdez que es una cafetería que ha adquirido posicionamiento en el mercado. Por tal motivo se debe generar un valor agregado que capte la atención de los clientes.

Posicionamiento del negocio

Esto hace referencia a la identidad del negocio en el mercado, es la forma en la que se percibe al producto o servicio.

De acuerdo con las tres características que conforman una cafetería de especialidad, como concepto nos enfocaremos en un estilo minimalista que se define como un estilo simple, abstracto y sobrio en las diversas composiciones. Gracias a la ausencia total de adornos innecesarios, se consigue un purismo en cuanto a forma y estructura (Martínez, 2023)

Es por eso que para la ambientación del local se tomara en cuenta este tipo de decoración que sea sencilla pero cálida que tenga colores mates y detalles modernos en cuanto a la infraestructura ya que “Quimbitas Plaza” permite hacer modificación en los locales que están en renta. Las sillas y mesas serán cómodas delicadas y elegantes. De igual manera el mostrador o barra donde se realizarán todo tipo de elaboraciones antes de ser entregadas al cliente.

Siguiendo con las características que definen a una cafetería de especialidad el protagonista principal será el barista que se encargará no solo de las preparaciones, también interactúa y explicara al cliente todo en base al producto, lo que contiene, con que se puede acompañar y las variaciones que está puede tener, Ofreciendo así una atención personalizada que no solo busca vender un producto, si no brindar una experiencia diferente.

En cuanto al servicio como parte de un protocolo el personal estará pendiente desde ingreso del cliente para recibirlo con una calurosa bienvenida, dando a conocer el servicio que se ofrece y el valor agregado que brinda el establecimiento. De esta forma nos podremos retroalimentándose de imagen que se lleva el cliente determinando si cumplió con sus expectativas y necesidades al visitar a la cafetería.

Para encerrar esta experiencia, para la elaboración de los productos se utilizarán granos de café nacionales de excelente calidad que se cultivan en diferentes zonas del Ecuador, siendo estas variedades de granos como: Bourbon, Typica, Caturra y Sidra. Cada una con una sabor y aroma diferente que permite que cada cliente encuentre la que mejor se adapte a sus gustos.

En la tabla 20 se presenta un modelo tentativo para la decoración de la cafetería de especialidad que mantiene un estilo minimalista en parte interna.

Tabla 20 *Estilo de la cafetería*

Decoración	Modelo
Infraestructura	
Barra	
Mesas y sillas	

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: TOL´KO interiores

Este tipo de estilos al estar en tendencia y tiene gran acogida por el cliente, tomando en cuenta que nuestro cliente potencial según las encuestas tiene un rango de edad de 25 a 30 años, lo que podría recibir una buena percepción de la idea de negocio. Ya que son lugares con una decoración diferente, con un valor agregado por sus productos novedosos y su servicio diferente que dan realce a la cafetería y al visitarla marca un estatus social transformándose en espacios ideales para capturar fotografías y publicarlas en redes sociales.

La información que se recolectó con la pregunta ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista la visitarías? Se obtuvo como resultado un 94.90% de personas que, si la visitarían un lugar con ese estilo. Generando una buena aceptación. Como se observa en la tabla 21.

Tabla 21 ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista, la visitarías?

Visita	Frecuencia	%
Si	281	94,90%
No	15	5,10%
TOTAL	296	100,00%

Nota: Fuente propia

Mix de marketing

Este conjunto de herramientas y variables será de ayuda para aplicar las 4Ps (producto, precio, plaza y promoción), en el presente trabajo de investigación asegurando que el producto o servicio a ofrecer sea adecuado y cumpla con los objetivos y metas de la organización con el cliente.

Producto

Se propone un menú basado en el estilo minimalista, elaboraciones a base de café, apoyados en la infraestructura y maquinaria de que se manejara en la cafetería de especialidad. En la siguiente tabla se detallan los posibles productos a ofertar. Como se puede ver en la tabla 22.

Tabla 22 Menú tentativo

Menú

Bebidas calientes

Expreso

Americano

Cappuccino

Pasión de rosas

Mocaccino

Affogato de caramelo y sal

Chocolate

Infusión de la casa

Canelazo

Vino hervido

Irish coffee

Bebidas frías

Coffee lemonade

Limonada pink

Limonada imperial

Limonada clásica

Agua con gas

Agua sin gas

Cerveza artesanal

Postres

Cacao de frutos amarillos

Muselina de cacao

Mouse de frutos rojos

Creмосa fruta de la
pasión

Para picar

Fondue de quesos
maduros

Tabla charcutera

Brusquetas

Paninis

Burrata y prosciutto

Caprese

Americano

Fior di late & peperoni

Nota: Fuente propia

De acuerdo con el menú tentativo expuesto en la tabla 23, se detalla tres productos con su descripción que serán exclusivos ayudando a generar una familiarización entre producto y marca

Tabla 23 *Productos exclusivos de la cafetería de especialidad.*

Producto	Categoría	Descripción
Pasión de rosas	Bebida caliente	Expreso extraído con agua de rosas rojas para aromatizar y realzar los sabores frutales del café, combinado con leche texturizada para agregar cremosidad a la preparación.
Coffee lemonade	Bebida fría	Bebida refrescante que parte de un jarabe de limón mandarina acompañado de un expreso y agua carbonatada hecha de la cereza del café.
Cacao de frutos amarillos	Postre	Bizcochuelo húmedo de vainilla acompañado de un gelificado de frutos amarillos (uvilla, mango y maracuyá) con

mousse de cacao fino de
aroma encapsulado por una
corteza solido de chocolate
blando en forma de mazorca de
cacao.

Nota: Fuente propia

Precio

La fijación de precios de la cafetería será en base a la competencia del sector y costo de producción, que serán de acuerdo al servicio que se ofertara, obteniendo de esta manera rentabilidad para la empresa y posicionamiento de la misma en el mercado. Tomando en cuenta los productos mencionados anteriormente se han establecido los siguientes precios mediante recetas estándar como se presenta en la figura 14 y15

Figura 14 Receta Coffee lemonade

RECETA STANDAR					
No. RECETA	1				
NOMBRE DE LA RECETA	Coffee lemonade				
NÚMERO DE PAX	1				
TIPO DE RECETA	Bebida fria				
CHEF RESPONSABLE					
CIUDAD/REGIÓN	Quito				
INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
Jarabe de limon	2	onz		\$ 0,10	\$ 0,20
Expreso	2	onz		\$ 0,23	\$ 0,46
Agua carbonatada cereza de café	4	onz		\$ 0,21	\$ 0,84
Hielo	6	gr		\$ 0,01	\$ 0,06
Limon deshidratado	1	UNIDAD	Decoracion	\$ 0,08	\$ 0,08
Sorbete	1	UNIDAD	Servir	\$ 0,10	\$ 0,10
COSTO DE MATERIA PRIMA					\$ 1,74
MARGEN DE ERROR(7-10%)					\$ 0,12
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN					\$ 1,86
COSTO POR PORCIÓN					\$ 1,86



Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Modelo recetas estándar de la UNIBE

Una vez realizada la receta estándar se obtiene el costo de la preparación a la cual se le suman los costos de producción para obtener el precio sugerido que no exceda a los precios en el mercado determinados por la competencia. La diferencia de este producto es que tiene un sabor diferente, agradable, innovador y se lo puede tomar en el establecimiento o se lo puede pedir para llevar y el envase no varía el precio

Figura 15 Receta estandar pasión de rosas

RECETA STANDAR					
No. RECETA	1				
NOMBRE DE LA RECETA	Pasión de rosas				
NÚMERO DE PAX	1				
TIPO DE RECETA	Bebida caliente				
CHEF RESPONSABLE					
CIUDAD/REGIÓN	Quito				
INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
Leche	5	onz		\$ 0,14	\$ 0,70
Expreso con rosas	2	onz		\$ 0,45	\$ 0,90
azucar	4	onz		\$ 0,10	\$ 0,40
COSTO DE MATERIA PRIMA					\$ 2,00
MARGEN DE ERROR(7-10%)					\$ 0,14
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN					\$ 2,14
COSTO POR PORCIÓN					\$ 2,14



Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Modelo recetas estándar de la UNIBE

En cuanto a la bebida caliente el precio sugerido va de acuerdo a los precios en el mercado determinados por la competencia. Este producto será cotizado empezando por el nombre y lo llamativo de la preparación que contiene rosas, sin dejar de lado que su aroma será único y el sabor amigable al paladar.

Plaza

La cafetería se ubicará el Quimbitas Plaza como muestra la figura 16 y al ser al ser un establecimiento que realizará todas sus preparaciones en un sitio específico. Tendrá un canal de distribución o venta directa es decir ofertante-demandante

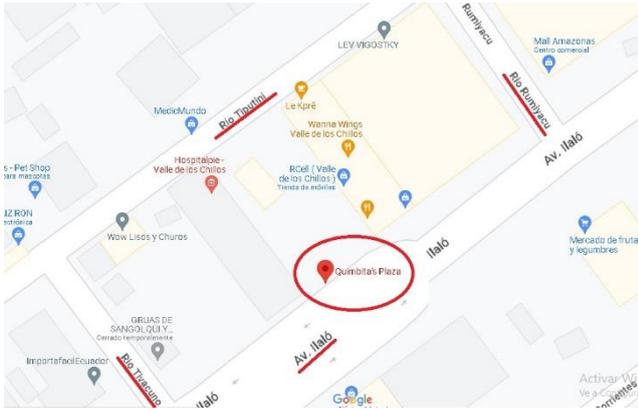


Figura 16 Croquis de la plaza



Figura 17 Locales disponibles

El local está ubicado en la planta baja figura 17, el precio del arriendo es de 650 dólares incluido alcúota que cubre la guardianía de la plaza, su dimensión es de 60 metros cuadrados. El espacio es adecuado para el tipo de negocio que se propone en el trabajo de investigación.

En la figura 18 se presenta la distribución de la cafetería.

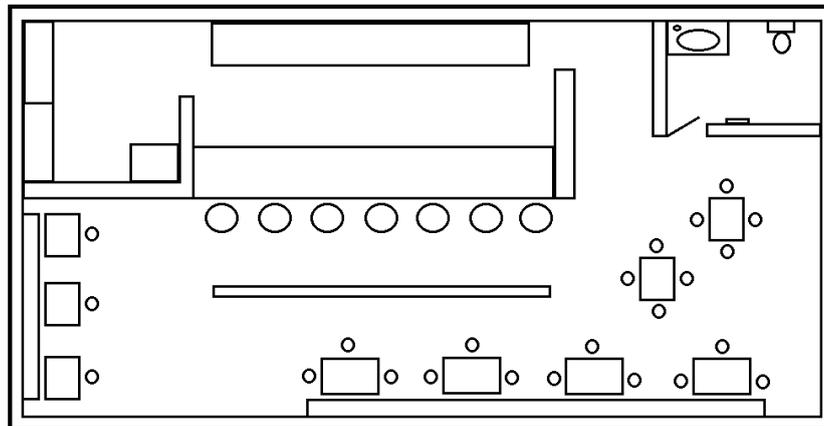


Figura 18 Distribución de la cafetería

Nota: Fuente propia

- 5m Zona administrativa
- 7m Almacenamiento
- 15m Zona de trabajo
- 30m Salón
- 3m Servicios sanitario

Promoción

Según la empresa Ondify que se dedica al desarrollo digital y software, enfocada en la web, apps y marketing digital menciona que el boom de las redes sociales ha generado una ayuda significativa para la socialización de una empresa con el público en general. Esto se realiza mediante publicaciones llamativas que informen acerca del producto y servicio que se oferta. Esta empresa dispone de paquetes en el manejo de las redes y su precio varía dependiendo las redes sociales que se desee manejar.

Por tal motivo se hará uso de dos redes sociales populares entre ellas: Instagram y Tiktok, ya que en la actualidad su uso es muy popular siendo una herramienta útil para dar a conocer una producto o servicio. El paquete que contiene el manejo de estas redes tiene el precio de 250 dólares mensuales, consta de fotos profesionales, edición de videos, publicaciones diarias, historias, interacción en redes con los clientes, etc.

Descripción del negocio

En la descripción del negocio se determina el nombre, slogan, se describirá la misión, visión, estructura organizacional que tendrá la futura empresa.

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas: descriptivo, original, atractivo, claro y simple, significativo y, sobre todo agradable. (Alcazar, 2011) Por tal motivo el nombre seleccionado para la empresa obtenido de un anagrama con nombres (Camila, Pamela y Nicolás) que son significativos para el dueño es: PECANS. Logrando el diseño de la figura 19

Logo



Figura 19 Logotipo de la cafetería

Nota: Fuente propia

Slogan

Es una frase que llamara la atención a los futuros clientes, que buscan degustar, aprender y vivir una nueva experiencia al momento de consumir un café.

El 99% de la población ama el café el 1% aun no lo sabe

Misión

Somos una empresa comprometida con nuestro cliente que busca brindar una experiencia en cada visita, ofreciendo un servicio personalizado. Con un talento humano capacitado para cumplir todas las expectativas del cliente. Utilizando en cada elaboración productos que cumplan con todos los estándares de calidad, poniendo a disposición una infraestructura novedosa y adecuada para garantizar el confort y la comodidad en nuestro local.

Visión

Posicionar para el año 2026 a “Pecanz” en el mapa gastronómico como una de las mejores cafeterías en el valle de los chillos, brindando a nuestros clientes un producto y servicio de calidad para hace de su visita una experiencia placentera e inolvidable

Estructura organizacional

Al ser una empresa unipersonal el dueño que será el principal inversionista figurará como gerente general. Para su función el administrador será el encargado del manejo de la cafetería apoyado en el trabajo operativo por personal capacitado en el área de alimentos y bebidas. Tal como se muestra en la figura 20

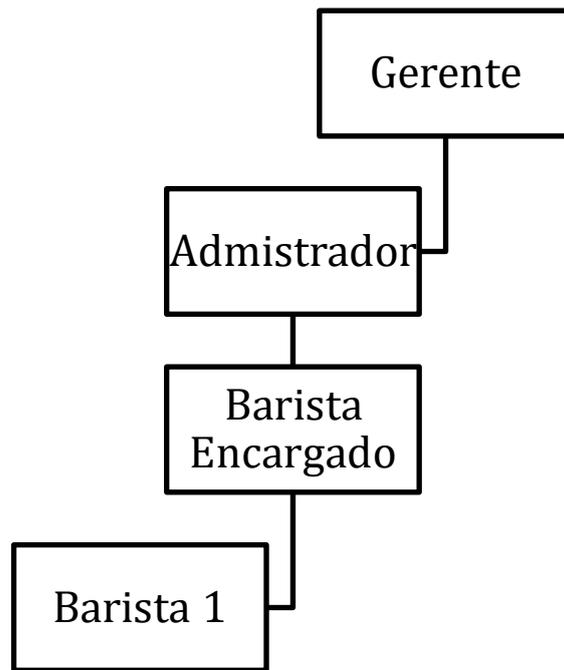


Figura 20 Organigrama Empresarial
 Nota: Fuente propia

Funciones del personal

A continuación, en la tabla 24, se enlistan las funciones que el personal de la cafetería de especialidad debe desempeñar de acuerdo al trabajo que se realizara en el horario respectivo.

Tabla 24 Funciones del personal

Personal	Funciones
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> Llevar el control financiero del negocio, pagos a empleados y proveedores, liquidación de impuestos, supervisión de la caja, entre otros. Supervisar el trabajo de todas las áreas.
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar la documentación del restaurante: facturas,

	<p>permisos, inspecciones, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encargado de la contabilidad cobros y cierres de caja • Contratación del personal • Gestionar la reserva de mesas • Colaborar y aportar ideas en materia de publicidad y marketing. • Realizar horarios de trabajo para el personal. • Organizar eventos dentro y fuera del local.
Barista encargado	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar los inventarios de productos. • Solicitar requisiciones. • Dar soporte al servicio, atender y cobrar a los clientes. • Realizar y supervisar las preparaciones. • Mantener limpio su área de trabajo y el local.
Barista	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las preparaciones. • Mantener limpio su área de trabajo y el local. • Atención y servicio al cliente. • Aperturas y cierres del local.

Nota: Fuente propia

Planificación estratégica

Es un conjunto de elementos que ayudara a establecer la dirección de la empresa, para lograr los objetivos planteados, es decir se realiza un análisis de la situación con proyección a los nuevos objetivos. (CFN, 2023)

Por lo tanto, se desarrollará una matriz FODA para analizar las fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas de nuestro proyecto.

Matriz FODA

Desarrollando el análisis FODA se establecen fortalezas, oportunidades, amenazas, y debilidades que tendrá la empresa, para con ello buscar las estrategias adecuadas que permitan fortalecer lo positivo y buscar alternativas para contrarrestar las dificultades externas que se presenten.

En la tabla 25 se muestra el análisis interno y externo que tendría la empresa.

Tabla 25 Matriz FODA

Producto/Servicio	Fortalezas	Oportunidades
Cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza de la avenida Ilalo “El Tingo”	<ul style="list-style-type: none">• Atención personaliza.• Recurso humano bien capacitado.• Conocimiento a fondo del producto que ofertamos.• Buena ubicación del establecimiento.• Decoración moderna.	<ul style="list-style-type: none">• No existe un negocio de este tipo en “Quimbitas Plaza”.• Fácil acceso a créditos por parte de instituciones gubernamentales.• Trafico de gente en la zona.• Fácil acceso a la plaza.• Posibles alianzas estratégicas con proveedores y empresas.

Debilidades	Estrategia Oportunidades E.F.C	Fortalezas- E.F.C	Estrategia Fortalezas E.D.F	Debilidades- E.D.F
<ul style="list-style-type: none"> • Poca seguridad en la plaza. • Falta de publicidad en la plaza. • Local mal distribuido. • Pocos estacionamientos. 	Ofrecer un servicio personalizado y producto novedoso que cumpla con las expectativas del cliente y satisfaga su necesidad al momento de adquirirlo.		Realizar una campaña publicitaria apoyándose en las empresas y proveedores asociados. Ya que al comprar productos o dar beneficios especiales por la alianza aplicamos la técnica del (ganar/ganar)	
Amenazas	Estrategia Fortalezas E.A.F	Amenazas- E.A.F	Estrategia Oportunidades E.A.O	Amenazas- E.A.O
<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las políticas gubernamentales. • Crisis económica. • Precios establecidos por la competencia. • Desastres naturales. 	Establecer los precios conforme el servicio brindado para que el cliente perciba el valor agregado asimilando el precio con la calidad		Generar un menú por temporada que permita vivir una experiencia diferente por al cliente a un precio no tan elevado	

Nota: Fuente propia

En realización al desarrollo del FODA se pudo determinar las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas posibles que tendría la nueva empresa en el mercado, logrando plantear algunas estrategias para contrarrestar las amenazas y debilidades frente a las oportunidades y fortalezas existentes.

Planificación legal

Está compuesta por los requisitos y procesos para la composición de la empresa

Constitución de la empresa

Al ser una empresa unipersonal de responsabilidad limitada es decir que un solo individuo es el propietario de la empresa en su totalidad. Tiene que cumplir con los requisitos presentado en la tabla 26, que solicita la superintendencia de compañías.

Tabla 26 requisitos para la constitución de la empresa

Requisitos Obligatorios

- Presentar por lo menos tres testimonios originales de la escritura pública de constitución.
- Todos los testimonios deben tener el mismo número de fojas y deben estar rubricadas por el notario ante el que se otorgó la escritura.
- Tres copias certificadas de la providencia judicial aprobatoria debidamente ejecutoriada.
- Copias de cédulas y certificados de votación.
- Formulario “Conozca su Cliente”, para los casos que superen los \$10.000 (solicitar en el Registro de la Propiedad)

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: (Portal unico del tramite del ciudadano, 2022)

Según el Portal unico del tramite del ciudadano 2022. El trámite se lo realiza presencial siguiendo los pasos que se muestran en la tabla 27:

Tabla 27 ¿Cómo hacer el trámite?

¿Cómo hacer le tramite?

- Acudir a las oficinas del Registro Mercantil más cercano.
 - Entregar en ventanilla los documentos requeridos.
 - Subsanan observaciones en caso de existir
 - Realizar el pago en las ventanillas del Registro Mercantil.
-

-
- Acudir al Registro Mercantil para retirar la razón de inscripción.
-

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: (Portal unico del tramite del ciudadano, 2022)

Licencia Metropolitana Única Para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) 2022

El proceso a seguir lo indica la tabla 28. Se empieza con llenar e imprimir el formulario en la página del municipio, luego se lo imprime y junto con los otros documentos que entrega en la administración zonal.

El tiempo que se demora en obtener el permiso es alrededor de 16 días laborables.

Tabla 28 *requisitas para la obtención de la LUAE*

Requisitos

-
- Formulario único de solicitud de LUAE
 - Copia del RUC
 - Copia de la cedula de ciudadanía y la papeleta de votación
-

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: (Alcaldía metropolitana de Quito , 2022)

Adicional deben cumplir con el registro de Patente Municipal, el pago de dicho impuesto y Tasas relacionadas con el desarrollo de su actividad económica, del año inmediato anterior siempre y cuando sea exigible. Adicional debe conocer el número de predio del establecimiento en donde realiza la actividad económica. El proceso de solicitud se realizará exclusivamente en línea en el Portal de Servicios Municipales. (Alcaldía metropolitana de Quito , 2022)

Cuerpo de Bomberos del distrito Metropolitano de Quito

El proceso empieza desde el momento que ingresa la solicitud, de ahí el tiempo que tome hasta que haga la inspección depende de cada zona y estación de bomberos a cargo. No tiene ningún costo. En la tabla 29 se detallan los requisitos

Tabla 29 *Requisitos para obtener el permiso de los bomberos*
Requisitos

-
- Solicitud de inspección del local
 - Informe favorable de la inspección
 - Copia de RUC
-

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: (Bomberos Quito , 2023)

Normas sanitarias

Las autoridades sanitarias en cada mercado suelen determinar normas que son necesarias para que la empresa pueda comercializar sus productos/servicios. En el caso de los establecimientos gastronómicos el ente que emite este permiso es el ARCSA. En la tabla 30 se detallan los requisitos

Tabla 30 *Requisitos para el permiso de funcionamiento*
Requisitos

-
- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario
 - Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del responsable legal del establecimiento.
 - Plano del restaurante a escala 1:50.
 - Croquis de la ubicación del establecimiento
 - Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.
-

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: (Agencia Nacional de Regulación, 2023)

Identificar la maquinaria y equipos necesarios para una cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza

Para el funcionamiento es importante adquirir maquinas, equipos, muebles e insumos. Por tal motivo en las tablas de la 31 a la 35, se realiza un listado de todo lo que requiere el establecimiento para operar:

Maquinaria y Equipos

Tabla 31 Maquinaria y equipos

Maquinaria y Equipos			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Máquina de expreso profesional	1	\$4493.66	\$4493.66
Molino de café	2	\$967.61	\$1935.22
Refrigerador	1	\$220	\$220
Máquinas de hielo	1	\$135	\$135
Horno eléctrico convección	1	\$700	\$700
Licuadaora	2	\$90	\$180
Microondas	1	\$85	\$85
Congeladora	1	\$99	\$99
Cocineta	1	\$35	\$35
Exprimidor de cítricos	1	\$30.73	\$30.73
		TOTAL	7913.61

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Catalogo Termalimex

Tabla 32 Equipos de oficina

Equipos de oficina			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Escritorio	1	\$100	\$100
Silla de escritorio	1	\$40	\$40
Archivador	1	\$35	\$35
Laptop	1	\$300	\$300
Parlantes de sonido	3	\$75	\$150
Caja registradora	1	\$90	\$90
		TOTAL	\$715

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Plataforma de compras en línea Mercado libre

Tabla 33 Vajilla

Vajilla			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Bases rectangulares de piedra	22	\$4.75	\$104.5
Platos de 22.5cm	22	\$3.27	\$71.94
Platos de postre	32	\$5.98	\$191.36
Tasas expreso	22	\$3.88	\$85.36
Tasas de capuchino	32	\$3.88	\$124.16
Tasas 12onz	32	\$3.88	\$124.16
Cubiertos	54	\$1.04	\$56.16
Cucharas de postre	45	\$0.70	\$31.50
Pozuelos de barro	22	\$3.60	\$79.20
Vasos 16onz	32	\$3.25	\$104

TOTAL \$972.34

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Catalogo Irvix

Tabla 34 Menaje

Menaje

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Tabla de picar	1	\$16.76	\$16.76
Latas de horno	4	\$6.00	\$24
Jarras para texturizar leche	3	\$20	\$60
Cuchillo cebollero	1	\$8.04	\$8.04
Cuchillo de pan	1	\$80.4	\$80.40
Bowls	6	\$10.80 x (3)	\$21.60
Balanza pequeña	2	\$12	\$24
Sartenes	3	\$29.63	\$88.89
Ollas varios tamaños	3	\$16	\$48
Cucharetas	3	\$2	\$6
Pinzas	3	\$7.19	\$21.57
		TOTAL	\$399.26

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Catalogo AQ hogar

Tabla 35 Muebles y enseres

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Mini sala	1	\$350	\$350
Mesas cuadradas	9	\$45	\$405
Sillas	30	\$27	\$810
Basureros	4	\$11.63	\$46.52
Muebles de cocina	3 metros	\$120 x metro	\$360
		TOTAL	\$1971.52

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Catalogo Seike muebles

Determinar la factibilidad de la cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza mediante la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN).

A continuación, se realizará un estudio financiero para analizar las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran los costos que conlleva el operar el proyecto en términos financieros.

Estudio financiero

El análisis es para determinar cuál será el valor de los recursos económicos para la implementación una cafetería de especialidad, para verificar si el proyecto es rentable en base a los resultados.

Activos fijos

En la tabla 36 se detalla el cálculo realizado de los activos fijos que son maquinaria y equipos, equipos de oficina vajilla, menaje y muebles y enseres, contemplados para el estudio financiero del presente trabajo de investigación.

Tabla 36 Activos fijos

Vida útil		%Depreciación							Total Depreciación
Inversiones	Totales	Vida útil	Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Maquinaria y Equipos	\$ 7.913,61	5	5%	\$ 1.582,72	\$ 1.582,72	\$ 1.582,72	\$ 1.582,72	\$ 1.582,72	\$ 7.913,61
Equipos de oficina	\$ 715,00	3	3%	\$ 238,33	\$ 238,33	\$ 238,33			\$ 715,00
Vajilla	\$ 972,34	5	5%	\$ 194,47	\$ 194,47	\$ 194,47	\$ 194,47	\$ 194,47	\$ 972,34
Menaje	\$ 399,26	5	5%	\$ 79,85	\$ 79,85	\$ 79,85	\$ 79,85	\$ 79,85	\$ 399,26
Muebles y Enseres	\$ 1.971,52	5	5%	\$ 394,30	\$ 394,30	\$ 394,30	\$ 394,30	\$ 394,30	\$ 1.971,52
Total	\$11.971,73								
Total Activos Fijos									\$ 11.971,73

Nota: Fuente propia

Sueldos

Para el funcionamiento de la cafetería será necesario la contratación de un administrador y dos baristas. Quienes recibirán un sueldo fijo, considerando todos los beneficios de ley. En la tabla 37 y 38 se detalla el cálculo de los sueldos de una año y proyectado a cinco

Tabla 37 Sueldo anual de los colaboradores

Nota: Fuente propia

Mano de Obra											
Cargo	N°	Sueldo	IESS Trabajador 9,45%	IESS empleador 11,15%	Sueldo básico unificado \$450			Vacaciones	Total Mes	Total Anual	
					Fondos de reserva 8,33%	Décimo tercero	Décimo cuarto				
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 66,15	\$ 78,05	\$ 58,31	\$ 58,33	\$ 37,50	\$ 29,17	\$ 633,85	\$ 7.789,51	
Barista Encargado	1	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 41,65	\$ 41,67	\$ 37,50	\$ 20,83	\$ 594,40	\$ 7.274,45	
Barista 1	1	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 50,18	\$ 37,49	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 538,71	\$ 6.595,76	
Total									\$1.766,96	\$21.659,72	

Tabla 38 Sueldo colaboradores para 5 años

Mano de Obra							
Sueldo básico unificado							
Cargo	N°	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
				Gerente			
Administrador	1	\$7.789,51	\$ 7.789,51	\$7.789,51	\$7.789,51	\$7.789,51	\$ 38.947,55
Barista Encargado	1	\$7.274,45	\$ 7.274,45	\$7.274,45	\$7.274,45	\$7.274,45	\$ 36.372,25
Barista 1	1	\$6.595,76	\$ 6.595,76	\$6.595,76	\$6.595,76	\$6.595,76	\$ 32.978,80
Total							\$108.298,60

Nota: Fuente propia

Costos variables

Materia Prima

Como lo mencionamos anteriormente el menú tentativo, aplicando el cálculo con la receta estándar nos da como resultado los precios de cada producto que se ofertarían en la cafetería de especialidad “PECANZ” representados en la tabla 39

Tabla 39 Menú tentativo con precios

Lista de productos y costos	
Producto	Costo
Bebidas calientes	\$ 3,49
Expreso	\$ 1,99
Americano	\$ 2,10
Cappuccino	\$ 2,99
Pasión de rosas	\$ 3,25
Mocaccino	\$ 3,50
Affogato de caramelo y sal	\$ 3,90
Chocolate	\$ 3,75
Infusión de la casa	\$ 1,99
Canelazo	\$ 4,99
Vino hervido	\$ 4,99
Irish coffee	\$ 4,99
Bebidas frías	\$ 2,63
Coffee lemonade	\$ 3,50
Limonada pink	\$ 2,90
Limonada imperial	\$ 2,75
Limonada clásica	\$ 2,50
Agua con gas	\$ 1,75
Agua sin gas	\$ 1,50

Cerveza artesanal	\$	3,50
Postres	\$	3,38
Cacao de frutos amarillos	\$	3,75
Muselina de cacao	\$	3,25
Mouse de frutos rojos	\$	3,25
Cremoso fruta de la pasión	\$	3,25
Para picar	\$	5,99
Fondue de quesos maduros	\$	6,99
Tabla charcutera	\$	6,00
Brusquetas	\$	4,99
Paninis	\$	5,50
Burrata y prosciutto	\$	5,99
Caprese	\$	4,50
Americano	\$	5,50
Fior di late & peperoni	\$	5,99
Total	\$	26,98
Costo promedio	\$	4.50

Nota: Fuente propia

Los gastos por persona de la tabla 40 se obtienen por el costo promedio del menú tentativo especificado en la tabla 39.

Tabla 40 Gasto por persona

Cientes	Año 2023	Gasto por persona
Total Anual	22.680	\$9.99
Total Mensual	1.890	
Total Diario	63	

Nota: Fuente propia

Determinando el gasto por persona y la cantidad de clientes que visitan mensual la cafetería, en la tabla 41 se desarrolla la demanda probable del presente estudio.

Tabla 41 *Demanda probable*

Demanda probable	
Visitas	Cantidad de clientes
Clientes diarios	63
Días de atención	30
Clientes al mes	1.890
Clientes al año	22.680
Ingresos proyectados de la cafetería	
Ingresos mensuales	18.881.1
Ingresos anuales	201.120

Nota: Fuente propia

Son aquellas que serán transformadas durante el proceso de producción para dar lugar al producto final. Forman parte de los costos variables, es decir que: a más unidades producidas, más material utilizado. En la tabla 42 se presenta el cálculo realizado.

Tabla 42 *Calculo de materia prima*

Costos de materia prima	
Costo promedio por producto	\$4.50
Clientes del mes	1,890
Total inversión materia prima	\$8,505
Ventas al mes	\$18,881.1
Total materia prima	\$8,505

Nota: Fuente propia

Costos indirectos

En la tabla 43 se presenta el cálculo de los costos indirectos que afecta al proceso productivo en general de los productos detallados en el menú tentativo de la tabla 22

Tabla 43 *Calculo servicios básicos*

Servicios Básicos			
Servicio	Valor mensual	Valor anual	Proyección 5 años
Luz	\$ 70	\$ 840	\$ 4.200
Agua	\$ 50	\$ 600	\$ 3.000
Teléfono	\$ 30	\$ 360	\$ 1.800
Internet	\$ 30	\$ 360	\$ 1.800
Total	\$ 180	\$ 2.160	\$ 10.800

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Administración de "Quimbitas Plaza"

Costos fijos

El cálculo de los costos fijos se detalla en la tabla 44

Tabla 44 *Calculo costos fijos*

Nombre	Valor mensual	Valor anual
Arriendo	\$ 650,00	\$ 7.800,00
Sueldos	\$ 3.679,61	\$ 44.155,26
Total	\$ 4.329,61	\$ 51.955,26

Nota: Fuente propia

Costo variable

Se detalla en la tabla 45 el cálculo de los costos que tienden a variar debido al desarrollo de la cafetería que pueden subir y bajar generando modificaciones.

Tabla 45 *Calculo de costos variables*

Costos Variables		
Descripcion	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima	\$ 8.505	\$ 102.060
Subministros de limpieza	\$ 50	\$ 600
Uniformes	\$ 210	\$ 2.520
Publicidad	\$ 250	\$ 3.000
Capacitaciones	\$ 100	\$ 1.200
Subministros de oficina	\$ 23	\$ 276
Total	\$ 9.138,00	\$ 109.656

Elaborado por: Alexis Herrera

Fuente: Catalogos de Irvix y proformas de compra

Capital de trabajo

El capital de trabajo, contiene los costos de producción y gastos, en el que se contempla pago en materia prima, mano de obra, CIF, gastos administrativos, ventas y financieros. Como se detalla el cálculo en la tabla 46

Tabla 46 *Calculo capital de trabajo*

Capital de trabajo		
Descripción	Valor Mensual	Valor semestre
Materia Prima	\$ 8.505	\$ 51.030
Servicios Básicos	\$ 180	\$ 1.080
Mano de obra	\$ 1.767	\$ 10.602
Sueldo del administrador	\$ 634	\$ 3.803
Gastos de publicidad	\$ 250	\$ 1.500
Suministros de limpieza	\$ 100	\$ 600
Arriendo	\$ 650	\$ 3.900
Total	\$ 12.085,81	\$ 72.515

Nota: Fuente propia

Balance General

La tabla 47 detalla el balance general de la cafetería "PECANZ", tomando en cuenta capital de trabajo, activos fijos y el ahorro personal como patrimonio

Tabla 47 Balance general

CAFETERIA DE ESPECIALIDAD "PECANZ"		BALANCE GENERAL		AL 31 DE ENERO DEL 2023		(En Dólares de los EE.UU.)	
ACTIVOS.				PASIVOS.			0
Activos Corrientes:			160.375,32				
Capital de trabajo		<u>160.375,32</u>					
Activos Fijos:			11.971,73				
Maquinarias y Equipos	7.913,61						
Equipos de oficina	715,00						
Vajilla	972,34						
Menaje	399,26						
Muebles y Enseres	<u>1.971,52</u>						
				TOTAL PASIVOS			-
				PATRIMONIO.			172.347,05
				Ahorro personal		<u>172.347,05</u>	
TOTAL ACTIVOS			172.347,05	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			172.347,05

Nota: Fuente propia
Estado de pérdidas y ganancias

En la tabla 48 se realiza el cálculo del estado de pérdidas y ganancias. De acuerdo al ente que lo regulariza

Tabla 48 *Calculo de pérdidas y ganancias*

CAFETERIA DE ESPECIALIDAD "PECANZ"
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 31 DE ENERO DEL 2023
(En Dólares de los EE.UU.)

(+)	Ingresos por servicios	226.573,20
	(-) Costo de produccion	125.424,00
	Materia Prima	102.060,00
	Mano de obra	21.204,00
	Costos Variables	2.160,00
(=)	Utilidad Bruta	101.149,20
(-)	Gastos Operativos	59.552,00
	(+) Gastos de administración	56.552,00
	(+) Gastos de Ventas	3.000,00
(=)	Utilidad Operativa	41.597,20
(-)	Gastos Financieros	-
(=)	Utilidad antes de particip e impuestos	41.597,20
(-)	15% Participación trabajadores	6.239,58
(=)	Utilidad antes de impuestos	35.357,62
(-)	25% Impuesto a la renta	8.839,41
(=)	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	26.518,22

$$t = \frac{15\% PT + 25\% IR}{UAPI}$$

t = Tasa de impuesto

t = 0,36

Util Neta = (1 - t) * UAPI

Util Neta = 26.518,22

Nota: Fuente propia

Flujo de caja

En la tabla 49 se registran las entradas y salidas en trimestres que tendrá la cafetería, empezando por julio con la inversión realizada

Tabla 49 Calculo flujo de caja

Descripcion	Flujo de caja											
	Trimestral del año en curso											
	Primer Trimestre			Segundo Trimestre			Tercer Trimestre			Cuarto trimestre		
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
0%	2%	3%	3%	3%	5%	1%	1%	2%	2%	3%	4%	
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
Ingress	\$18.881,	\$19.258,	19.836,4	\$25.434,	32.313,8	\$39.969,	47.371,	\$54.897,	62.773,	70.906,	79.535,	88.814,
	10	72	8	70	1	05	28	15	30	22	56	18
saldo inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.003,12	\$ 11.269,29	\$ 17.872,30	\$ 25.053,56	\$ 32.356,25	\$ 39.781,59	\$ 47.454,68	\$ 55.380,46	\$ 63.692,88
Ventas contado	\$ 9.440,55	\$ 9.629,36	\$ 9.918,24	\$ 10.215,79	\$ 10.522,26	\$ 11.048,38	\$ 11.158,86	\$ 11.270,45	\$ 11.495,86	\$ 11.725,77	\$ 12.077,55	\$ 12.560,65
Ventas diferidas	\$ 9.440,55	\$ 9.629,36	\$ 9.918,24	\$ 10.215,79	\$ 10.522,26	\$ 11.048,38	\$ 11.158,86	\$ 11.270,45	\$ 11.495,86	\$ 11.725,77	\$ 12.077,55	\$ 12.560,65
Egresos	\$25.438,	\$13.637,	13.897,3	\$14.165,	14.441,5	\$14.915,	15.015,	\$15.115,	15.318,	15.525,	15.842,	16.277,
	73	10	5	41	2	49	03	56	63	76	67	90
Materia prima	\$ 8.505,00	\$ 8.675,10	\$ 8.935,35	\$ 9.203,41	\$ 9.479,52	\$ 9.953,49	\$ 10.053,03	\$ 10.153,56	\$ 10.356,63	\$ 10.563,76	\$ 10.880,67	\$ 11.315,90

Mano de obra	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00	\$ 2.784,00
Gastos administracion	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00	\$ 1.928,00
Costo publicidad	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Costo de maquinarias	\$ 11.971,73	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
saldo en contra		\$ 6.557,63	\$ 936,01									
Saldo final	\$ 6.557,63	\$ 5.621,62	\$ 5.939,13	\$ 11.269,29	\$ 17.872,30	\$ 25.053,56	\$ 32.356,25	\$ 39.781,59	\$ 47.454,68	\$ 55.380,46	\$ 63.692,88	\$ 72.536,28

Nota: Fuente propia

Análisis de la VAN y el TIR

El VAN es un indicador el cual permite calcular el valor presente de los flujos actualizados para conocer la viabilidad del presente proyecto. Utilizando los valores correspondientes presentes en el desarrollo del análisis financiero Obteniendo lo calculado en la tabla 50:

Tabla 50 *Calculo de la VAN*

Valor Actual Neto (VAN)	
% de oportunidad	10%
Inversión	-25438,73
	\$110.968,21

Nota: Fuente propia

Con el resultado obtenido que es de \$110.968,21 mayor a cero del valor actual neto se define que la posible creación de una cafetería de especialidad es viable.

Por otro lado, la tasa interna de retorno o TIR es el valor del rendimiento económico que genera en futuro emprendimiento. El resultado en la tabla 51 que se obtendrá demuestra si la idea de negocio generara pérdidas o beneficios.

Tabla 51 *Calculo de la TIR*

Tasa Interna de Retorno (TIR)				
\$-25.438,73	\$ 5.939,13	\$ 25.053,56	\$ 47.454,68	\$ 72.536,28
TIR				82%

Nota: Fuente propia

El resultado de la tasa interna de retorno es del 82% que indica que la creación y ejecución del proyecto es rentable, puesto que es una tasa superior a la tasa de descuento.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Culminando con el trabajo de titulación que tuvo como objetivo determinar la factibilidad técnica, económica y operativa de una cafetería de especialidad en “Quimbitas Plaza” de la avenida Ilalo en el sector El Tingo Valle de los Chillos en Quito, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Conclusiones

1. Las encuestas realizadas permitieron analizar el mercado definiendo que es un público que va desde los 25 a 30 años de edad, de una clase media alta, que residen en El tingo y sectores aledaños, que gusta de visitar cafeterías que ofrezcan un ambiente y servicio diferente a lo tradicional, con una posible frecuencia de consumo que aporta de manera positiva a la viabilidad del negocio.
2. De acuerdo al estudio técnico realizado para la creación de la cafetería de especialidad los resultados son positivos, ya que la ubicación de la plaza comercial está en una avenida principal, y sus locales tienen una buena dimensión para colocar la maquinaria y equipos adecuados que permitan elaborar las diferentes preparaciones dando como resultado un producto final de calidad.
3. En cuanto al estudio financiero los resultados del valor actual neto (VAN) es de \$110.968,21 mayor a cero del valor actual neto se define que la posible creación de una cafetería de especialidad es viable, mientras que la tasa interna de retorno (TIR) es del 82% que indica que la creación y ejecución del proyecto es rentable, puesto que es una tasa superior a la tasa de descuento. Finalmente se pudo concluir que por los resultados obtenidos el proyecto es factible.

En conclusión, un estudio de factibilidad es una herramienta importante que nos permite analizar tanto la situación interna como externa para el desarrollo de un futuro plan de negocios, detallando datos significativos de nuestro futuro cliente, como también sus necesidades, si el lugar es estratégico para el servicio que se pretende ofertar, lo que se necesita para iniciar la operación, el respectivo estudio financiero que nos permitirá verificar si es factible o no. Para analizar la puesta en marcha del proyecto.

Recomendaciones

Tomando en consideración las conclusiones antes mencionadas a continuación se detallan las siguientes recomendaciones para el estudio realizado.

1. Realizar una encuesta más detallada de los productos que el cliente desea encontrar en una cafetería de especialidad para poder fidelizar la asimilación de producto y marca.
2. Realizar un buen mantenimiento de los equipos y un cuidado de la infraestructura para que la imagen y el producto que se brinda al cliente no se vea afectado por el descuido de la maquinaria y los equipos.
3. Realizar la compra de maquinarias y equipos con una empresa conocida en el mercado para obtener beneficios de compra como las garantías.
4. Mantener los costos por un periodo conocido como asentamiento de la marca para que no generar una desviación en el desarrollo del proyecto que podría ser negativo al resultado que se pretende obtener. El servicio habla por sí solo y el cliente reconoce el valor de un buen servicio.
5. Realizar convenios con los proveedores o los diversos locales de la plaza para generar estrategias que ayuden a incrementar las ventas de ambos establecimientos aplicando el conocido (ganar ganar).
6. No escatimar en el recurso humano, teniendo en cuenta que debe conocer del negocio ya que es el personaje principal y más importante dentro de una la industria de alimentos y bebidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J. (2020). Plan de negocios para la creación de una cafetería dedicada a la producción y comercialización de elaboraciones tradicionales de Quito. trabajo de titulacion(4.<http://repositorio.unibe.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/309/1/AGUILAR%20TINITANA%20JENIFER%20ALEXANDRA.pdf>), 4-47. Quito, Ecuador.
- Alcazar, R. (2011). *Emprendedor de Éxito* (Vol. cuarta edición). México DF.
- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación* (7.file:///C:/Users/Noro%C3%B1a/Downloads/kupdf.net_el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-7ma-edic-2016pdf.pdf ed.). Editorial Episteme.
- CFN. (2023) Corporación financiera nacional
- Cruz, R. (2013). *Creación de un restaurante de cocina de autor en Guayaquil para el desarrollo de alta cocina*. Guayaquil: Trabajo de Titulación. Universidad de Guayaquil facultad de Ingeniería Química. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6024/1/Ga033.pdf>.
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). *Emprendimiento una opción para el desarrollo*. *Scientia Et Technica*, XV(43), 326-331. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>.
- Duarte, T., Ruiz, T., & Mariam. (2009). *EMPRENDIMIENTO, UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO*. *Scientia Et Technica*, XV(43.<https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>), 326-331.
- El 80% de negocios gastronómicos surgen del emprendimiento. (09 de abril de 2021). *El Vistazo*. <https://www.vistazo.com/actualidad/el-de-negocios-gastronomicos-surgen-del-emprendimiento-HFVI230896>.
- Grajales, T. (27 de marzo de 2000). *Tipos de investigación*. Obtenido de <https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: McGRAW-HILL.
- Larousse. (2014). *Diccionario Larousse Cocina*.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El Emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación*. Washinton, DC: Banco Mundial.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=r4kyDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT105&dq=el+emprendimiento+en+america+&ots=jGYMFeXESE&sig=-SACa4qam7Uxd8wweGIK3_mleDQ#v=onepage&q=el%20emprendimiento%20en%20america&f=false.

- Ricoy, L. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. Do Centro de Educação, 31(1, <https://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>), 11-22.
- Salazar-Duque, D., & Guamialamá-Martinez, J. (2017). La cultura de la organización aplicada al sector de alimentos y bebidas de la ciudad de Quito. *Qualitas*, 13. https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/02_20160726_SALAZAR_Cultura-Organizacional-en-AyB-en-Quito_UTE-1.pdf, 26-40.
- Sananay.W. (2019.). Plan de negocios para la creación de un restaurante tradicional en el cantón. Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería en. Quito. <http://repositorio.unibe.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/279/1/SANANA Y%20QUILAPA%20WENDY%20ALEXANDRA.pdf>.
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 2(2. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632014000200008), 95-106.
- Torrecilla-García, J., Andrés-Reina, M., & Soktnicka, A. (2019). La importancia del plan de empresa como herramienta de gestión para emprendedores tecnológico. *Espacios*, 40 (3. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n03/a19v40n03p28.pdf>), 28-40.
- Tulcanaza, J. (septiembre. <http://repositorio.unibe.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/370/1/TULCANAZA%20DELGADO%20JENIFFER%20MICHELLE.pdf> f de 2020). Diseño de un plan de negocios de un restaurante vegetariano en la zona la. Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en.
- Unib.E. (2019). ¿Cómo investigaren la UnibE?

Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A. S., & E. Leo, G. A. (2014). ENFOQUE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO. PARADIGMAS EN LA INVESTIGACIÓN, 10. <https://core.ac.uk/reader/236413540>.

Zorrilla Arena, L. S. (2010). Introducción a la metodología de la investigación. México D.F.: Ediciones Cal y Arena.

Anexos

Anexos 1 Encuesta aplicada

2/8/23, 21:27

Cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza

Cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza

La siguiente encuesta se realizó con el objetivo de conocer las preferencias y nivel de aceptación de los consumidores de café para analizar la factibilidad de crear una Cafetería de especialidad en Quimbitas Plaza sector El Tingo.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Ingrese su dirección de correo electrónico *

2. **1. Edad ***

Marca solo un óvalo.

- 25 - 30 años
 30 - 35 años
 35 - 40 años

3. **2. Residencia ***

Marca solo un óvalo.

- El Tingo
 Conocoto
 Capelo
 Sangolquí

4. **3. ¿Suele ir a cafeterías? (si su respuesta es no le agradecemos por su tiempo prestado) ***

Marca solo un óvalo.

- Sí Salta a la pregunta 5
 No Salta a la sección 2 (La encuesta ha concluido. Muchas gracias por su tiempo.)

La encuesta ha concluido. Muchas gracias por su tiempo.

Sección sin título

5. **4. Normalmente ¿Cuánto es lo que invierte en consumo promedio de dinero en una cafetería? ***

Marca solo un óvalo.

- \$5,00 - \$10,00
 \$15,00 - \$20,00
 \$25,00 - \$30,00

https://docs.google.com/forms/d/1UxOTn7by_bxWMeGzJVF-zzTJIHC2/ea#ELOBHbuU/edit

1/4

6. **5. En una cafetería ¿Cuáles son los productos de su mayor agrado?** (Puede marcar más de una opción) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Bebidas calientes
- Bebidas frías
- Postres
- Bocadillos de sal

7. **6. Cuando visita una cafetería, ¿Generalmente lo hace?** (Puede marcar más de una opción) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Solo
- Con hijos
- Con amigos
- Con familia
- Pareja

8. **7. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería?** (Puede marcar más de una opción) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Tomar un buen café
- Comer algo
- Punto de reunión
- Trabajar
- Distraerse
- Compartir con otros
- Vivir una nueva experiencia

9. **8. ¿Cuáles de estos atributos prefiere que contenga una cafetería?** (Puede marcar más de una opción) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Acceso a Wifi
- Decoración moderna
- Bebidas llamativas
- Pet friendly
- Atención personalizada

10. **9. ¿Qué tipo de servicios o entretenimientos adicionales le gustaría recibir?** *

Selecciona todos los que correspondan.

- Cursos de Barismo
- Shows en vivo
- Maridajes de cafés y postres

11. **10. ¿En qué horario visita cafeterías?** *

Marca solo un óvalo.

- Mañana
- Tarde
- Noche

12. **11. ¿Con que frecuencia visitarías la cafetería? ***

Marca solo un óvalo.

- Diariamente
- Una vez a la semana
- Una vez al mes

13. **12. ¿Si existiera una cafetería de especialidad con un estilo minimalista, la visitarías? ***

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

14. **13. ¿Cuál de estas cafeterías le gusta visitar? ***

Marca solo un óvalo.

- Sweet and coffee
- Juan valdez
- Fior di latte
- El español

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexos 2 Validación de expertos

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Desarrollo de la Operacionalización	X			
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación.	X			

Apreciación cualitativa: El instrumento está diseñado de acuerdo al segmento que requiere investigarse.

Observaciones: Da respuesta a la información que necesita recopilar.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Medio que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
1	X		X			X	X		X		X			
2	X		X		X		X		X		X			
3	X		X		X		X		X		X			
4	X		X			X	X		X			X		
5	X		X		X		X		X		X			
6	X		X		X		X		X		X			
7	X		X		X		X		X		X			
8	X		X		X		X		X		X			
9	X		X			X	X			X		X		
10	X		X		X		X		X			X		
11	X		X		X		X		X			X		
n #	X		X		X		X		X		X			

Activar Windows
Ve a Configuración pa



Apreciación cualitativa: Considero adecuado el instrumento, el instrumento mide lo que pretende en la investigación.

Observaciones: _____

Validado por: Mgst. Stefania Jácome

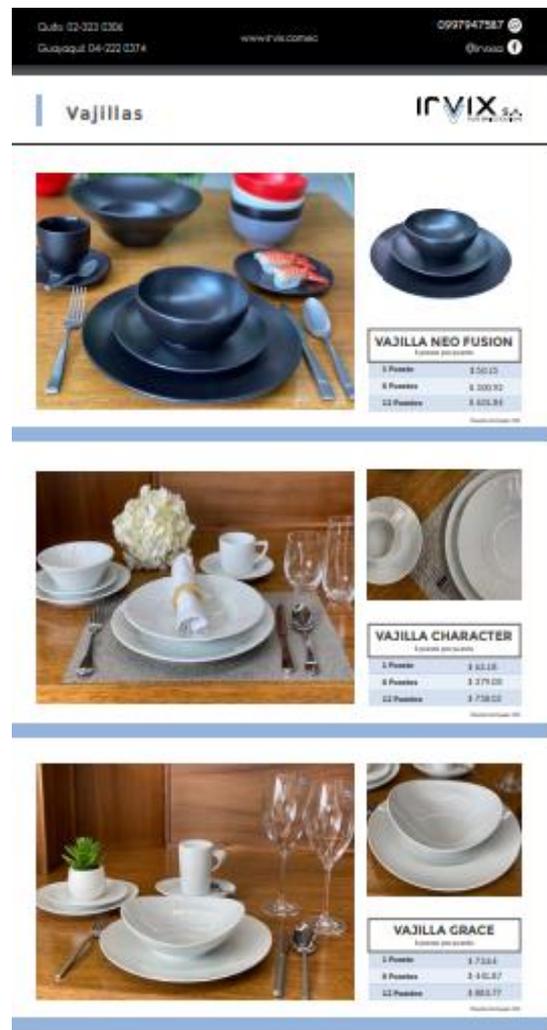
Profesión: Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales

Cargo que desempeña: Docente UNIB.E

Firma: 

Fecha: 24-07.2023

Anexo 3 Catalogo de Invix



Anexo 4 Catalogo

AQ HOGAR
ALREDEDOR DE TU MESA

AQ HOGAR
@aqhogarecuador
www.aqhogar.com

Catalogo de Vajilla 2023

Producto	Tamaño	Precio por Unidad	Precio por Mayor
Plato Big Home Opal Tendi El Forno	22.5 CM	\$2.18 USD	\$1.92 USD
Plato Big Home Opal Tendi El Forno	17.5 CM	\$1.82 USD	\$1.37 USD
Plato Big Home Opal Tendi El Forno	25 CM	\$2.82 USD	\$2.56 USD
Plato Big Home Opal Tendi El Forno	17.5 CM	\$1.42 USD	\$1.23 USD
Plato Big Home Opal Tendi El Forno	26 CM	\$2.48 USD	\$2.26 USD
Plato Big Home Opal Tendi El Forno	19 CM	\$1.88 USD	\$1.59 USD