

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

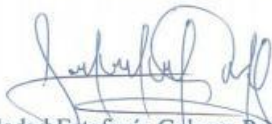
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, SOLEDAD ESTEFANÍA GALARZA PERUGACHI C.I. 1719952341 autor del trabajo de graduación intitolado: "Análisis de viabilidad para la implementación de una cafetería-taller para ciclistas en la ciudad de Quito", previa a la obtención del grado académico de ADMINISTRADORA EN GESTIÓN HOTELERA \_en la Facultad de Ciencias Humanas:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica 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 graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 19 de mayo de 2015



Soledad Estefanía Galarza Perugachi

C.I. 1719952341

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**

**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Yo, Ec. Abner Bravo Herrera director de esta disertación, certifico que la Srta. Soledad Estefanía Galarza Perugachi ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Análisis de viabilidad para la implementación de una cafetería-taller para ciclistas en la ciudad de Quito", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Ec. Abner Bravo Herrera

Quito, mayo 19 de 2015



DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TITULO DE INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA

“ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA-TALLER  
PARA CICLISTAS EN LA CIUDAD DE QUITO”

SOLEDAD ESTEFANÍA GALARZA PERUGACHI

DIRECTOR: ABNER BRAVO

QUITO, 2015

## INTRODUCCIÓN

Ecuador, es un país lleno de riquezas tanto culturales como naturales, que cuenta con un sin número de actividades que se pueden realizar en el mismo, aportando a la recreación, El siguiente proyecto se encuentra encaminado a analizar la viabilidad de la creación de una empresa que ofrezca un servicios de alimentos y bebidas fusionado con un deporte atractivo y que se ha ido posicionando intensamente en el país, como lo es el ciclismo.

Dentro de la carrera de Gestión Hotelera se genera en los jóvenes el deseo de sobresalir y ser emprendedores, de esta manera se impulsa a la creación de nuevos negocios que aporten al desarrollo y que generen puestos de trabajo para así aportar a mejorar una gran problemática social como es el desempleo.

Bajo estos contextos y el firme deseo de poseer un negocio de éxito, nace la idea de estudiar la viabilidad de poner en marcha una cafetería-taller, el cual tiene origen en la afición por un deporte antes mencionado y el gusto por ser la restauración.

El siguiente proyecto se encuentra encaminado a realizar diferentes estudios que permitirán conocer todos los elementos necesarios para la creación de una cafetería-taller, enfocado hacia un segmento socio-económico medio alto conformado por ciclistas, se realiza un análisis de dicho segmento y todas las características necesarias para el funcionamiento del establecimiento, que posea un entorno, servicio adecuado y sobretodo que ofrezca un servicio personalizado y de calidad. Al valorar todo esto, se obtendrá información real de la situación en la que se encuentra el posible proyecto, y a través de una evaluación financiera y económica, se integran los resultados de todo el estudio para determinar la viabilidad del proyecto.

Lo que se pretende con este proyecto es ofrecer un espacio completamente innovador, un lugar que ofrezca todos los servicios necesarios para ciclistas. Un lugar moderno, con buen ambiente y que cuente con espacios diferenciados para las diferentes necesidades de los consumidores como lo es un espacio de reunión que cuente también con un taller para arreglar bicicletas y adquirir productos relacionados con las mismas. Una cafetería que se convierta en el “sitio de encuentro” de gremios de ciclistas, que identifiquen a la cafetería como un espacio que cubre sus necesidades, y esto es precisamente la innovación y diferenciación de este negocio, ya que un espacio así no se encuentra en la ciudad de Quito.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a Dios quien guió mi camino y me permitió culminar mi carrera.

A mis queridos padres Soledad y Mesías quienes con sus sabios consejos, su amor, apoyo y sacrificio han sido mis pilares y mi motivación para culminar esta importante etapa de mi vida.

A mis tíos y primos quienes me han brindado su cariño y me han apoyado incondicionalmente durante la culminación de esta etapa.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres quienes a lo largo de toda su vida me han apoyado y motivado incasablemente.

A mi familia y amigos los cuales siempre han estado pendientes de brindarme su apoyo y ayuda en todo momento.

A Jonathan quien con su apoyo, paciencia y cariño ha estado siempre motivándome para culminar esta etapa de mi vida.

A Stephanie y Michael quienes han estado conmigo durante esta etapa universitaria siendo unos grandes amigos y un apoyo contante.

A todos los maestros que con profesionalismo y ética contribuyeron a mi formación en especial a mi Director Ec. Abner Bravo Herrera por su apoyo y guía haciendo posible la conclusión del siguiente proyecto.

A mis lectores Ruben y Gustavo que con su ayuda continua hicieron posible la culminación del presente trabajo.

A todas aquellas personas que de una u otra manera ayudaron a la culminación de esta tesis.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Con el siguiente estudio se va a determinar si es viable la creación de una cafetería-taller en el Distrito Metropolitano de Quito. La misma que será una propuesta diferente a las cafeterías actuales, ya que ofrecerá un ambiente cálido y agradable para ciclistas y practicantes del ciclismo, en el cual los clientes podrán disfrutar de un excelente y exquisito menú al mismo tiempo que disfrutan de la compañía de personas que con la misma pasión por dicho deporte.

Además de los servicios habituales, también se pondrá a la disposición de los usuarios las instalaciones de taller para bicicletas y tienda de productos de ciclismo con el fin de ser una cafetería completamente útil para los fanáticos de este deporte y la cual genere pertenencia y reconocimiento.

Para conocer la viabilidad del negocio se realizaron diferentes capítulos que permiten conocer toda la información necesaria para la creación del mismo.

El primer capítulo se centra en el estudio de mercado en el cual se realiza en primer lugar una breve introducción sobre las cafeterías y el ciclismo en Quito, se conoce también la demanda insatisfecha, la cual será cubierta por la nueva cafetería, además de conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes que se satisfarán con estrategias de comercialización.

El segundo capítulo se considera los aspectos técnicos, conocer los recursos necesarios para la operación de la cafetería, los valores, misión, visión, micro y macro localización y la organización de la empresa.

El tercer capítulo se concluye con la demostración de la rentabilidad de la empresa empleando los criterios de evaluación financiera, los cuales muestran que el negocio es atractivo.

## **ABSTRACT**

The following research is a viability study for the creation of a coffee-workshop in the Distrito Metropolitano de Quito. The same that is going to be a different proposal from the modern cafeterias, because it offers a warm and nice environment for cyclists and practicans of cyclism, in this place the clients will be able to enjoy a excellent and exquisite menu and at the same time enjoying the company of people whit the same passion for this sport.

In addition to the usual services, also will be at the disposal of user's facilities like a workshop for bicycles and a bike products shop in order to be a coffee shop completely useful for fans of cyclism which will generate recognition.

To learn about the viability of the business there were made different chapters that allow to know all the necessary information for the creation of this place.

The first chapter focuses on the study of market, first of all a brief introduction about the coffee shops and cycling in Quito, then get known the unsatisfied demand, which will be covered by the new coffee shop, besides knowing the tastes and preferences of potential clients who will be satisfied with marketing strategies.

The second chapter is considered the technical aspects of the business, in with is going to get to know the resources needed for the operation of the coffee shop, the values, mission, vision, micro and macro location and organization of the company.

The third chapter is concluded with the demonstration of the profitability of the business using financial evaluation criteria, which show that the business is attractive.

## TABLA DE CONTENIDOS

### PRELIMINARES

Introducción.....	1
Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Resumen.....	4
Abstract.....	5
Tabla de contenidos.....	6
Índice de tablas.....	11
Índice de gráficos.....	13

### CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Antecedentes.....	14
1.2. Generalidades.....	15
1.2.1. Características de la provincia de Pichincha.....	15
1.2.2. Características generales del Cantón Quito.....	16
1.2.2.1. Generalidades de Quito.....	16
1.2.2.2. Historia.....	17
1.2.2.3. Geografía.....	18
1.2.2.4. Clima.....	18
1.2.2.5. Atractivos turísticos de la zona de influencia.....	18
1.2.3. Cafeterías.....	19
1.2.3.1. Cafeterías tradicionales y modernas en Quito.....	20
1.2.4. Orígenes del ciclismo.....	21
1.2.4.1. Ciclismo en el Ecuador.....	21
1.2.4.2. Ciclismo en Quito.....	23
1.3. Investigación de mercados.....	24
1.3.1. Análisis del mercado actual.....	24
1.3.1.1. Determinación de la demanda y oferta potencial.....	24
1.3.1.1.1. Demanda potencia.....	27
1.3.1.1.2. Oferta potencial.....	28
1.3.1.1.3. Determinación de la demanda insatisfecha potencial.....	29
1.3.1.2. Demanda y oferta real.....	30
1.3.1.3. Análisis de oferta y demanda.....	31

Metodología de la investigación de mercado.....	32
1.3.1.4. Población o universo.....	33
1.3.1.5. Determinación de la muestra .....	33
1.3.2. Objetivos de la encuesta.....	34
1.3.2.1. Objetivo General.....	34
1.3.2.2. Objetivos Específicos.....	34
1.3.3. Diseño de la encuesta.....	35
1.3.4. Análisis de los resultados de la encuesta.....	38
1.3.5. Entrevistas.....	58
1.3.6. Conclusiones de entrevistas y encuestas.....	58
1.4. Mercado del proyecto.....	59
1.4.1. Segmento del mercado.....	59
1.4.2. Perfil del cliente.....	60
1.4.3. Marketing Mix.....	61
1.4.3.1. Producto.....	61
1.4.3.2. Precio.....	64
1.4.3.3. Plaza.....	66
1.4.3.4. Promoción.....	66
1.4.3.4.1. Publicidad.....	66
1.4.3.4.2. Promoción de ventas.....	69
<b>CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO</b>	
2.1. Localización.....	70
2.1.1. Macro Localización.....	70
2.1.2. Micro Localización.....	71
2.2. Tamaño e infraestructura del proyecto.....	71
2.3. Dimensionamiento y distribución de la planta.....	72
2.4. Planos del proyecto.....	72
2.5. Especificaciones técnicas y presupuesto de adecuación.....	74
2.6. Estudio técnico organizacional.....	75
2.6.1. Nombre o razón social.....	75
2.6.2. Base filosófica.....	75
2.6.2.1. Misión.....	75
2.6.2.2. Visión.....	76

2.6.2.3. Valores.....	76
2.6.2.4. Objetivos.....	76
2.6.2.4.1. Objetivo General.....	77
2.6.2.4.2. Objetivos específicos.....	77
2.6.2.5. Estrategias.....	77
2.6.2.5.1. Objetivos estratégicos.....	78
2.6.2.6. Políticas.....	78
2.6.2.6.1. Políticas administrativas.....	78
2.6.2.6.2. Políticas para el personal.....	78
2.6.2.6.3. Políticas para clientes.....	79
2.6.2.7. Reglamento para los colaboradores.....	79
2.6.2.7.1. Incentivos.....	79
2.6.2.7.2. Derechos y obligaciones.....	79
2.6.2.7.3. Permisos.....	80
2.6.2.7.4. Sanciones.....	80
2.6.2.8. Normativa de seguridad.....	81
2.6.2.9. Prestaciones generales.....	81
2.7. Análisis de Macro y Micro entorno.....	83
2.7.1. Macro Entorno.....	83
2.7.1.1. Factores políticos y legales.....	83
2.7.1.2. Factores económicos.....	85
2.7.1.3. Factores sociales.....	87
2.7.1.4. Factores tecnológicos.....	89
2.7.1.5. Factores ambientales.....	89
2.7.2. Análisis del Micro Entorno.....	90
2.7.2.1. Competencia.....	90
2.7.2.2. Proveedores.....	92
2.7.2.3. Clientes.....	93
2.7.3. Priorización y evaluación de factores externos.....	94
2.7.3.1. Resumen de factores externos.....	94
2.7.3.2. Matriz de priorización.....	95
2.7.3.3. Relación matriz de priorización.....	96
2.7.3.4. Evaluación.....	97

2.8. Estructura organizacional de la compañía.....	98
2.8.1. Organigrama estructural.....	98
2.8.2. Descripción puestos de trabajo.....	99
2.9. Estudio Legal.....	104
2.10. Evaluación Ambiental.....	111
2.10.1. Análisis de las normas ambientales.....	112
2.10.2. Análisis de posibles impactos ambientales.....	112
2.10.3. Evaluación ambiental del proyecto.....	113
2.10.4. Conclusiones evacuación ambiental.....	117
2.11. Estudio técnico administrativo.....	118
2.11.1. Recursos humanos.....	118
2.11.2. Uniformes.....	118
2.11.3. Suministros de oficina.....	119
2.11.4. Equipo y maquinaria.....	119
2.11.5. Herramientas taller.....	120
2.11.6. Utensilios de cocina.....	120
2.11.7. Menaje y cristalería.....	121
2.11.8. Equipo tecnológico y computación.....	121
2.11.9. Muebles y enseres.....	122
2.11.10. Adecuaciones y decoración.....	122
2.11.11. Gastos constitución.....	122
2.11.12. Suministros de limpieza.....	123
2.11.13. Gastos publicidad.....	123
2.11.14. Gatos software e internet.....	123
<b>CAPÍTULO III: ESTUDIO FINANCIERO</b>	
3.1. Inversión inicial.....	124
3.2. Capital de trabajo.....	125
3.3. Financiamiento.....	133
3.4. Punto de equilibrio.....	135
3.5. Evaluación financiera.....	137
3.6. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	140
3.7. Conclusiones del estudio financiero.....	141
<b>CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	

4.1. Conclusiones.....	142
4.2. Recomendaciones.....	142
BIBLIOGRAFÍA.....	143
ANEXOS.....	144

## INDICE DE TABLAS

- Tabla N.- 1 Población del cantón Quito por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento Año 2010
- Tabla N.- 2 Población del cantón Quito por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento Año 2015
- Tabla N.- 3 Población Distrito Metropolitano de Quito
- Tabla N.- 4 Proyección mercado referencial
- Tabla N.- 5 Cantidad demandada
- Tabla N.- 6 Demanda Potencial
- Tabla N.- 7 Oferta Potencial
- Tabla N.- 8 Demanda Insatisfecha Potencial
- Tabla N.- 9 Disponibilidad de la competencia directa
- Tabla N.- 10 Disponibilidad del negocio
- Tabla N.- 11 Nivel de confianza
- Tabla N.- 12 Edad
- Tabla N.- 13 Sexo
- Tabla N.- 14 Nivel de Instrucción
- Tabla N.- 15 Ingresos Económicos
- Tabla N.- 16 Existencia de establecimientos de restauración temáticos
- Tabla N.- 17 Establecimientos de restauración temática
- Tabla N.- 18 Tipo de ciclismo
- Tabla N.- 19 Desplazamiento para mantenimiento de bicicletas
- Tabla N.- 20 Gasto promedio en el mantenimiento de la bicicleta
- Tabla N.- 21 Gasto en repuestos para bicicleta
- Tabla N.- 22 Realización de paseos en bicicleta alrededor de Quito
- Tabla N.- 23 Visitación a cafeterías
- Tabla N.- 24 Frecuencia de visita a cafeterías
- Tabla N.- 25 a) Servicio y Productos de Calidad
- Tabla N.- 26 b) Ambiente Agradable
- Tabla N.- 27 c) Infraestructura y decoración
- Tabla N.- 28 d) Precio
- Tabla N.- 29 Análisis conjunto de resultados de características
- Tabla N.- 30 Medios Publicitarios
- Tabla N.- 31 Aceptación de una cafetería de ciclismo
- Tabla N.- 32 Gasto en una cafetería temática de ciclismo
- Tabla N.- 33 Tienda
- Tabla N.- 34 Productos Menú
- Tabla N.- 35 Indicadores Económicos
- Tabla N.- 36 Número de establecimientos por tamaños y ramas de actividad económica (tamaño medio en base al empleo)
- Tabla N.- 37 Competencia Directa
- Tabla N.- 38 Competencia Directa e Indirecta.
- Tabla N.- 39 Factor Crítico de Éxito
- Tabla N.- 40 Oportunidades
- Tabla N.- 41 Amenazas
- Tabla N.- 42 Evaluación Factores Críticos de Éxito
- Tabla N.- 43 Descripción Funciones Administrador
- Tabla N.- 44 Descripción Funciones Encargado Taller y Tienda
- Tabla N.- 45 Descripción Funciones Mesero Polivalente

Tabla N.- 46 Descripción Funciones Cocinero  
Tabla N.- 47 Descripción Funciones Guardia  
Tabla N.- 48 Descripción Funciones Mecánico  
Tabla N.- 49 Propiedad Industrial Tasas por Servicios  
Tabla N.- 50 Base Imponible y Tarifa  
Tabla N.- 51 Tabla de Cobros: Registro  
Tabla N.- 52 Tasas por LUAF  
Tabla N.- 53 Análisis posibles impactos ambientales de la cafetería-taller Café Vélo  
Tabla N.- 54 Guía de prácticas ambientales para comercio básico: restaurantes-  
cafeterías  
Tabla N.- 55 Métodos de Manejo de Residuos Sólidos  
Tabla N.- 56 Rol de Pagos General  
Tabla N.- 57 Gastos Uniformes  
Tabla N.- 58 Suministros de Oficina  
Tabla N.- 59 Equipo y Maquinaria  
Tabla N.- 60 Herramientas Taller  
Tabla N.- 61 Utensilios Cocina  
Tabla N.- 62 Menaje y Cristalería  
Tabla N.- 63 Equipo Tecnológico y Computación  
Tabla N.- 64 Muebles y Enceres  
Tabla N.- 65 Adecuaciones y Decoración  
Tabla N.- 66 Gastos Constitución  
Tabla N.- 67 Suministros de Limpieza  
Tabla N.- 68 Gastos Publicidad  
Tabla N.- 69 Gastos Software e Internet  
Tabla N.- 70 Inversión Inicial  
Tabla N.- 71 Estado de Situación Financiera Pre Operacional  
Tabla N.- 72 Estado de Resultados Integral Pre Operación  
Tabla N.- 73 Costos Alimentos y Bebidas  
Tabla N.- 74 Costos y Ventas Alimentos  
Tabla N.- 75 Costos y Ventas Taller  
Tabla N.- 76 Flujo de Efectivo Primer Año  
Tabla N.- 77 Punto de Equilibrio  
Tabla N.- 78 Estado de Resultados Integral  
Tabla N.- 79 Estado de Situación Financiera  
Tabla N.- 80 Flujo de Efectivo Anual (VAN y TIR)

## INDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico N.- 1 Edad
- Gráfico N.- 2 Sexo
- Gráfico N.- 3 Nivel de Instrucción
- Gráfico N.- 4 Ingresos Económicos
- Gráfico N.- 5 Existencia de establecimientos de restauración temáticos
- Gráfico N.- 6 Establecimientos de restauración temática
- Gráfico N.- 7 Tipo de ciclismo
- Gráfico N.- 8 Desplazamiento para mantenimiento de bicicletas
- Gráfico N.- 9 Gasto promedio en el mantenimiento de la bicicleta
- Gráfico N.- 10 Gasto en repuestos para bicicleta
- Gráfico N.- 11 Realización de paseos en bicicleta alrededor de Quito
- Gráfico N.- 12 Visitación a cafeterías
- Gráfico N.- 13 Frecuencia de visita a cafeterías
- Gráfico N.- 14 a) Servicio y Productos de Calidad
- Gráfico N.- 15 b) Ambiente Agradable
- Gráfico N.- 16 c) Infraestructura y decoración
- Gráfico N.- 17 d) Precio
- Gráfico N.- 18 Análisis conjunto de resultados de características
- Gráfico N.- 19 Medios Publicitarios
- Gráfico N.- 20 Aceptación de una cafetería de ciclismo
- Gráfico N.- 21 Gasto en una cafetería temática de ciclismo
- Gráfico N.- 22 Logotipo e Isotipo
- Gráfico N.- 23 Página Facebook
- Gráfico N.- 24 Publicación Página Facebook
- Gráfico N.- 25 Publicación Twitter
- Gráfico N.- 26 Publicación Instagram
- Gráfico N.- 27 Distrito Metropolitano de Quito
- Gráfico N.- 28 Distrito Metropolitano de Quito Zonas
- Gráfico N.- 29 Ubicación
- Gráfico N.- 30 Planos Proyecto
- Gráfico N.- 31 Tasas de Interés
- Gráfico N.- 32 Organigrama Estructural
- Gráfico N.- 33 Constitución de Compañías Superintendencia de Compañías

# 1. CAPÍTULO

## ESTUDIO DE MERCADO

### 1.1. Antecedentes

Quito es una ciudad de encantos, considerada como el sitio más visitado del Ecuador. El crecimiento físico y demográfico de la ciudad se ha dado históricamente de manera acelerada, ofreciendo una gran cantidad de establecimientos. Entre estos establecimientos encontramos restaurantes y cafeterías.

Según Almeida (2008) los restaurantes no aparecen sino hasta el siglo XX, principalmente gracias a la gestión de extranjeros, y era así que los únicos lugares en los que se podía comer con calidad eran en los restaurantes de los hoteles.

La llegada de extranjeros a Ecuador se dio gracias a diferentes eventos que se dieron en el país como: la llegada del tren en 1908 y la llegada del avión que se da en los años cincuenta, con los medios de transporte del país se generó la posibilidad de viajar al extranjero y fue así que existieron jóvenes que retornaban al Ecuador con nuevos conocimientos y nuevas manifestaciones deportivas como el tenis, el fútbol y el ciclismo.

A Ecuador llegaron las primeras bicicletas por Guayaquil y en Quito en 1908 llegó un cargamento de 3 000 bicicletas siendo utilizadas en primer estancia por los sectores adinerados de la ciudad (Yépez, 2010).

Desde aquellas primeras bicicletas, Quito ha cambiado su forma creando ciclovías, ciclorutas y ofreciendo nuevos establecimientos como talleres y tiendas para la venta de artículos para bicicleta, algunos de estos siendo: Mybike, CIKLA, Tadoo, etc.

Existen en otros países tales como Estados Unidos, Londres y Panamá espacios que han adquirido la temática del ciclismo para la creación de negocios bike friendly que ofrecen un servicio de alimentos y bebidas fusionado con servicios que satisfagan las necesidades de fanáticos del ciclismo. Partiendo de esta idea en Londres se han

creado Cycle Cafés como lo son Rapha Cycle Clubs, Lock 7 Cycle Café, Look Mum No Hands y Cycle Lab (Kennedy, 2013).

Por otro lado en América Latina, en Panamá se encuentra uno de los locales representativos para fanáticos del ciclismo, Bikes & Coffee. En este establecimiento converge una oferta gastronómica, un espacio para reparar la bicicleta y un espacio para equipo, accesorios y bicicletas de todo tipo (Vidal, 2014).

En Quito podemos encontrar un establecimiento con estas características como lo es La Cleta, un espacio para ciclistas que ofrece diez variedades de pizzas artesanales, y el cual tiene una temática completamente de bicicletas (Granda, 2014). A pesar de esto, este establecimiento no cuenta con todos servicios para satisfacer a los clientes como lo son estacionamientos o un taller para bicicletas.

Como se ha dicho anteriormente, en el Ecuador los negocios de restauración han crecido considerablemente, según el censo realizado por el INEC en el año 2010, existen 48,385 establecimientos entre restaurantes y cafeterías en el DMQ de los cuales el 8,10% se encuentran concentradas en la Administración Zonal Norte Eugenio Espejo.

De la misma manera la pasión por el ciclismo ha crecido en la capital, según La Hora (2013) los domingos un promedio de 20mil personas asisten al Ciclopaseo y 9 mil utilizan diariamente las diferentes Ciclovías de la capital así como entrenan y visitan los parques como La Carolina y El Parque Bicentenario.

Por estas razones la ciudad de Quito se ha convertido en un lugar en el que el ciclismo toma fuerza y conociendo todo esto un café-taller en la ciudad, cerca de los centros de entretenimiento y de concurrencia de ciclistas como lo es el sector de Ñaquito, es un proyecto que apoyará al uso de la bicicleta y a la generación de empleos en un ambiente innovador.

## **1.2. Generalidades**

### **1.1.1. Características de la Provincia de Pichincha**

La provincia de Pichincha es una de las 24 provincias que conforma la República del Ecuador, con su capital Quito se encuentra ubicada al norte del

país en la región central o sierra, es una provincia rodeada por un imponente cinturón de volcanes.

Los límites de la provincia son al Norte Imbabura y Esmeraldas, al Sur Cotopaxi, al Este Sucumbios y al Oeste Esmeralda y Manabí. Entre los cantones que la conforman encontramos a Quito, Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, Con respecto al clima la provincia de Pichincha posee un clima variable de acuerdo a la altura, en el caso del occidente existe un clima tropical húmedo mientras que en el centro y sector oriental se da un clima meso térmico húmedo, con una temperatura oscilante entre 8°C y 24°C (Alarcón, 2010).

Pichincha se considera como la provincia más poblada seguida por Guayas, y es así que con una extensión de 9.612 Km<sup>2</sup>. la provincia cuenta con una población de 2'576.287 habitantes según datos del censo de población y vivienda 2010<sup>1</sup>.

Desde el punto de vista económico, Pichincha es la provincia más dinámica ya que contiene los servicios de comercio, de transporte y la administración pública así como también el sector industrial.

Un ingreso económico importante de la provincia es el turismo. Pichincha cuenta con varios atractivos turísticos que ofrecer, entre ellos encontramos: La Mitad del Mundo y el Centro Histórica de Quito como atractivo cultural; y para atractivos naturales y turismo ecológico se puede encontrar la reserva ecológica Cayambe-Coca en que se encuentra Nono, Tandayapa y Mindo (Alarcón, 2010).

## **1.1.2. Características generales del Cantón Quito**

### *1.1.2.1. Generalidades de Quito*

Quito ciudad capital de la República del Ecuador se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, del lado occidental de la Cordillera

---

<sup>1</sup> <http://www.pichincha.gob.ec/>,2013

de los Andes, comprende una superficie de 4.183 km<sup>2</sup> ubicada a 2 800 msnm y según el censo del 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos contiene una población de 2 239 191 habitantes.

En Quito el pasado y el presente conviven ofreciendo una mezcla de vida moderna y vida colonial, colmada de tradición, cultura, historia y sobretodo diversión. Quito cuenta con el mejor conservado Centro Histórico de toda América, en sus 320 hectáreas se pueden encontrar decenas de museos, iglesias, monasterios, conventos y casas coloniales con una arquitectura de los siglos XVI al XX (Empresa Metropolitana Quito Turismo, 2013).

#### *1.1.2.2.Historia*

Quito, capital del Ecuador, envuelve en su nombre la leyenda de la misma, viene del cara o de “tierra de la mitad” por su ubicación en la línea equinoccial. Su ubicación geográfica atrajo a los pueblos en su movimiento migratorio hacia el siglo IX o X se produjo una invasión por parte de los Caras, considerados como los fundadores de Quito.

El 6 de diciembre de 1534 es conocida como una fecha importante en la ciudad ya que es el momento en que Sebastián de Benalcázar instala definitivamente la Villa de San Francisco de Quito (Rivera ,1995), se considera como la fecha de la primera fundación de ciudad haciéndola la ciudad capital más antigua de Sudamérica (Alarcón, 2010).

Para el 24 de septiembre de 1830 Quito se instala como capital del Ecuador y hoy en día es el Distrito Metropolitano, aprobado por el Congreso Nacional el 12 de noviembre de 1993.

Entre los eventos que cambiaron la movilidad y la economía de la ciudad están la llegada del tren a vapor a la estación de Chimbacalle al sur de Quito en 1908. El 6 de agosto de 1960 se inaugura el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre mejorando de esta manera la forma de transporte de habitantes y turistas (Alarcón, 2010).

### *1.1.2.3. Geografía*

Quito se encuentra en la Hoya Central Occidental de Guayllabamba, está encerrada por montañas que dan una irregularidad a la ciudad, según Rivera (1995):

Existe elevaciones que rodean la ciudad como Pichincha, Atacazo, Corazón, Illinizas, Cayambe, Saraurco, Antisana, Sincholagua y Cotopaxi. Entre los ríos están Guayllabamba y Pisque, y se limita al norte con el cantón Cayambe, al sur con Machachi, al oriente con el Napo; y al occidente con Santo Domingo de los Colorados (Rivera, 1995).

### *1.1.2.4. Clima*

El clima de Quito es variable con una temperatura de 25°C en el día y por la noche de 10°C. Durante el año existen temporadas entre mayo a septiembre es temporada seca mientras que de octubre a diciembre es la temporada de lluvia<sup>2</sup>.

### *1.1.2.5. Atractivos turísticos de la zona de influencia*

La ciudad de Quito se encuentra dividida entre dos aéreas urbanas distintas en las cuales se mezcla la estructura moderna con la colonial. Durante los últimos años el turismo ha crecido en grandes cantidades los cuales disfrutan de los atractivos turísticos de la parte moderna de la ciudad como de la histórica de la misma.

#### **Centro Histórico**

Determinada como el mejor centro histórico conservado de América ofrece estructura construida desde el siglo XVI, conformado por plazas, edificios republicanos, iglesias y conventos son hogar de museos que representan su historia y la estética barroca y gótica.

---

<sup>2</sup> <http://www.quito.com.ec/>, 2014

### **Ciudad Mitad del Mundo**

Ubicada a 13 km de la ciudad es un reconocido atractivo turístico que conmemora mediante un famoso monumento a la primera Misión Geodésica francesa, también se puede conocer el Museo Etnográfico en el cual se muestran las costumbres y tradiciones del pueblo indígena del Ecuador.

### **Zoológico de Guayllabamba**

Ubicado a 29 km de Quito, cuenta con una extensión de 12 hectáreas y alberga a 45 especies de fauna nativa de las diversas regiones de país, encontrando así animales como pumas, jaguares, osos, monos, leones, venados. Guacamayos, caimanes y canguros, entre otros.

### **Ferrocarril**

El ferrocarril es un atractivo renovado y que ha cobrado vida, este ofrece a los visitantes diversas rutas que sale de Chimbacalle hacia diversas partes del país y ofrece la oportunidad de observar la Avenida de los Volcanes. Entre los trayectos más destacados se encuentra el del Tren crucero, que parte de Quito y llega a Guayaquil.

### **Teleférico**

Es uno de los últimos atractivos que se han recreado en la ciudad por el cual se puede acceder a Cruz Loma con un recorrido que comienza a los 2 950 mtrs. y llega hasta los 4 053 mtrs. Y permite tener una vista panorámica de la ciudad y de las montañas que la rodean.

#### **1.1.3. Cafeterías**

La restauración clásica según Laza P. y Laza J. (2005) está compuesta por las empresas que se dedican a la prestación de servicios de comidas y bebidas entre ellas el restaurante típico, Snack Bar y la cafetería.

La cafetería es un establecimiento derivado del Snack Bar, palabra inglesa que significa tentapié y bar que proviene barra, el cual antiguamente ofrecía servicios de alimentos y bebidas con un menú fijo, y en el cual en el lapso del desayuno y el almuerzo se consumía café y pastelillos. Hoy en día la finalidad de la cafetería es ser un espacio de servicio informal en el que la venta de café es durante todo el día (Laza P. & Laza J., 2005).

Los cambios en los hábitos de vida de la sociedad actual modifican los espacios y sus usos, es así que el uso que se les da las cafeterías ha cambiado dejando de ser un espacio solo para el consumo de café y alimentos, a establecimientos en los que también se puede realizar reuniones de grupos y al mismo tiempo disfrutar de aperitivos.

Según Bachs, Vines y Herrero (2001) las cafeterías son establecimientos que ofrecen un espacio amplio y cómodo para que los clientes puedan charlar o realizar actividades con conocidos mientras disfrutan una oferta gastronómica. Es por lo cual que estos establecimientos son buscados por personas que desean un espacio para compartir con amigos. Las personas buscan ser aceptadas y pertenecer a una colectividad y es por esta razón que se da en la ciudad de Quito la necesidad de algo novedoso y atractivo generando la idea de implementación de nuevas formas de prestación de servicios como lo es una cafetería temática que vaya acorde con las necesidades actuales.

#### *1.1.3.1. Cafeterías tradicionales y modernas en Quito*

No existen datos históricos exactos de las primeras cafeterías en la ciudad pero se pueden encontrar a las tradicionales cafeterías en el Centro Histórico de Quito. En este lugar se puede encontrar a una de las cafeterías más emblemáticas de la ciudad por su historia y antigüedad, el Café Modelo.

El Café Modelo se encuentra diagonal de la Compañía de Jesús, sobre la calle Sucre, fue primero conocida como Confitería Modelo abrió sus puertas en 1902 comenzando como una confitería gracias a José Calvente, se unió a la cervecería café y formo la cafetería más lujosa y

reconocida de la época. En 1949 se convirtió en el Salón Modelo en el cual se llevaron a cabo varias fiestas y reuniones especiales. El 14 de julio de 1999 el Café Modelo abrió sus puertas con el mismo estilo colonial de las épocas de su apertura y es reconocido por los habitantes de la ciudad<sup>3</sup>.

En cuanto a las cafeterías modernas que ha ingresado al mercado existe Sweet & Coffee. Abrió sus puertas en 1997 en el centro comercial Mall del Sol en Guayaquil, después de tres años la empresa creció inaugurando más locales en Guayaquil y varios en Quito, su objetivo principal es el de ser un lugar especializado en postres y cafés en el cual los clientes puedan disfrutar de un ambiente agradable y productos de calidad (<http://sweetandcoffee.com.ec/>, 2014).

La franquicia colombiana Juan Valdez es otra cafetería que es reconocida en la ciudad, ingresó a la misma en el 2008 y que desde el 2010 tuvo como meta abrir 30 locales tanto en Guayaquil como en Quito en menos de tres años. Las tiendas se encuentran ubicadas principalmente en centros comerciales o zonas de moda, con el objetivo de atraer una gran cantidad de clientela, siendo una empresa que aparte de ofrecer cafés y alimentos ofrece artículos con el logo de la empresa y genera 1200 transacciones semanales (Juan Valdez abre seis nuevos locales en el Ecuador, 2010).

Según esto las cafeterías modernas están siendo espacios cada vez más concurridos en la ciudad.

#### **1.1.4. Orígenes del ciclismo**

##### *1.1.4.1. Ciclismo en el Ecuador*

El ciclismo ingresa al Ecuador gracias a los ecuatorianos que vivían en el extranjero y retornaban al país con nuevas manifestaciones deportivas, entre ellas el ciclismo. A inicios de siglo XX por Guayaquil,

---

<sup>3</sup> <http://www.cafeteriamodelo.com/>, 2011

principalmente por su actividad portuaria ingresan las primeras bicicletas al Ecuador, utilizadas en un principio como transporte alternativo al automóvil más no como objeto de deporte. En 1903 se fundó en Guayaquil el Club Ciclista del Ecuador, conocido como el primer club de ciclismo en el país (Ministerio del Deporte, 2013).

Según el Ministerio de Deporte (2013) las bicicletas comenzaron a recorrer el Ecuador, en 1914 llegaron las primeras bicicletas a Cuenca formando años después el raid entre Cuenca y Biblián por 38km. Existieron entre 1940 y 1950 intercambios entre Guayas-Pichincha y la incursión de mujeres al ciclismo Ernestina Noboa y Carmen e Hilda Navas. En 1952 el diario El Universo organizó la primera competencia interprovincial de ruta y para 1962 se realizan los II Juegos Ciclisticos Nacionales en el velódromo del Estadio Modelo en Guayas.

Para el 12 de agosto de 1966 se realizó la I Vuelta al Ecuador en bicicleta, conformada por ocho etapas las que incluían Quito, Latacunga, Ambato, Santo Domingo, Manta, Porto Viejo, Jipijapa y Guayaquil, hoy en día dicha carrera es considerada el mayor evento nacional con 32 ediciones realizadas (Ministerio del Deporte, 2013).

Hoy en día en el Ecuador el ciclismo es un deporte conocido que permite no solo cuidar de la salud y entretener, sino que también es una manera efectiva para realizar turismo. Y es de esta manera que durante los años en el país se han creado empresas que ofrecen servicios de turismo siendo un elemento clave la bicicleta. BiciAventura es una de estas empresas que permiten realizar paseos por diferentes ciudades del país utilizando la bicicleta como medio de transporte (Rojas, 2015).

Si bien las bicicletas en un principio fueron utilizadas como transporte dentro de las ciudades las personas las convirtieron en un objeto esencial para desplazamientos largos, turismo y la competencia, haciendo del ciclismo un deporte reconocido.

#### *1.1.4.2. Ciclismo en Quito*

Quito es una ciudad que permite el uso de la bicicleta tanto en los espacios urbanos como rurales de la misma. En cuanto al espacio urbano se han realizado cambios durante los años, el 27 de abril del 2003 se realizó el primer Ciclopaseo gracias a la ayuda del Municipio Metropolitano de Quito, contando con tan solo 10 km, hoy en día dicho evento cuenta con 29 km de ruta desde el Parque de los Recuerdos hasta Quitumbe y congrega a más de 60 000 personas (Mintur, 2013).

En agosto del 2012 se implementa en Quito el Sistema de Bicicleta Pública (BiciQ). El sistema ofrece una alternativa rápida para movilizarse dentro del perímetro urbano, para enero del 2013 este ya contaba con 7 425 usuarios registrados. La BiciQ se desarrolla a lo largo de las ciclovías de la ciudad que cuenta con 72, 99 km (Instituto de la Ciudad, 2013).

Con respecto a los espacios rurales del Distrito Metropolitano para realizar ciclismo, existen varios que con el pasar del tiempo se han mejorado y adecuado para el uso cotidiano. Existen cuatro ciclorutas delimitadas adecuadamente: Ruta del Chaquiñan la cual se encuentra a 40 minutos de la ciudad y atraviesa las parroquias Cumbayá, Tumbaco y Puembo; Cinto a Cruz Loma con un recorrido de 21 km; la Ruta del Pululahua a 40 minutos de la ciudad y la Ruta Lloa- Palmira. Estas rutas son ‘cicleables’ y durante el recorrido de estas se puede observar la fauna y flora de la zona así como el paisaje del mismo siendo los volcanes y diferentes atractivos turísticos lo llamativo del viaje (Las rutas del ciclismo de montaña son emoción pura, 2014).

Estos proyectos se convirtieron en realidad desde el 2012 gracias al plan de acción por parte del Municipio y la Secretaria de Movilidad para impulsar el uso de la bicicleta en la ciudad. Entre los proyectos está la creación definitiva de las ciclorutas, el sistema de BiciQ, ampliación de ciclovías y el Ciclopaseo todas mencionadas anteriormente. Y aún se siguen mejorando los espacios es así que los ciclistas rutereros cada vez

cuentan con vías mejor señalizadas y carriles delimitados especialmente para ruteros como es un ejemplo el tramo Nayón – Cumbaya (Quito tendrá nuevas ciclo-rutas y un servicio de bicicletas públicas, 2012).

Todas estas mejoras en la ciudad han permitido que el uso de la bicicleta sea algo cotidiano tanto como medio de transporte como un deporte atractivo que aporta a la salud y al entretenimiento.

## **1.2. Investigación de mercados**

La Investigación de mercado es una herramienta que facilita la obtención de datos, en cuanto a perfil de futuros consumidores, competencia y marketing, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesos de herramientas estadísticas que determinará la aceptación de un proyecto y las complicaciones de un producto dentro del mercado (Bernal, 2006).

### **1.2.1. Análisis del mercado actual**

#### *1.2.1.1. Determinación de la demanda y oferta potencial*

En cuanto al tipo de demanda, la cafetería se ubica en la demanda de bienes necesarios y de bienes no necesarios ya que la alimentación es una necesidad básica del ser humano y por el lado del taller y tienda son bienes y servicios de consumo suntuario. Por otro lado se considera a la cafetería como una demanda continua por el crecimiento continua de esta y tendrá una demanda de bienes finales, al momento de adquirir los productos para bicicletas así como demanda de bienes intermedios mediante los alimentos que necesitan procedimientos para el consumo final de los mismos.

Con el fin de conocer la demanda se realizó una investigación de campo para determinar el mercado referencial que se da por un rango de edad en el que se realiza ciclismo para posteriormente indagar en los datos generales, se utilizó este método ya que no existen datos sobre la cantidad de ciclistas en el DMQ. Según Xavier Martinez (15 de enero del 2015) entrenador de ciclismo, considera que las personas entre 20 hasta 50 años son las que generalmente realizan ciclismo y tienen un nivel físico óptimo así como ingresos económicos adecuados para poder realizar

un deporte que implica esfuerzo físico y un gasto alto<sup>4</sup>. Con este referente y por observación propia se determina un rango de edad entre 20 a 49 años para obtener los datos de cantidad de personas del DMQ, ya que se espera que una vez posicionada la cafetería en el mercado del ciclismo, esta atraiga no solo a ciclistas sino también a personas jóvenes adultas interesadas en el deporte y que mediante este establecimiento conozcan del ciclismo y se animen a practicarlo.

Se adquieren estos resultados:

**Tabla N.- 1**

**Población del cantón Quito por grupos de edad**

**Año 2010**

<b>EDAD</b>	<b>Mercado Referencial (número de personas)</b>
<b>De 20 a 24 años</b>	157.641
<b>De 25 a 29 años</b>	154.807
<b>De 30 a 34 años</b>	133.572
<b>De 35 a 39 años</b>	114.284
<b>De 40 a 44 años</b>	98.116
<b>De 45 a 49 años</b>	91.774
<b>TOTAL</b>	<b>750.194</b>

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: Soledad Galarza

Sabiendo cual ha sido el mercado referencial del 2010 y el total de habitantes en el DMQ se puede determinar, mediante un cálculo del peso con datos adquiridos de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo la cantidad de personas en el rango de edad de 20 a 49 que existirían en el 2015 en el cantón Quito.

---

<sup>4</sup> Xavier Martinez Gerente General de CUBE y entrenador del equipo de ciclismo Alma Team, comento sus observaciones sobre el mercado del ciclismo y sus características. X. Martinez, comunicación personal 15 de enero del 2015.

**Tabla N.- 2**

**Población del cantón Quito por grupos de edad**

**Año 2015**

<b>EDAD</b>	<b>Mercado Referencial (número de personas)</b>
<b>De 20 a 24 años</b>	173.411
<b>De 25 a 29 años</b>	170.293
<b>De 30 a 34 años</b>	146.934
<b>De 35 a 39 años</b>	125.716
<b>De 40 a 44 años</b>	107.931
<b>De 45 a 49 años</b>	100.955
<b>TOTAL</b>	<b>825.240</b>

Fuente: INEC 2010 Proyección  
Elaborado por: Soledad Galarza

Determinando la cantidad de habitantes del cantón Quito con el rango de edad entre 20 y 49 años se obtuvo un total de 825.240 personas que se le considera como el mercado de referencia, esta cantidad se toma como referencia de las personas que por su edad son más activas y realizan en general algún tipo de deporte, o que se espera que sea este rango de edad de las personas que concurren habitualmente el establecimiento.

**Tabla N.-3**

**Población Distrito Metropolitano de Quito**

<b>POBLACIÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO</b>	
<b>Población Total DMQ</b>	2 551.721
<b>Población entre 20 y 49 años</b>	825.240

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Tasa de Crecimiento Quito: 1,95%**

Para determinar el mercado referencial a 5 años se utiliza el índice de crecimiento poblacional, a fin de predecir la evolución de las personas con el rango de edad deseado que serían clientes de la cafetería.

La proyección se considera con una tasa de crecimiento anual constante de 1,95% según datos del censo del 2010 del INEC teniendo:

**Tabla N.-4**

**Proyección del Mercado Referencial**

<b>MERCADO REFERENCIAL ACTUAL PROYECTADO</b>	
<b>TASA DE CRECIMIENTO 1,95%</b>	
<b>AÑO</b>	<b>PERSONAS DE 20 A 49 AÑOS</b>
<b>2015</b>	825.240
<b>2016</b>	841.332
<b>2017</b>	857.738
<b>2018</b>	874,464
<b>2019</b>	891,516
<b>2020</b>	908.901

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010  
Elaborado por: Soledad Galarza

*1.2.1.1.1. Demanda Potencial*

Con los datos adquiridos se puede proceder a estimar la demanda potencial del proyecto, al iniciar el siguiente plan de negocios se pudo determinar que no existen estudios previos para poder estimar la demanda de un mercado como el del ciclismo así como de un establecimiento con las características que se propone.

Para calcular la demanda potencial. Hay varias maneras de calcular la demanda del mercado, una de ellas es la siguiente formula:

$$Q = n \times q \times p^5$$

Donde:

Q: demanda total del mercado

n= cantidad de compradores en el mercado

q= cantidad comprada por el comprador promedio al año

p= precio de la unidad promedio

---

<sup>5</sup> N. SAPAG (2003). Preparación y evaluación de proyectos

Para el cálculo de la cantidad de compradores, se multiplico el mercado objetivo 825.240 por el porcentaje de aceptación de visita a cafeterías que es del 85% una cafetería temática de ciclismo (pregunta 8 de la encuesta). En el caso de la frecuencia de consumo se realizó una ponderación tomando en cuenta la frecuencia de consumo en cafeterías (pregunta 9 de la encuesta) concluyendo una frecuencia promedio de 4 visitas mensuales. Finalmente para el consumo promedio se estimó el valor promedio de la mayoría de encuestados que gastarían en el consumo de una cafetería (pregunta 13 de la encuesta), quedando los resultados que se muestran a continuación:

**Tabla N.- 5**

CANTIDAD DEMANDADA				
Población Quito 2015	% Mercado Objetivo	Mercado Objetivo	Aceptación	Cantidad de compradores
2 551.721	32,34%	825.240	0,85%	701.454

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.- 6**  
**Demanda Potencial**

DEMANDA								
Cantidad de compradores	x	Frecuencia de consumo	=	Demanda en unidades	X	Consumo promedio	=	Demanda en USD \$
701.454		4		2 805.816,72		\$15,00		42.087.250,73

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

*1.2.1.1.2. Oferta potencial*

De acuerdo al tipo de oferta que tendrá el establecimiento este se ubica en la oferta competitiva, ya que existe una amplia cantidad de establecimientos que ofrecen los mismos productos y de consumidores para los mismos, siendo así que se da la libre competencia en la que cada establecimiento busca diferenciarse e impone los precios a elección.

La incursión de competidores en el mercado que tengan una oferta igual a la nuestra es inevitable, aun así no es un factor que debe preocupar ya que el objetivo del proyecto es oferta un producto innovador con una temática interesante y

servicios únicos a ofrecer que se fusionan con alimentos y bebidas, es por lo mismo que la cafetería a presentar determina una amplia capacidad instalada para sus clientes, así pudiendo abarcar las necesidades de los mismos.

Realizar la estimación de la oferta potencial en una industria como la que se desenvuelve el negocio, es complicado ya que no se puede obtener datos de primera mano tales como nivel de ventas, frecuencia de visita o consumo promedio de las cafeterías que son competencia directa e indirecta, principalmente porque estas son muy celosas de esta información y no la comparten ampliamente. Por este motivo se realizó un estimado en base a la observación directa a las cafeterías que por su temática y oferta de productos son la principal competencia directa e indirecta del nuevo establecimiento, teniendo así todas aquellas mencionadas en la Tabla N.-37 y Tabla N-38 con un total de 33 establecimientos.

La información que se obtuvo fue por la concurrencia de gente en promedio es de 150 personas de lunes a miércoles, e incrementando desde jueves a domingo en 200. A partir de estos datos se estimó la cantidad de compradores atendidos, multiplicando un promedio de 1250 personas atendidas semanalmente por la cantidad de cafeterías comprendidas como competencia directa e indirecta teniendo así: Juan Valdez (19), La Cleta (1), Sweet & Coffee (12) y Coffee Tree (1).

En cuanto a la frecuencia se toma las 52 semanas que tiene un año y un consumo promedio de \$10,00.

**Tabla N.- 7  
Oferta Potencial**

OFERTA							
Cantidad de compradores	x	Frecuencia de consumo	=	Oferta en unidades	X	Consumo promedio	Oferta en USD \$
41.250		52		2.145,000		\$ 15,00	32.175.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

#### *1.2.1.1.3. Determinación de la Demanda Insatisfecha Potencial*

Para determinar la demanda insatisfecha dentro del mercado de las cafeterías se resta la demanda en cuanto a unidades y dólares menos la oferta en unidades y dólares. Obteniendo:

**Tabla N.- 8**  
**Demanda Insatisfecha Potencial**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>				
<b>Demanda en unidades</b>	<b>-</b>	<b>Oferta en unidades</b>	<b>=</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2 805.816,72</b>		2 145.000		660.816
<b>Demanda en USD \$</b>	<b>-</b>	<b>Oferta en USD \$</b>	<b>=</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
42 087.250,73		32 175.000,00		\$ 9 912.250,73

Elaborado por: Soledad Galarza

*1.2.1.2. Demanda y Oferta Real*

Para poder conocer la demanda real del negocio a ofertar se realizó un cálculo tomando en cuenta la disponibilidad total del negocio y la disponibilidad de la principal competencia directa del mismo que es la cafetería bar restaurante La Cleta.

Para poder conocer la demanda real del negocio se requiere de una rotación para calcularla, como es un establecimiento nuevo esta rotación se basa en la principal competencia directa del negocio, La Cleta, ya que es el establecimiento que oferta unos servicios de alimentos y bebidas con una temática para ciclistas.

Es así que mediante una entrevista que se tuvo con el dueño de este establecimiento se conoció la cantidad instalada del mismo (Tabla N.-37 ) y se obtiene así los siguientes resultados:

**Tabla N.- 9**

<b>DISPONIBILIDAD DE LA COMPETENCIA DIRECTA</b>	
<b>Disponibilidad total La Cleta</b>	
<b># Asientos</b>	50
<b>Días</b>	24
<b>Turnos</b>	2
<b>Total</b>	<b>2400</b>
<b>Rotación</b>	
<b># Clientes</b>	2880
<b>DT</b>	2400
<b>Total</b>	<b>1,2</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

La Cleta tiene 1,2 de rotación lo cual significa que cada día se encuentran operando al 120%, pues la cleta tiene una disponibilidad total de 2400 asientos mensuales. Tomando en cuenta la rotación mencionada está trabajando con 2880 clientes al mes lo cual es bastante bueno ya que reciben más clientes de su capacidad total, lo que indica que tiene una rotación rápida y buena calidad de servicios.

En base a esto, se determinó una rotación del 0,5 para la cafetería a proponer tomando en cuenta la rotación de nuestra principal competencia directa, se estimó esta rotación en un panorama pesimista ya que es una empresa nueva y la competencia directa La Cleta ya se encuentra posicionada en el mercado. Es así que se conocen los siguientes datos y resultados:

**Tabla N.- 10**

<b>DISPONIBILIDAD NEGOCIO</b>	
<b>Disponibilidad Total del Negocio</b>	
<b># Asientos</b>	50
<b>Días</b>	24
<b>Turnos</b>	2
<b>Total</b>	<b>2400</b>
<b>Rotación</b>	
<b># Clientes mensuales</b>	1200
<b>DT</b>	2400
<b>Total</b>	<b>0,5</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

Según la tabla se puede determinar que la disponibilidad total del negocio a ofertar es de 2400 y una capacidad mensual es de 1.200 clientes y anual 14.400 personas.

### *1.2.1.3. Análisis de Oferta y Demanda*

Como se pudo observar en el cuadro de Demanda Insatisfecha potencial hay existencia de un mercado en unidades y en dinero que puede ser cubierta con la apertura de un nuevo negocio, lo cual indica que el mercado no se encuentra saturado y que existe una gran cantidad de consumidores posibles para el negocio.

En conclusión se puede observar que existe un mercado de 660.816 personas y que podrá ser atendido y que disfrutan de visitar cafeterías en la ciudad de Quito, de la misma manera existe un total de \$9 912.250,73 que no está siendo utilizado. Así se justifica la creación de una cafetería innovadora en la ciudad que satisfaga las necesidades del mercado y del nicho al que se enfocará.

De la misma manera el conocer la demanda y oferta real nos permite obtener la capacidad instalada del negocio, lo cual se utilizará para el cálculo de ventas en el Estudio Financiero del proyecto.

Si bien existen y seguirán creándose con el pasar de los años establecimientos de alimentos y bebidas que satisfagan las necesidades del mercado meta, es necesario tener presente que al ser el primer negocio con la temática de ciclismo de la ciudad se tendrá una ventaja, logrando instalarse en la mente del consumidor y teniendo siempre en cuenta que la oferta de servicios atractivos e innovadores será lo que haga del negocio la diferencia con los otros.

### **1.2.2. Metodología de la investigación de mercado**

El presente estudio está apoyado en una investigación directa, por el cual se ha obtenido información específica de un segmento de la población a través de una encuesta que se sometió a esta.

Las encuestas fueron realizadas vía online mediante Formularios Google y personalmente mediante encuestas físicas. Las encuestas se realizaron a ciclistas que forman parte de grupos de ciclismo en Quito, a diferentes dueños de establecimientos de venta de bicicletas y a trabajadores de los talleres de ciclismo, así como a ciclistas que participan en diferentes tipos de carreras ciclísticas que se programan en el país durante todo el año y finalmente se realizó dos salidas al Parque Bicentenario y al Ciclopaseo respectivamente en las cuales se obtuvo el resto de encuestas necesarias para completar la muestra. Se realizó la encuesta solo a ciclistas ya que es el nicho de mercado al que se enfocará el proyecto y se requiere conocer las necesidades y características de este mercado para poder utilizar la información para la creación de un establecimiento como la cafetería con temática de solo un deporte el cual es el ciclismo.

### *1.2.2.1.Población o Universo*

El ciclismo es un deporte que ha crecido en gran cantidad en el Ecuador, en la ciudad capital, gracias a todas las facilidades de movilidad y concientización es un producto que cada vez toma importancia y un espacio preferencial en el deporte, es por lo mismo que el ciclismo cuenta con una diversa caracterización en cuanto a la demanda de este y es así que no se encuentran registros o estudios confiables sobre la cantidad o aficionados del este en la ciudad ni tampoco datos históricos sobre una cafetería similar al presente proyecto.

Es por esto que se tomará en cuenta la cantidad de habitantes del cantón Quito que en el censo realizado por el INEC en el 2010 y proyectado para el 2015 se ajustan al rango de edad de 20 a 49 años. Se toma en cuenta este rango ya que principalmente es en estas edades en las que el estado físico es óptimo para realizar un deporte sin necesidad de realizarlos en compañía. Para objeto de este estudio se realizará la cantidad de encuestas determinadas en la muestra solo a ciclistas, ya que es de este nicho de mercado del que se desea conocer las características y necesidades específicas.

Aun así se utiliza el dato de toda la población del DMQ que se encuentra en este rango de edad para el universo ya que si bien la cafetería busca un mercado de ciclistas, no quiere decir que personas que no realicen este deporte no puedan ingresar en el establecimiento, al contrario, los posibles clientes que formen parte de este rango de edad y que no realicen deporte y que gracias a este lugar tomen la iniciativa de practicar ciclismo.

Mediante la Determinación de la Demanda realizada anteriormente se obtuvo los resultados de la Tabla N- 2 Población por grupos de edad, según cantón Año 2010 y de la Tabla N.- Población por grupos de edad, según cantón Año 2015, siendo un total de 825.240 personas como universo.

### *1.2.2.2.Determinación de la muestra*

Para obtener la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = universo el cual son 825.240 habitantes del cantón Quito entre 20 y 49 años.

Z = según la regla de la estadística con el fin de tener un nivel de confianza del 95% se aplica un estándar de 1,96.

**Tabla N.- 11**

Cuadro nivel de confianza	
%	K
68%	0,99
95%	1,96
99,70%	2,96

Elaborado por: Soledad Galarza

P = probabilidad de éxito 50%

q = probabilidad de fracaso 50%

e = margen de error del 5%

$$n = \frac{1,96^2 * 825.240 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (825.240 - 1) + 1,96^2 (0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{3,84 * 825.240 * 0,50 * 0,50}{0,0025 (825.239) + 3,84 (0,25)}$$

$$n = \frac{792.230,4}{2064,0575}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

### 1.2.3. Objetivos de la encuesta

#### 1.2.3.1. Objetivo General

Evaluar el mercado actual de los ciclistas en la ciudad de Quito para poder conocer la aceptación de una cafetería-taller temática de ciclismo en la ciudad.

#### 1.2.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la segmentación del mercado al que se desea llegar con cada una de sus características.

- Obtener el porcentaje de ciclistas que visitan cafeterías y la frecuencia con la que lo hacen.
- Conocer el gasto promedio que realizan ciclistas en cuanto a mantenimiento y repuestos de bicicletas así como el consumo en cafeterías.
- Identificar las expectativas y necesidades que tienen los ciclistas en cuanto a una cafetería.
- Adquirir información sobre la competencia existente mediante el conocimiento de los encuestados.

#### **1.2.4. *Diseño de la encuesta***

Para determinar un correcto diseño de encuesta se realizó una prueba piloto, la cual consistió en encuestar a 10 ciclistas elite en una tienda de ciclismo ubicada al Norte de Quito, obteniendo como resultado la necesidad de realizar algunos cambios en la misma, ya que no aportaba a una respuesta ágil por parte de los encuestados por una cantidad alta de preguntas abiertas, de la misma manera se retiraron preguntas sobreentendidas y se aumentaron preguntas esenciales para la investigación como el nivel de instrucción, el nivel de ingreso y el nivel de gasto promedio que se realiza en mantenimiento y repuestos de bicicletas. Gracias a estos cambios se logró una encuesta más rápida y entendible y sobretodo obtener datos necesarios para la investigación.

La encuesta contará con características necesarias sobre datos que se requieren de ciclistas de competencia novatos, elites y master así como de ciclistas urbanos y de aquellos que realicen cualquier tipo de ciclismo. La encuesta elaborada a 383 ciclistas contiene 17 preguntas, divididas en: preguntas abiertas y cerradas.

A continuación se presentará el diseño de la encuesta que será aplicada a este estudio:

## ENCUESTA

**Edad:** **Sexo:** M  F

20 a 25 años  26 a 30 años  31 a 35 años

36 a 40 años  41 a 45 años  46 a 50 años

**Nivel de Instrucción:**

Bachillerato  Superior  Postgrado

**Sus ingresos económicos se encuentran entre:**

0 a \$370  \$370 a \$800  \$800 a \$1200

\$1200 a \$1600  \$1600 a \$2000  \$2000 o más

1. Conoce de la existencia de algún establecimiento (cafetería o restaurante) enfocado o cuyo concepto sean algún tipo de deporte? (fútbol, tenis, ciclismo, etc)

SI  NO

Nombre del establecimiento que conoce: \_\_\_\_\_

2. Qué tipo de ciclismo realiza?

Ciclismo en ruta  Ciclismo de montaña  Cicloturismo

Downhill  Freestyle  Ciclismo urbano

3. Al momento de realizar compras de implementos para ciclismo o realizar mantenimientos a su bicicleta, Ud:

- a. Lo realiza en un solo lugar   
b. Se traslada a diferentes locales

- 4.Cuál es el gasto promedio en el mantenimiento de su bicicleta?

Menos de \$20  de \$20 a 40\$  de \$40 a 60  \$60 ó más

- 5.Cuál es el gasto promedio que realiza en repuestos para su bicicleta?

\$50 a \$100  \$100 a \$150  \$150 a \$200  \$200 o más

6. Le gustaría realizar paseos turísticos guiados en bicicleta a los alrededores de Quito?

SI  NO

7. Acostumbra a salir con su pareja y/o amigos a cafeterías?

SI  NO

8. Con que frecuencia visita cafeterías?

2 veces por semana  1 vez por semana  1 vez al mes  Nunca

9. Según su preferencia, enumere de 1 a 4 las características que usted toma en cuenta cuando al visitar una cafetería. Siendo 4 la de mayor importancia y 1 la de menor importancia.

a. Servicio de calidad \_\_\_\_\_ b. Infraestructura y decoración \_\_\_\_\_

c. Ambiente agradable \_\_\_\_\_ d. Precio \_\_\_\_\_

10. En que medios publicitarios se entera Ud. acerca de nuevos sitios de entretenimiento (bares, cafeterías, restaurantes, etc)?

Internet  Radio  Prensa  Televisión  Amistades y familiares

Otros (cuáles): \_\_\_\_\_

11. Le gustaría que exista una cafetería enfocada en ciclismo con un taller para bicicletas?

SI  NO

12. Cuánto estaría dispuesto a gastar en una cafetería temática de ciclismo que le ofrezca comida ligera, bebidas calientes y frías o alcohólicas?

Menos de \$10  de \$10 a 20\$  de \$20 a \$30  \$35 ó más

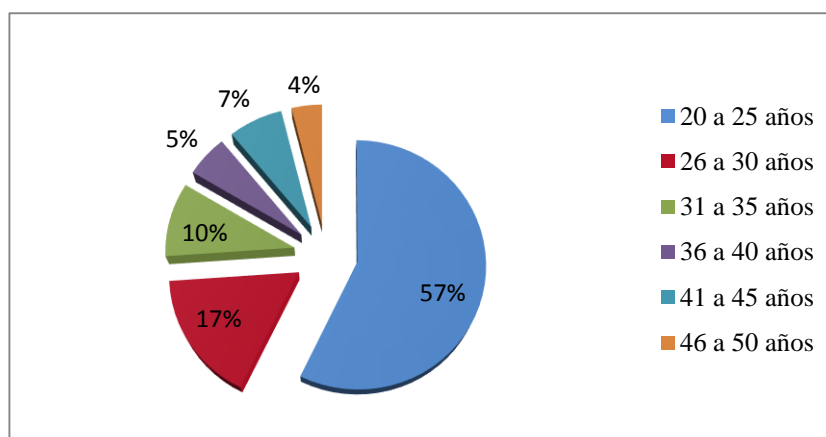
### 1.2.5. Análisis de los resultados de la encuesta

#### a) Datos Generales

**Tabla N.- 12**  
**Edad**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 a 25 años	219	57%
26 a 30 años	64	17%
31 a 35 años	37	10%
36 a 40 años	21	5%
41 a 45 años	27	7%
46 a 50 años	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 1**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

#### **Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos, se determina que las personas que fluctúan entre los 20 a 25 años y entre 26 a 30 años son aquellos que realizan ciclismo habitualmente siendo los rangos con mayor porcentaje del 57% y 17% respectivamente.

El mercado del proyecto se dirigirá a personas jóvenes en la que los pilares de la misma estarán en el rango de edad entre 20 a 30 años, no obstante se tiene una acogida significativa por personas sobre este rango que realicen ciclismo, por lo que se toma en cuenta sus necesidades y preferencias específicas ya que es un rango determinante para

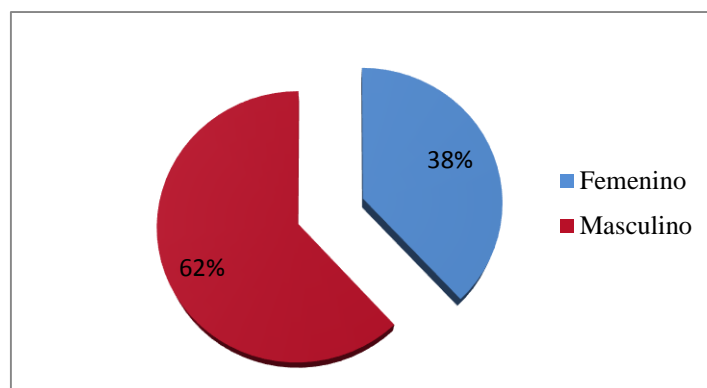
la idea del proyecto. La cafetería-taller propone un ambiente acogedor, juvenil, moderno y sobretodo elegante.

**Tabla N.- 13**

**Sexo**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Femenino	146	38%
Masculino	237	62%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 2**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Análisis e interpretación**

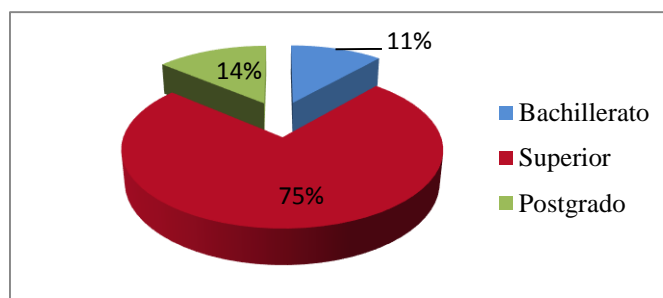
Según los datos obtenidos se puede determinar que la población masculina es 24% mayor a la femenina.

Estos porcentajes determina que el porcentaje de diferenciación no es tan alto y si bien el ciclismo ha sido considerado como un deporte para hombres, en la actualidad existen más mujeres interesadas en dicho deporte por beneficios en salud, entretenimiento y socialización, por lo cual el proyecto a presentar estará enfocado para los dos géneros de igual manera sin un enfoque específico.

**Tabla N.- 14**  
**Nivel de Instrucción**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Bachillerato	44	11%
Superior	286	75%
Postgrado	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 3**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

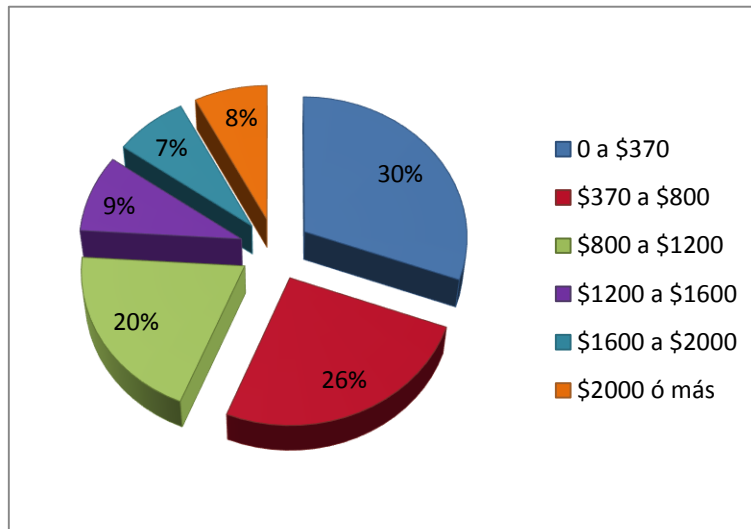
Según los datos obtenidos 286 de los encuestados que representan el 75% tienen un nivel de instrucción Superior, el 11% y el 14% de los encuestados tienen como nivel de instrucción el Bachillerato y Postgrado respectivamente.

Por lo cual se puede determinar que la mayor parte del mercado son personas adultas con estudios superiores para arriba lo que nos da la oportunidad de conocer preferencias de un segmento mayor y que cuenta con expectativas altas en cuanto a servicios y productos.

**Tabla N.- 15**  
**Ingresos Económicos**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
0 a \$370	117	31%
\$370 a \$800	98	26%
\$800 a \$1200	76	20%
\$1200 a \$1600	34	9%
\$1600 a \$2000	29	8%
\$2000 o más	29	8%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 4**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

Respecto al nivel de ingresos el 31% de los encuestados tienen un ingreso económico de 0 a \$370, el 26% de \$370 a \$800, siendo estos porcentajes los más altos de la investigación.

Es por lo cual se conoce que un total del 57% tiene ingresos sobre el salario básico por lo que tienen capacidad de adquisición y gasto y se puede aplicar este promedio de gasto para la determinación de precios en el establecimiento.

#### **b) Preguntas de investigación**

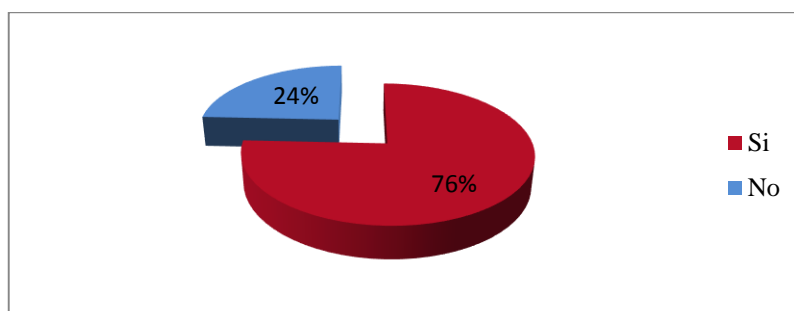
**1. Conoce de la existencia de algún establecimiento (cafetería o restaurante) enfocado o cuyo concepto sean algún tipo de deporte? (fútbol, tenis, ciclismo, etc)**

**Tabla N.- 16**

#### **Existencia de establecimientos de restauración temáticos**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	290	76%
No	93	24%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 5**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

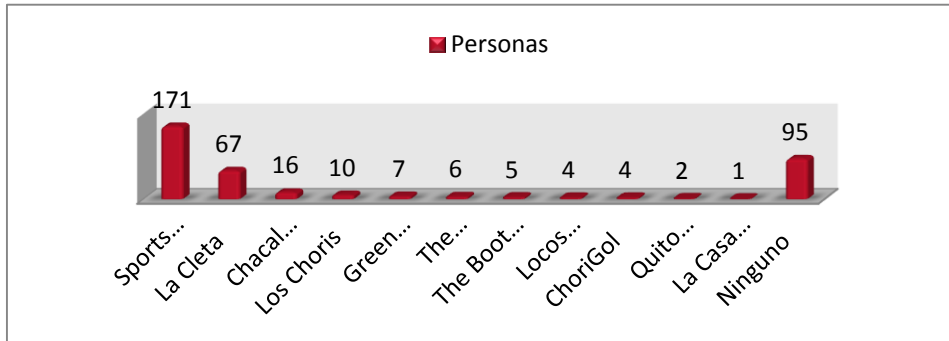
Los resultados de la pregunta número 1, muestran que el 76% de encuestados conocen un establecimiento que ofrece alimentos y bebidas en la ciudad de Quito con una temática deportiva y tan solo el 24% desconocen de establecimientos con esas características, por lo que el conocimiento de los consumidores de la competencia indirecta es amplia y aun así esto representa una ventaja ya que permite determinar que la propuesta del nuevo establecimiento será acogida positivamente ya que el mercado conoce de la temática deportiva y les llama la atención.

### **2. Con respecto a la anterior pregunta, ¿Cuál establecimiento conoce?**

**Tabla N.- 17**  
**Establecimientos de restauración temática**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Sports Planet Bar Restaurant	171	44%
La Cleta	67	17%
Chacal Sport	16	4%
Los Choris	10	3%
Green Wheels Restaurant	7	2%
The Corner Pub	6	2%
The Boot Sports Bar	5	1%
Locos por el Fútbol	4	1%
ChoriGol	4	1%
Quito Tennis y Golf Club	2	1%
La Casa de Bottero	1	0%
Ninguno	95	24%
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 6**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas, la pregunta dos pretendía conocer cuáles eran los establecimientos con temática deportiva que los encuestados conocían, es así que los datos arrojaron que 171 personas reconocen a Sport Planet Bar Restaurante siendo un establecimiento con temática de varios deportes y 67 personas conocen a La Cleta como un establecimiento con temática de ciclismo, aun así se nota que el conocimiento de los encuestados de estos establecimiento se basa más en deportes como el fútbol que al ciclismo.

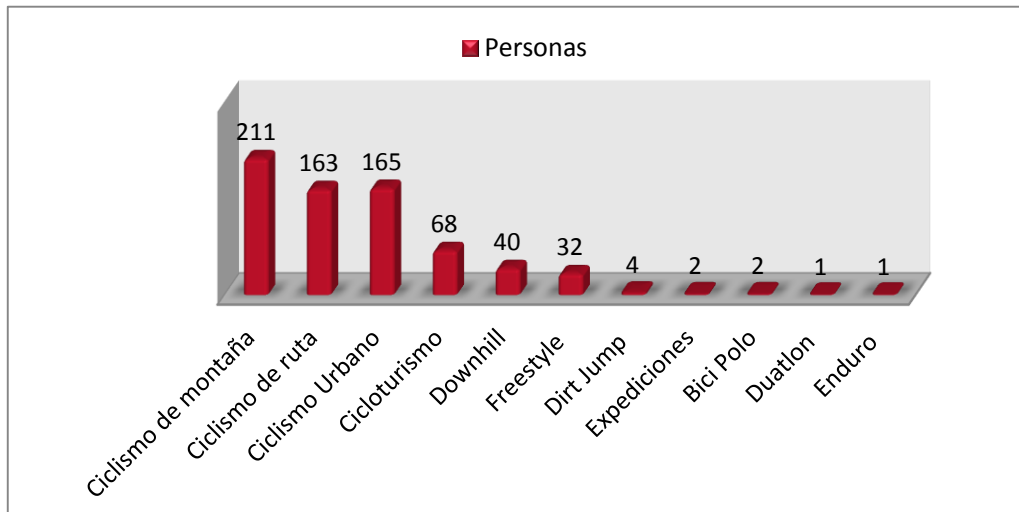
### 3. ¿Qué tipo de ciclismo realiza?

**Tabla N.- 18**

#### Tipo de ciclismo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ciclismo de montaña	211	31%
Ciclismo de ruta	163	24%
Ciclismo Urbano	165	24%
Cicloturismo	68	10%
Downhill	40	6%
Freestyle	32	5%
Dirt Jump	4	0,6%
Expediciones	2	0,3%
Bici Polo	2	0,3%
Duatlón	1	0,1%
Enduro	1	0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>689</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 7**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

En esta pregunta se dio la alternativa que los encuestados elijan varias opciones por lo que se determinó que un 31% prefiere el Ciclismo de montaña y el 24% el Ciclismo de ruta.

Predomina como tipo de ciclismo el Ciclismo de montaña, aunque existe un buen porcentaje que prefiere Ciclismo de ruta y Ciclismo urbano. Son estos tipos de ciclismo que proveerán con las ideas de marketing esenciales para la oferta de productos en el establecimiento así como dan a conocer las características y principales necesidades de los potenciales clientes.

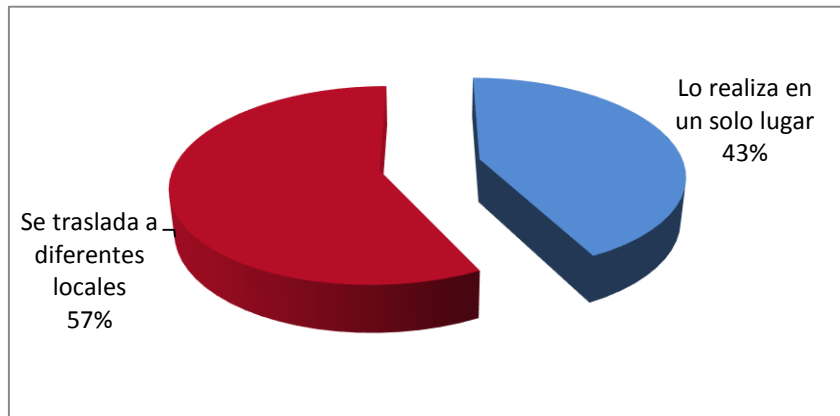
#### **4. Al momento de realizar compras de implementos para ciclismo o realizar mantenimiento a su bicicleta, Ud.:**

**Tabla N.- 19**

#### **Desplazamiento para mantenimiento de bicicletas**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lo realiza en un solo lugar	163	43%
Se traslada a diferentes locales	220	57%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 8**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la encuesta realizada, 220 personas que corresponde al 57% de los encuestados realizan mantenimiento y compra de repuestos para sus bicicletas en diferentes establecimientos, mientras que el 43% con un total de 163 personas lo realizan en un solo lugar.

Estos datos son útiles ya que en el concepto del nuevo establecimiento busca fusionar la oferta de alimentos y bebidas con la venta de repuestos de bicicletas y un taller mecánico para las mismas.

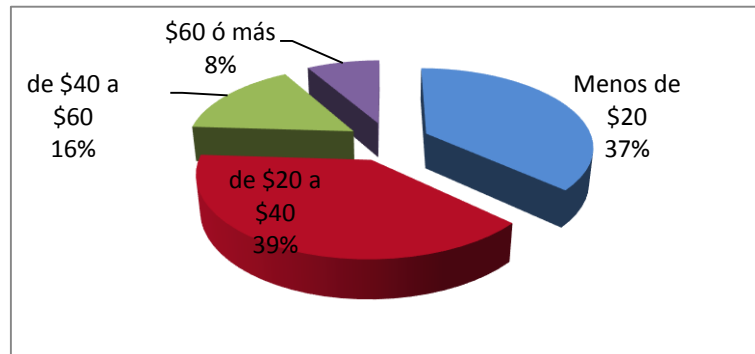
### **5. ¿Cuál es el gasto promedio mensual en el mantenimiento de su bicicleta?**

**Tabla N.- 20**

#### **Gasto promedio en el mantenimiento de la bicicleta**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Menos de \$20	141	37%
de \$20 a \$40	150	39%
de \$40 a \$60	60	16%
\$60 ó más	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 9**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

La mayor parte de los encuestados con un 39% generalmente invierte de \$20 a \$40 dólares en el mantenimiento mensual de su bicicleta y el 37% invierte menos de \$20 dólares.

La inversión que se realiza en el mantenimiento mensual de una bicicleta busca obtener el mejor beneficio en costo y reparación para evitar cualquier inconveniente con la bicicleta y que sea segura al mismo tiempo de ser económica.

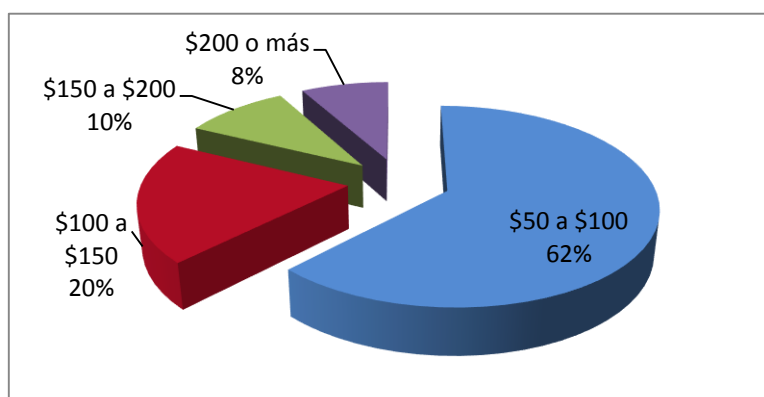
**6. ¿Cuál es el gasto promedio mensual que realiza en repuestos para la bicicleta mensualmente?**

**Tabla N.- 21**

### **Gasto en repuestos para bicicleta**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	% ACUMULADO
\$50 a \$100	239	62%	62%
\$100 a \$150	76	20%	82%
\$150 a \$200	37	10%	92%
\$200 o más	31	8%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>	

**Gráfico N.- 10**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

La mayor parte de los encuestados con un 62% generalmente invierte de \$50 a \$100 dólares en repuestos para su bicicleta mensualmente.

Se puede observar que la inversión que se realiza en repuestos mensuales para la bicicleta es alto y el realizar ese tipo de gasto mensual por persona aporta al negocio de la tienda.

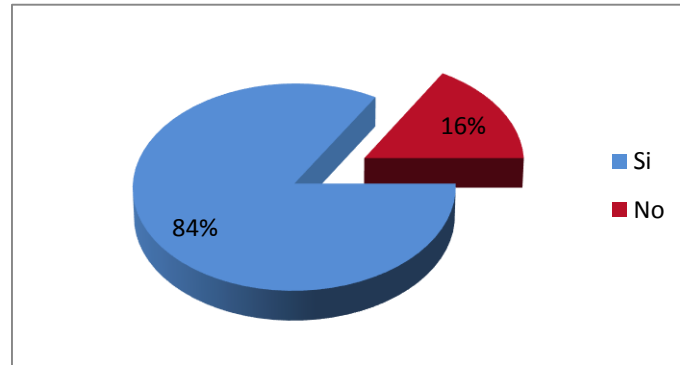
### **7. ¿Le gustaría realizar paseos turísticos guiados en bicicleta a los alrededores de Quito?**

**Tabla N.- 22**

#### **Realización de paseos en bicicleta alrededor de Quito**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Si	320	84%
No	63	16%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 11**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

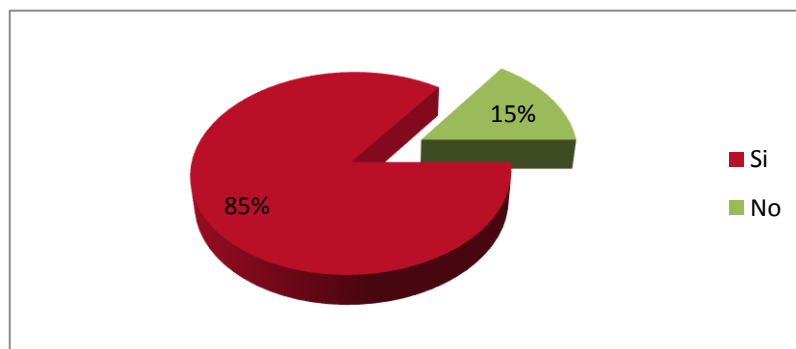
De acuerdo a la encuesta se permite conocer que existe una alta aceptación del 84% de los posible clientes hacia servicios complementarios a ofrecer por parte del nuevo establecimiento como el de realizar paseos turísticos en bicicletas por los alrededores de la ciudad y si es posible fuera de esta en atractivos turísticos naturales.

### **8. ¿Acostumbra salir con su pareja y/o amigos a cafeterías?**

**Tabla N.- 23**  
**Visitación a cafeterías**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	325	85%
No	58	15%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 12**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

## Análisis e interpretación

Los resultados de la pregunta 8, muestran que hay una aceptación del 82% de los encuestados a visitar cafeterías lo cual muestra la buena aceptación del mercado de ciclistas a acudir a cafeterías con su pareja o amigos, es por lo cual un proyecto de cafetería tendrá una excelente acogida al momento de su apertura y se espera que sea reconocida con el tiempo como un espacio en el que los ciclistas puedan ir con amigos que tengas los mismos gustos en el deporte.

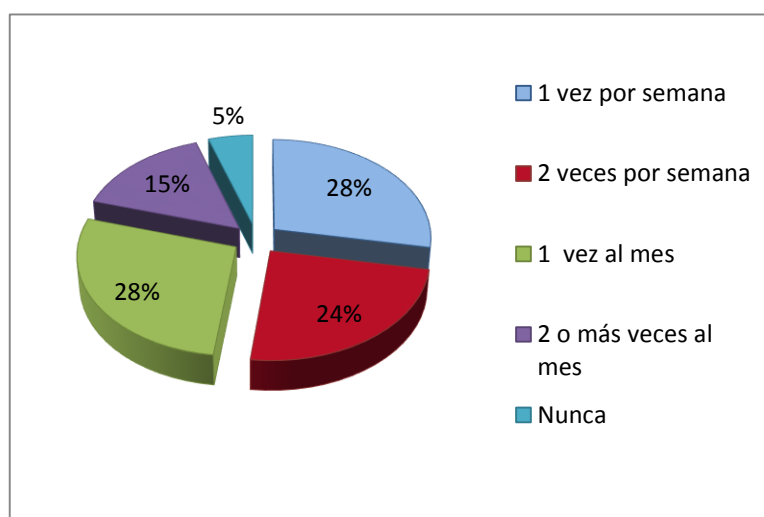
### 9. ¿Con qué frecuencia visita cafeterías?

Tabla N.- 24

#### Frecuencia de visita a cafeterías

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez por semana	107	28%
2 veces por semana	92	24%
1 vez al mes	106	28%
2 o más veces al mes	59	15%
Nunca	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Gráfico N.- 13



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

## Análisis e interpretación

Con el 28% la frecuencia de visita a cafeterías sería de 1 vez por semana y con el mismo porcentaje sería de 1 vez al mes.

Con los resultados a esta pregunta se determina que un alto porcentaje visita cafeterías una vez por semana y de igual manera una vez al mes, aun así se observa un porcentaje no tan bajo que las visita 2 veces por semana y solo un leve porcentaje que nunca las visita, haciendo de la cafetería un espacio concurrido durante el mes y aportando a la idea de creación de una cafetería temática y que será una novedad.

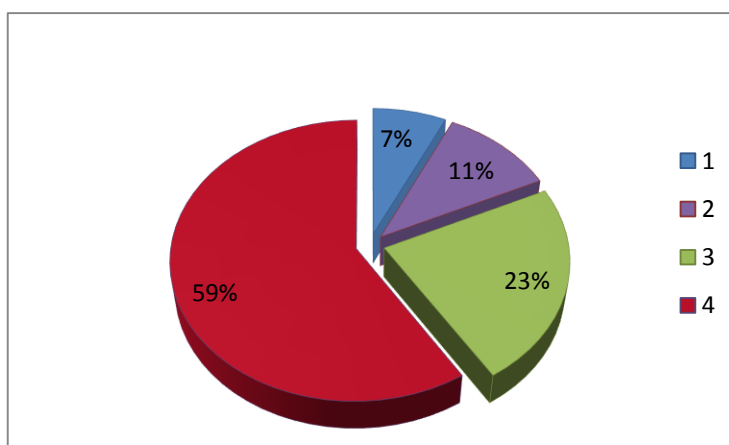
**10. Según su preferencia, enumere de 1 a 4 las características que usted toma en cuenta al visitar una cafetería. Siendo 4 (mayor importancia) y 1 (menor importancia).**

**Tabla N.- 25**

### a) Servicio y Productos de Calidad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	27	7%
2	42	11%
3	88	23%
4	226	59%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 14**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### Análisis e interpretación

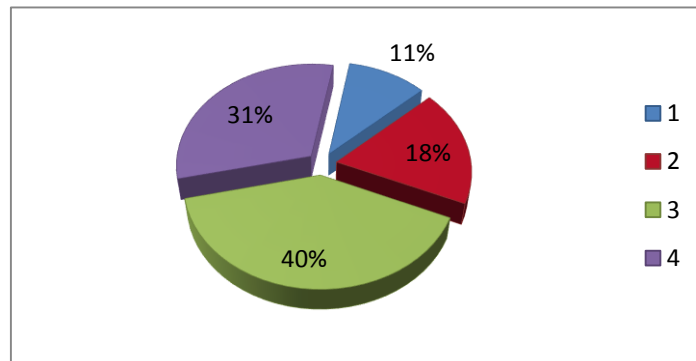
En cuanto a la característica de Servicio y Productos de Calidad un 59% del total general de encuestados considera que es una característica con variable 4 (mayor importancia) y el 7% considera que es una variable 1 (menor importancia).

**Tabla N.- 26**

#### b) Ambiente Agradable

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	25	7%
2	49	13%
3	102	27%
4	207	54%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 15**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### Análisis e interpretación

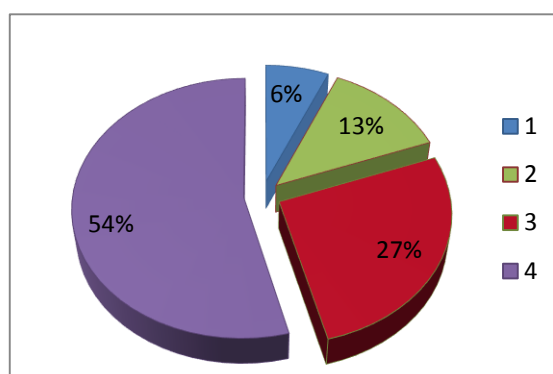
En cuanto a la característica de Ambiente Agradable un 54% del total general de encuestados considera que es una característica con variable 4 (mayor importancia) y el 7% considera que es una variable 1 (menor importancia).

**Tabla N.- 27**

**c) Infraestructura y decoración**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	40	10%
2	70	18%
3	153	40%
4	120	31%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 16**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Análisis e interpretación**

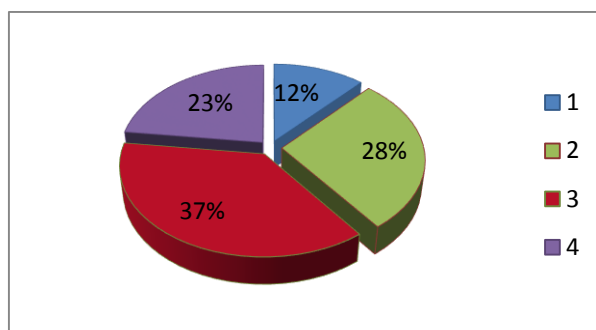
En cuanto a la característica de Infraestructura y Decoración un porcentaje de 40% del total general de encuestados considera que es una característica con variable 3 (mediana importancia) siendo el porcentaje más alto y el 10% considera que es una variable 1 (menor importancia).

**Tabla N.- 28**

**d) Precio**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	45	12%
2	107	28%
3	142	37%
4	88	23%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 17**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

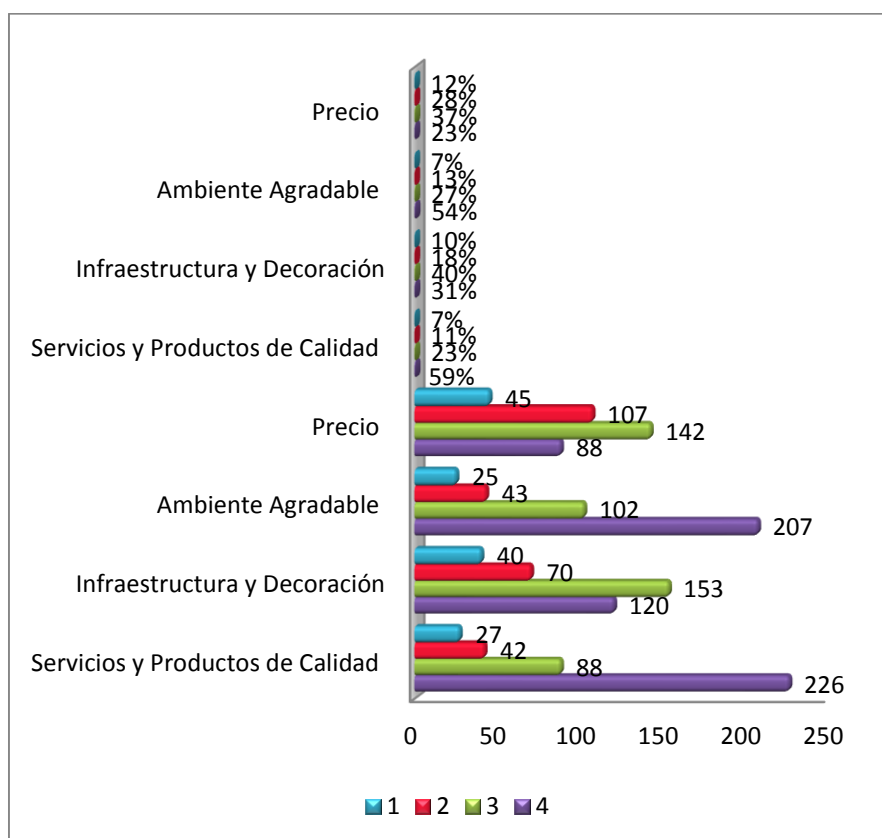
En cuanto a la característica de Precio un 37% de los encuestados considera que es una características de variable 3 (mayor importancia) y el 12% considera que es una variable 1 (menor importancia).

**Tabla N.- 29**

### **Análisis conjunto de resultados de características**

CARACTERÍSTICAS	VARIABLES							
	1	%	2	%	3	%	4	%
Servicios y Productos de Calidad	27	7%	42	11%	88	23%	226	59%
Infraestructura y Decoración	40	10%	70	18%	153	40%	120	31%
Ambiente Agradable	25	7%	43	13%	102	27%	207	54%
Precio	45	12%	107	28%	142	37%	88	23%

**Gráfico N.- 18**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

### **Análisis e interpretación**

Para la selección de las cafeterías a las cuales acudir los encuestados determinan las características de mayor importancia a la calidad de servicios y productos con un 59% y un ambiente agradable con un 54%, como característica de mediana importancia con un 40% se seleccionó a la infraestructura y decoración y como aquella característica de menor importancia, con el porcentaje mayor de la variable 1 de las cuatro, se encuentra el precio, con un 12%.

Es por lo cual se determina que un ambiente agradable y la calidad es esencial en los productos y servicios del establecimiento y es por el medio que se adquirirá mayor cantidad de clientes.

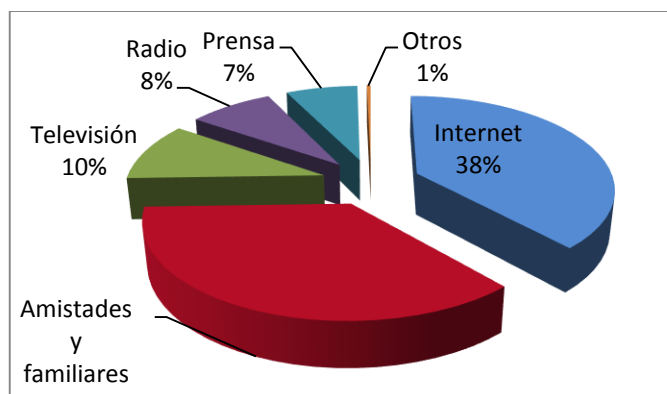
**11. ¿Mediante qué medios publicitarios se entera Ud. acerca de nuevos sitios de entretenimiento (bares, cafeterías, restaurantes, etc)?**

**Tabla N.- 30**

**Medios Publicitarios**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Internet	311	38%
Amistades y familiares	294	36%
Televisión	82	10%
Radio	66	8%
Prensa	56	7%
Otros	3	0%
<b>TOTAL</b>	<b>812</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 19**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Análisis e interpretación**

Los resultados de la pregunta 11, demuestran que el 38% de los encuestados determinan que el medio publicitario por el que se enteran de nuevos establecimientos de alimentos y bebidas es mediante el internet, seguido con un 36% por medio de amistades y familiares.

Es así que los resultados muestran que los potenciales clientes conocerán sobre la cafetería-taller mediante el internet lo que quiere decir que la publicidad debe distribuirse en redes sociales.

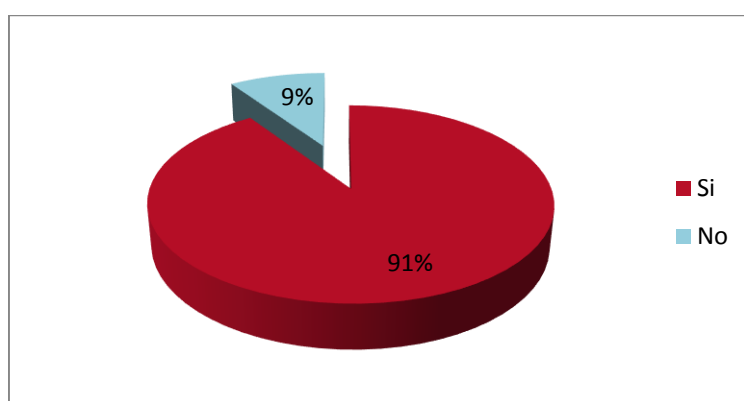
12. ¿Le gustaría que existiera una cafetería enfocada en ciclismo con un taller de bicicletas?

Tabla N.- 31

Aceptación de una cafetería de ciclismo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	347	91%
No	36	9%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Gráfico N.- 20



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

### Análisis e interpretación

De acuerdo a la encuesta realizada el 91% de los encuestados estarían dispuestos a visitar una cafetería con temática de ciclismo que cuente con un taller y solo un 9% no lo haría.

Estos datos muestran que existe una aceptación positiva de la población que realiza ciclismo en la ciudad de Quito frente a esta nueva propuesta de negocio, por lo que representa una ventaja significativa y se da paso directo a la creación del mismo.

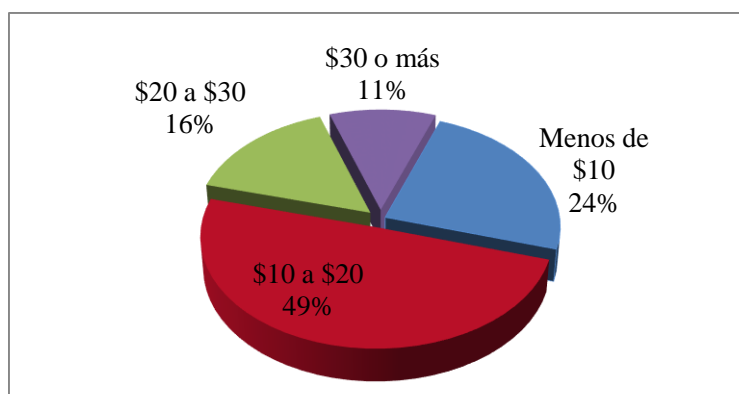
**13. Cuánto estaría dispuesto a gastar en una cafetería temática de ciclismo que le ofrezca comida ligera, bebidas calientes y frías o alcohólicas?**

**Tabla N.- 32**

**Gasto en una cafetería temática de ciclismo**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Menos de \$10	92	24%
\$10 a \$20	190	50%
\$20 a \$30	60	16%
\$30 o más	41	11%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N.- 21**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Análisis e interpretación**

En cuanto al gasto que los posibles clientes realicen en el establecimiento se determina que un porcentaje del 49% gastaría de \$10 a \$20 dólares seguidos por un 24% que gastaría menos de \$10 dólares, un 16% de \$20 a \$30 y un 11% lo haría de \$30 o más dólares.

Estos datos arrojan que el target al que se está enfocando tiene la capacidad de realizar un gasto de hasta \$20 dólares en el establecimiento lo que representa que hay una capacidad de gasto adecuado para los productos que se van a ofertar.

### **1.2.6. Entrevistas**

Se realizaron cinco entrevistas a personas inmiscuidas en el ciclismo y el área de restauración. Entre las personas tenemos a Edwin Arroyo y Xavier Martínez gerentes de tiendas y talleres de ciclismo así como entrenadores ya por varios años, Verónica Jarrín y Claudia Durán ciclistas de competencia y José Solís el co propietario de La Cleta, una cafetería restaurante con temática de ciclismo. Todas estas personas permitirán conocer las características y necesidades de ciclistas así como la oferta de un establecimiento considerado como la competencia directa al proyecto que se presenta. (Entrevistas Anexo 1)

### **1.2.7. Conclusiones de entrevistas y encuestas**

Gracias a las encuestas y a las entrevistas realizadas se puede determinar características, necesidades y preferencias de ciclistas y personas que están en el medio del mercado del ciclismo. Es así que se concluye que el rango de edad principal que realiza dicho deporte es de 20 a 30 años, se observa que los principales tipos de ciclismo a realizar son de montaña, de ruta y urbano con los porcentajes más altos, gracias a esto se puede conocer los requerimientos físicos y de servicios que se ofrecerán en el establecimiento

Se observa también que no existe una determinación de género ya que como se concretó ya existe una mayor cantidad de mujeres realizando ciclismo, se determina que el 31% de los encuestados tienen un ingreso de \$0 a \$370 y 26% de \$370 a \$800 y una instrucción superior, por lo que se determina que tienen ingresos sobre el sueldo básico y una capacidad de gasto. De la misma manera mediante entrevistas se conoce la necesidad de este mercado de siempre tener su bicicleta en óptimas condiciones, realizando mantenimientos 1 vez al mes.

De las personas encuestadas y entrevistadas se pudo concluir que no existen establecimientos amigables con la bicicleta en la el DMQ, y que tan solo existe un negocio con temática de ciclismo considerado bar restaurante pero el cual no ofrece servicios complementarios para dicha temática como un taller y tienda que aporten a este deporte y por lo cual existe una amplia aceptación a un proyecto con estas características.

Como datos adicionales adquiridos de la entrevista se pudo conocer las necesidades alimenticias del mercado meta, teniendo así alimentos ricos en proteína y carbohidratos como pastas, carne blanca, vegetales y frutas, se descartan las grasas y los azúcares de menor importancia. Se conoce también la necesidad de los ciclistas por adquirir productos de rendimiento como barras energéticas e hidratantes en polvo.

### **1.3. Mercado del proyecto**

#### **1.3.1.Segmento del mercado**

Teniendo claro cuál es el mercado meta del proyecto se puede definir varios criterios al momento de determinar nuestro Marketing Mix.

Para la segmentación de mercado del proyecto se dividió el mercado total en grupos más pequeños y homogéneos para conocer características y necesidades específicas de los consumidores y para esto se tomó en cuenta ciertos parámetros para definir el mercado meta:

- **Criterio Geográfico.-** Se determinó que el mercado meta serán los habitantes del DMQ principalmente de la zona urbana ya que la ubicación del proyecto se encuentra en la principal zona económica de la ciudad.
- **Criterio Demográfico.-** En este criterio se identifica basándose en un grupo específico de edad que oscila entre los 20 a 49 años de edad, con género masculino y femenino sin preferencia, sin preferencia en estado civil, región, raza u ocupación. Se determinó dicho grupo de personas por la capacidad de estas por la edad de realizar ciclismo, un deporte considerado de aventura y de esfuerzo físico. Según datos presentados anteriormente y de las encuestas realizada el 57% de ellas son personas entre 20 a 25 años seguidas por aquellas de 26 a 30 años con el porcentaje de 17%, por lo que se considera un segmento entre 20 y 30 años.
- **Criterios Sicográficos.-** En cuanto a este criterio el mercado meta se enfoca en adultos jóvenes que realicen ciclismo, según las encuestas realizadas los tipos de ciclismo a los que se enfocará el negocio y que

permite conocer las características de los consumidores son ciclismo de montaña, ruta, urbano y ciclo turismo, principalmente los ciclismo de competencia.

- **Criterios Conductuales.-** Para determinar este criterio se toma en cuenta las características y necesidades de los ciclistas, según las encuestas realizadas se conoció que un total del 85% visita cafeterías y que al momento de visitarlas la calidad en productos y servicios así como un ambiente agradable son las cualidades a tomar en cuenta para la visita por lo que se genera una preferencia por establecimientos modernos y con altos estándares de calidad con personas que buscan esto.
- **Criterio por Ingresos Económicos.-** Mediante este criterio determinamos que los clientes a los que se quiere llegar tienen ingresos económicos sobre el salario básico entre \$0 a \$800 mensuales.

### **1.3.2. Perfil del cliente**

El perfil del cliente de Café Vélo se determinó mediante la investigación de mercado antes realizada. Es así que se determinaron las siguientes características:

- Lugar de residencia: Quito
- Edad: Entre 20 a 30 años.
- Nivel de ingresos: \$0 a \$800
- Visitan cafeterías 1 vez por semana
- Realizan ciclismo como deporte o recreacional, principalmente ciclismo de montaña, ruta y downhill.
- Realizan gastos mensuales de hasta 100 dólares en repuestos y de hasta \$40 en mantenimientos de bicicleta.
- Buscan principalmente una cafetería con Calidad de productos y servicios y un Ambiente Agradable.

### 1.3.3. Marketing Mix

Después de realizar la investigación de mercado se realiza el proceso de marketing, mediante la cual se ingresará al mercado. Esta propuesta analiza cuatro puntos claves: precio, plaza, promoción y producto.

#### 1.3.3.1. Producto

El producto principal es la cafetería Café Vélo, la cual es una cafetería temática de ciclismo ubicada en el DMQ que ofrece un servicio de alimentos y bebidas fusionado con un taller para bicicletas y una pequeña tienda de productos exhibidos para la venta. Es una cafetería moderna con un toque sofisticado pero con detalles simples, con colores tenues que emitan una sensación de calma y tranquilidad.

La marca Café Vélo pretende ser la carta de presentación del proyecto ante todos los clientes del mismo, esta marca busca ser reconocida en el ámbito del ciclismo para crear status social y ser la manera de representar un estilo de vida de los consumidores hacia la sociedad. Para la creación del nombre, del isotipo y del logotipo se buscó que fuese identificable, fácil de recordar y relacionado con la temática de ciclismo fusionado con el servicios de alimentos y bebidas teniendo la siguiente imagen.

**Gráfico N.-22**  
**Logotipo e Isotipo**



Elaborado por: Soledad Galarza

Café Vélo es el nombre que se asignó a la cafetería, el isotipo es la mezcla de una taza de café y un piñón de la bicicleta, la cual es una parte esencial para el funcionamiento de la misma y por último una llave la cual representa el taller para mantenimiento de bicicletas. Los colores son el azul oscuro, el menta oscuro y el beige lo que permite un reflejo de elegancia y calidez. Existe un sobrenombre, Cycling Café & Workshop que se da más como una referencia sobre los servicios que se encuentran en la cafetería.

El nombre se determinó gracias al estudio de mercado y a la idea del negocio, al preguntar a ciclistas con que relacionan al ciclismo la mayoría contestó con bicicletas, es por esta razón que se buscó el término bicicleta en diferentes idiomas y se eligió Vélo, la cual es bicicleta en francés, en el mundo del ciclismo es en este país que se crearon las primeras bicicletas, es sede de las carreras ciclistas importantes como el Tour de Francia, y el utilizar esta palabra es reconocida en marcas de bicicletas y otros productos de ciclismo por lo tanto está en la mente del mercado objetivo.

Entre los productos que la cafetería ofertará son:






- Alimentos & Bebidas: Los clientes podrán consumir una variedad de alimentos y bebidas, realizados con calidad y con productos frescos, se ofrecerá pastas, crepes, ensaladas, sánduches, picadas, postres, cafés, milkshakes, jugos y cervezas
- Taller de bicicletas: Se adaptará un área específica para instalar el taller para mantenimiento de bicicletas, en la cual se espera brindar el mejor servicio y que sea el plus atractivo de la cafetería.

Como complementarios para apoyar a la rentabilidad del local y a la atracción de clientes se tiene:

- Pequeña tienda de artículos para ciclismo en la cual se ofertarán ciertos productos básicos para bicicletas en convenio con las marcas para que sean parte de la decoración del local y al mismo tiempo aporte una ganancia, con algunas de estas como Feline, una marca nacional de ropa para ciclismo, se busca apoyar a los productos nacionales.

**Tabla N.-33**

**Tienda**

<b>PRODUCTOS TIENDA</b>		
<b>Bicicletas</b>	GT Bycycles	
<b>Productos energizantes</b>	STRONG	
<b>Repuestos</b>	Crankbrothers	
<b>Mantenimiento</b>	Park Tool	
<b>Jerseys y licras</b>	Feline	

Elaborado por: Soledad Galarza

- Transmisiones de las carreras ciclistas más importantes del mundo como lo son el Tour de Francia, Giro de Italia, Vuelta a España, París Roubaix, etc. Complementado con promociones de bebidas y alimentos para disfrutar de las carreras.
- Elaboración de paseos gratuitos y cobrados en Quito y a las afueras del mismo principalmente en espacios naturales, para aportar al turismo interno y a la cultura del ciclismo.
- Brindar 2 talleres diferentes al mes en cuanto a mantenimiento de bicicletas, nutrición, entrenamientos entre otros.
- Realización de acción social utilizando la bicicleta como medio de transporte, repartición de snacks en hospitales y a la gente sin hogar.

- Como un plus el establecimiento cuenta con parqueaderos para bicicletas con lokers y candados para ofrecer la mayor seguridad a los clientes.

Café Vélo será una empresa dedicada al expendio de alimentos y bebidas como los siguientes:

- Alimentos: Sánduches, ensaladas, pastas y picadas.
- Postres: Tortas, crepes, ensalada de frutas.
- Bebidas calientes: Cafés, té, chocolates y vino hervido.
- Bebidas Frías: Jugos, milkshakes, gaseosas y cervezas

Los productos ofertados en la propuesta del posible menú (Anexo 2) se elaboraron en base a las necesidades nutricionales de los ciclistas para recuperación de energías y para el rendimiento óptimo en el deporte, es por lo cual se ofrecerá alimentos sanos como ensaladas y sánduches, así como pastas para aportar a la recuperación y milkshakes y jugos para aportar a la nutrición.

### 1.3.3.2.Precio

El precio conocido como la cantidad de dinero cobrada por un producto se determina en cuanto a la capacidad de gasto de los posibles consumidores, los precios que se establecerán serán equivalentes a lo que se oferta y a lo que se paga. Para realizar los precios se tomó en los resultados sobre la cantidad dispuesta a gastar de los clientes en la cafetería.

Los precios de los productos son los siguientes:

**Tabla N.- 34**

### **Productos Menú**

CÓDIGO	PRODUCTOS	COSTO	PVP	UTILIDAD POR PLATO SIN IVA
		MATERIALES	(Sin imp.)	
SE	Sánduche Express	1,39	3,00	1,61
SP	Sánduche de Pollo	2,04	3,00	0,96
SG	Sándwich Grillado	2,32	4,00	1,68
SV	Sándwich Vegetariano	1,27	3,00	1,73
EF	Ensalada de Pasta y Jamón	3,45	4,50	1,05

EP	Ensalada de Pollo y Manzana	2,44	4,50	2,06
EV	Ensalada Vegetariana	0,74	3,50	2,76
PA	Pasta con Champiñones y Pollo	2,33	4,50	2,17
PV	Pasta con Verduras y Atún	1,76	4,50	2,74
NG	Nachos con Guacamole	1,67	4,00	2,33
MY	Muchines de Yuca	0,27	3,00	2,73
TM	Torta de Maduro	0,67	2,75	2,08
CF	Cheescake de Frutilla	0,65	3,50	2,85
WC	Waffles con Chocolate y Frutillas	0,65	3,50	2,85
TC	Torta de Chocolate	0,65	2,00	1,35
EFR	Ensalada de Frutas	1,13	3,00	1,87
BS	Banana Split	1,24	4,00	2,76
CB	Crepes de Chocolate, Banano y Crema Chantilly	0,41	4,50	4,09
CJ	Crepes de Jamón y Queso	0,62	4,50	3,88
CC	Crepes a la Carbonara	0,67	4,50	3,83
TZ	Torta de Zanahoria	0,44	2,50	2,06
VH	Vino Hervido	1,20	3,00	1,80
CE	Café Expresso	0,26	2,00	1,74
CHC	Chocolate Caliente	0,85	3,50	2,65
CL	Café con Leche	0,36	2,00	1,64
CT	Café Latte	0,46	3,00	2,54
CP	Capuccino	0,45	3,10	2,65
CA	Café Americano	0,33	2,00	1,67
MC	Mocaccino	0,44	3,00	2,56
TC	Té Manzana con Canela	0,13	2,00	1,87
TF	Té de Frutas	0,57	2,00	1,43
JM	Jugo de Mora	0,54	1,20	0,66
JF	Jugo de Frutilla	0,54	1,20	0,66
JC	Jugo de Coco	0,61	1,20	0,59
JN	Jugo de Naranja	0,48	1,20	0,72
JP	Jugo de Piña	0,48	1,20	0,72
MF	Milkshake de Frutilla	0,98	3,00	2,02
MM	Milkshake de Mora	0,23	3,00	2,77
MO	Milkshake de Oreo	1,83	4,00	2,17
MB	Milkshake Light de Banano	0,23	3,00	2,77
AG	Agua Mineral Guitig	0,44	0,55	0,11
CCL	Coca Cola	0,50	0,66	0,16
SPR	Sprite	0,28	0,40	0,12
FAT	Fanta	0,60	0,73	0,13
FR	Fiora	0,28	0,40	0,12
CPN	Cerveza Pilsener	0,70	1,00	0,30
CCL	Cerveza Club	0,80	1,00	0,20
CAR	Cerveza Artesanal	0,80	3,00	2,20

Elaborado por: Soledad Galarza

#### *1.3.3.3.Plaza*

Café Vélo se encontrará ubicada en sector de Iñaquito en la Administración Zonal Eugenio Espejo, ya que según un estudio de campo realizado el sector es ideal para ubicar una cafetería temática de ciclismo. Hay que tomar en cuenta que es un sector comercial concurrido además que al encontrarse cerca del Parque de La Carolina y en la Av. Amazonas es un plus por la circulación constante de ciclistas por la zona.

Cabe recalcar que al ser un sector concurrido existen varios establecimientos de alimentos y comidas, aun así esto no es impedimento ya que lo que se pretende ofertar no tiene una competencia directa en el sector.

#### *1.3.3.4.Promoción*

Con el objetivo de comunicar y dar a conocer la existencia de este nuevo proyecto y los productos y servicios a ofertar en el mismo se utilizan una variedad de estrategias. A continuación se explicarán las principales.

##### *1.3.3.4.1. Publicidad*

- **Página Web.-** Se realizará una página web con el apoyo del diseñador y publicista Christian Camino, mediante la cual se presentará la cafetería y todos los productos y el servicio de taller para bicicletas. De igual manera se publicarán eventos y talleres a realizarse.
- **Flyers.-** Se realizarán flyers promocionando el establecimiento los cuales se entregaran en las principales carreras ciclísticas que se dan a

lo largo del año al igual que a las afueras del restaurante y se pedirá permiso en tiendas de ciclismo conocidas para poder distribuir las.

- Relaciones públicas: Con intención de darse a conocer a futuro se tratará en lo posible de ser auspiciantes en carreras ciclistas que se realicen como lo son Chimborazo Extremo, La Vuelta al Cotopaxi, el Rey de la Montaña, etc. En estas carreras se promocionará la marca mediante objetos con la marca, pancartas y puntos de abasto en las mismas. Por otro lado se tendrá una relación directa con tiendas de ciclismo como GT Bicycles y de implementos deportivos como Explorer para mediante flyers dar a conocer a los clientes el establecimiento.
- Páginas Sociales.- En la actualidad las redes sociales se han convertido en un medio de marketing simple y de bajo costo que permiten dar a conocer marcas y productos nuevos, el correcto manejo de estos espacios apoyarán al reconocimiento del proyecto y llegar de manera rápida y personalizada al mercado meta.

La cafetería Café Vélo iniciará con una campaña publicitaria en Facebook, Twitter e Instagram, el objetivo aparte de dar a conocer el proyecto es permitir que los potenciales clientes interactúen con el espacio y puedan comentar y formar parte de un grupo.

A continuación se presentan imágenes que representan una idea de cómo se manejarían las redes sociales para dar a conocer el establecimiento cuando se ponga en marcha, por lo tanto en las mismas no existen fechas:

### **Gráfico N.-23**

#### **Página Facebook**



Elaborado por: Soledad Galarza

## Gráfico N.-24 Publicación Página Facebook



Elaborado por: Soledad Galarza

## Gráfico N.-25 Publicación Twitter



Elaborado por: Soledad Galarza

## Gráfico N.-26 Publicación Instagram



Elaborado por: Soledad Galarza

### 1.3.3.4.2. Promoción de ventas

- Descuentos del 10% en alimentos y bebidas a todas las personas que lleguen al establecimiento en bicicleta.
- Se realizarán promociones semanales de alimentos y bebidas para promocionar el establecimiento.
- Se realizarán talleres y conferencias en el establecimiento sobre temas de ciclismo ofertadas por las redes sociales, pagina web y en especial por el “Boca a Boca” para generar mayor conocimiento por el mercado objetivo y como incentivo se obsequiara un 10% de consumo con la cancelación de los eventos.



### 2.1.2. Micro localización

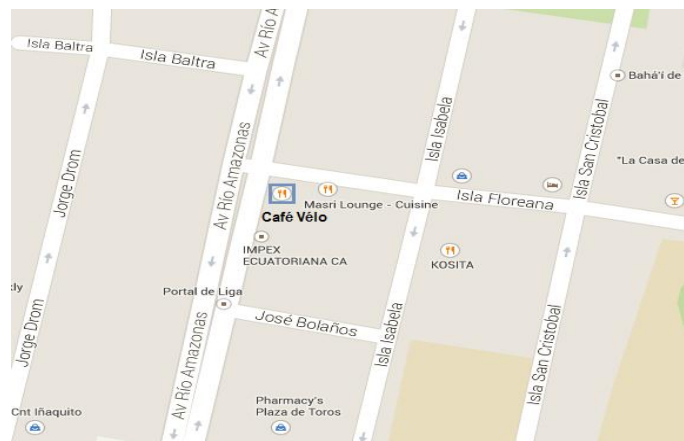
Se busca ubicar el lugar exacto para instalar la planta se considera la parroquia Iñaquito como el sector a ubicar el proyecto específicamente en la Av. Amazonas e Isla Floreana por la cantidad de ciclistas que esta avenida para desplazarse por la ciudad.

También se toma en cuenta la cercanía con el Parque La Carolina, espacio en el cual ciclistas entrenan y utilizan para socializar, y existen una alta cantidad de tiendas de ciclismo como Cube, GT Bicycles, EcoByke y Pedal Extreme lo que permite que el segmento de mercado al que se apunta llegue a conocer el establecimiento.

A continuación los gráficos 26 y 27 muestran una referencia del espacio geográfico en el que se ubicaría el proyecto:

**Gráfico N.- 29**

#### **Ubicación**



Fuente: Google Maps

Modificado por: Soledad Galarza

### 2.2. Tamaño e infraestructura del proyecto

El tamaño del proyecto se espera que sea amplio y cuente con espacios definidos y adecuados. El establecimiento en el cual se planea la creación del proyecto es hoy en día la tienda de bicicletas GT Bicycles ubicada en la primera planta de un edificio esquinero, se planea adecuar la planta para convertirla en la cafetería temática de ciclismo.

### 2.3. Dimensionamiento y distribución de la planta

Mediante un estudio de campo realizado junto al Arquitecto Ronny Galarza se pudo conocer las dimensiones del local, teniendo así:

Intervención Nueva:	60.72 m <sup>2</sup>
Remodelación:	85.92 m <sup>2</sup>
Áreas Exteriores:	152.72 m <sup>2</sup>
Total:	300.00 m <sup>2</sup> aprox.

La cafetería contará con diferentes áreas distribuidas adecuadamente para el manejo adecuado del proyecto de esta manera:

- Taller.- Se encuentra completamente equipado cuya entrada está ubicada estratégicamente con un espacio amplio en la cafetería para el ingreso de bicicletas mediante rampa y directamente al área, la misma contará con lavadero para bicicletas, pedestales, aire y espacios para las bicicletas a mantenimiento.
- Cocina.- Ubicada alado del taller frente al bar al fondo del local conecta directamente con el área de Acopio, se encuentra abierta al cliente mediante una vitrina panorámica con entrada directa al salón en la cual se realizará también la caja.
- Acopio.- Este espacio se encuentra equipado con estanterías para productos y congeladora, refrigeradora, ubicado directamente a la cocina.
- Baños.- Separados por pared de división del salón, uno para hombres y uno para mujeres.
- Espacio Interno.- Decorado con temática de ciclismo, con pantallas LCD y productos para ciclismo contará con 4 mesas de 80 x 80 cm para dos personas y una para tres. Una barra en el lado izquierdo para servicio, una barra central para 11 personas y tres sofás de 100 x 60 cm para dos personas (capacidad 23 personas).
- Área externa.- Un salón externo para mesas y sillones que permitirá una visión exterior y directa al parqueadero de bicicletas, ubicada alado de la entrada principal al establecimiento, cuenta con calentadores y es cubierta.

Contará con dos mesas circulares para tres personas y una para dos personas de 80 x 80 cm y cuatro sofás de 100 x 60 cm (capacidad 16 personas).

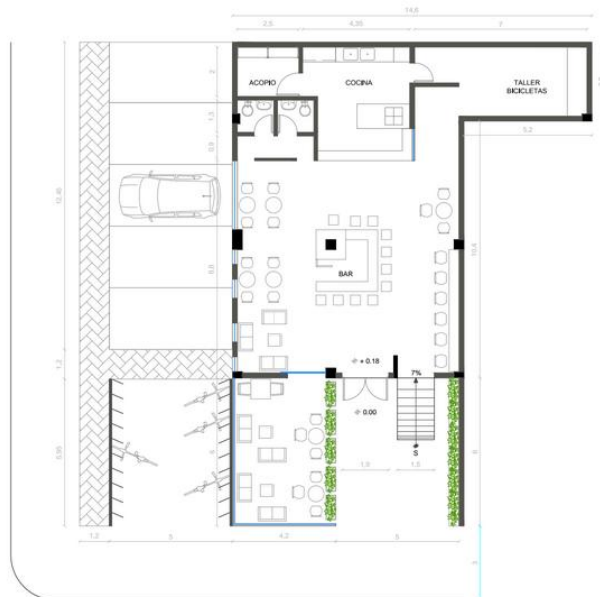
- Parqueaderos.- Dos espacios distribuidos uno para parqueo de carro y otro para parqueo de bicicletas que cuenta con estacionamientos y lockers por los cuales adquirir cadenas.

En cuanto a la distribución de las áreas de la cafetería se tiene:

- Espacio Interno: 80,81 m<sup>2</sup>
- Cocina: 18,27 m<sup>2</sup>
- Acopio: 5 m<sup>2</sup>
- Taller: 19,58 m<sup>2</sup>
- Baños: 5,5 m<sup>2</sup>
- Salón Externo: 24,99 m<sup>2</sup>
- Exteriores: 25 m<sup>2</sup>
- Parqueaderos: 121,52 m<sup>2</sup>

## 2.4. Planos del Proyecto

Gráfico N.-30



Fuente: Arquitecta Roxette Suasnavas  
Elaborado por: Soledad Galarza

### Gráfico 3D



Fuente: Arquitecta Roxette Suasnavas  
Elaborado por: Soledad Galarza

## 2.5. Especificaciones Técnicas y Presupuesto de Adecuación

Mediante un estudio de campo con el Arq. Ronny Galarza se pudo determinar ciertas especificaciones técnicas que permitirán obtener un presupuesto referencial en cuanto a la adecuación de la planta. Es así que se obtuvo las siguientes especificaciones técnicas:

- Pisos exteriores masillados/paleteados en áreas vehiculares y área de consumo respectivamente.
- Área de consumo exterior delimitada por setos vivos en maseteros móviles.
- Piso de área de consumo exterior e interior, paleteado fino con sellador transparente antideslizante.
- Pisos en áreas húmedas (baños y cocina) cerámica nacional formato 45 x 45 cm antideslizante.
- Accesorios sanitarios y griferías en gama media.
- Piso en taller y acopio, paleteado fino con sellador transparente antideslizante.
- Mamposterías interiores en baños, cocina y oficina en paneles de gypsum y estructura de acero galvanizado.
- Tumbados de gypsum y estructura de acero galvanizado de suspensión.
- Terminado de mamposterías y tumbados con empastado y pintado.

- Instalaciones eléctricas con ductería de PVC, cable rígido unifilar sin puntos especiales.
- Instalaciones hidrosanitarias con tubería de termo fusión, y desagües en PVC pegable.
- Instalación punto de rack para voz y datos en oficina principal.
- Ventanería en aluminio y vidrio serie S100 en puertas de ingreso y ventanas.

Con estas especificaciones técnicas y tomando en cuenta que el precio aproximado por m2 es de \$40,65 siendo un precio razonable, el presupuesto referencial sería de \$12.190, 90 con una duración de 10 meses para la adecuación de establecimiento.

## **2.6. Estudio Técnico Organizacional**

Para alcanzar el objetivo deseado de conocer la viabilidad de una cafetería temática de ciclismo en la ciudad de Quito es fundamental comprender las características de la compañía entre las que se encuentran el nombre y razón social, la base filosófica y un estudio de macro y micro entorno para obtener el análisis FODA, y por otro lado es necesario conocer la estructura organizacional de la misma.

### **2.6.1. Nombre o razón social**

El nombre para la nueva cafetería a ofertar es Café Vélo LTDA. , la misma que será conformada como sociedad limitada. Las obligaciones de la sociedad limitada, según el Art. 92 y 95 de la Ley de Compañías, requiere un mínimo de dos personas naturales y USD 400,00 para constituir la, el capital social se divide en participaciones sociales y requiere que el nombre esté acompañado de CIA. LTDA. O CL.

### **2.6.2. Base Filosófica**

#### *2.6.2.1. Misión*

Café Vélo es una empresa que a través de amabilidad, profesionalismo, excelencia y un servicio personalizado ofrece a ciclistas opciones de alimentos y bebidas que se elaboren con rapidez y cuidando

cada detalle para poder superar las expectativas de los clientes, siendo líderes en el mercado en ofrecer productos alimenticios saludables complementados con servicios de taller y tienda de ciclismo utilizando tecnología de punta y estándares en procesos y procedimientos, con principios éticos y morales, sin dejar de lado la responsabilidad con el cuidado del ambiente enfocados en dar como resultado servicios y productos de calidad donde la mejora continua es nuestra meta.

#### *2.6.2.2. Visión*

Café Vélo en el 2018 será una empresa reconocida y de prestigio nacional por sus altos estándares de calidad en productos y servicios. Pionero en innovación tecnológica tendrá dos sucursales en la ciudad de Quito liderando así el mercado objetivo. Contará con infraestructura adecuada y moderna, personal capacitado constantemente y será una marca líder en el ámbito de la restauración.

#### *2.6.2.3. Valores*

- **Calidad.**- En toda la materia prima que se utiliza, en procesos de elaboración de los productos y en los servicios que se ofrecen.
- **Compromiso.**-Hacia los clientes proporcionando productos y servicios garantizados, con la sociedad para la generación de empleos y con el medio ambiente al respetar las normas establecidas para cuidarlo.
- **Responsabilidad.**- Siendo responsables con las normas legales y sociales de la empresa.
- **Honestidad.**- Trabajar en base a la honradez y dignidad con todos los colaboradores de la empresa.
- **Trabajo en equipo.**- Trabajar conjuntamente para alcanzar metas y mejorar resultados.

#### *2.6.2.4.Objetivos*

##### *2.6.2.4.1. Objetivo General*

Incentivar a la realización de ciclismo y el turismo en bicicleta en la ciudad de Quito mediante la creación de Café Vélo, una cafetería temática de ciclismo que ofrezca productos alimenticios saludables y servicios adicionales como taller y tienda brindando de esta forma un servicio diferente, único y personalizado con un alto rendimiento.

##### *2.6.2.4.2. Objetivos Específicos*

- Ofertar productos de alimentos y bebidas saludables y de alta calidad consumidos por ciclistas y que generen rentabilidad
- Establecer a Café Vélo como la única opción de cafetería-taller en la ciudad para poder consumir cafés y productos alimenticios en un ambiente temático de ciclismo.
- Prestar un servicio cálido y personalizado a cada uno de los consumidores de los productos y servicios de Café Vélo.
- Proporcionar a los colaboradores de Café Vélo con las seguridades físicas, económicas y una capacitación adecuada que generen sentimiento de pertenecía a la empresa.
- Satisfacer las necesidades y superar expectativas del cliente.
- Alcanzar prestigio y reconocimiento en el gremio del ciclismo a nivel local y nacional.

##### *2.6.2.5.Estrategias*

- Crear servicios de viajes turísticos en bicicleta a diferentes atractivos naturales a las afueras de Quito para más de 5 personas.
- Manejar adecuadamente desechos y realizar un tratamiento de aguas.
- Realizar publicidad y promociones atractivas en televisión.
- Abrir dos sucursales en la ciudad de Quito.
- Contratar personal con títulos referentes a Restauración y Gastronomía.

#### 2.6.2.5.1. Objetivos Estratégicos

- Duplicar los ingresos de la cafetería mediante la expansión de servicios de la misma.
- Aportar al medio ambiente y ser sustentables.
- Incrementar la cantidad de clientes para la cafetería.
- Dar a conocer la idea de una cafetería temática en la ciudad de Quito en diferentes establecimientos.
- Mejorar la atención al cliente así como los productos que se ofrezcan para ser proactivos.

#### 2.6.2.6. Políticas

##### 2.6.2.6.1. Políticas Administrativas

- Realización de facturas para todo consumidor y con detalle de consumo.
- El pago se aceptará en efectivo, con tarjeta de crédito o cheque.
- Cada cierre de turno se realizará un cuadro de caja por medio de un informe por el administrador encargado y que se presentara al administrador del siguiente día.
- El pago a proveedores se realizará cada miércoles del mes en horario de oficina.

##### 2.6.2.6.2. Políticas para el personal

- Los puestos de trabajo de la cafetería son de carácter poli funcional, ningún colaborador podrá negarse a cumplir una actividad para la cual se encuentre calificado.
- Se determina asistencia obligatoria a capacitaciones que se brindaran mensualmente por parte de la empresa.
- En caso de enfermedad se deberá informar a la cafetería con un máximo de dos horas de anticipación al turno en cuestión.
- Antes de comenzar un turno y de finalizarlo marcar hora en bitácora y comunicarse con el Administrador de la cafetería.

- Presentarse al área de trabajo debidamente aseado (según normas de higiene) 10 minutos antes de comenzar el turno.
- Utilizar el uniforme adecuado e impecable proporcionado por la empresa cada turno de trabajo.
- No se permite comer, mascar chicle ni fumar durante horario laborable.
- Atender al cliente de manera cordial y atenta en todo momento, si existiese algún inconveniente con el cliente comunicarse con el Administrador del establecimiento.

#### 2.6.2.6.3. Políticas para los clientes

- No se permite el ingreso al establecimiento con alimentos y bebidas no adquiridas en la *Café Vélo*.
- No está permitido fumar o ingresar en estado etílico al establecimiento.
- El establecimiento se reserva el derecho de admisión y permanencia en el mismo.
- El trato hacia los colaboradores como entre clientes en el establecimiento será cordial y amable en todo momento.

#### 2.6.2.7. *Reglamento para con los colaboradores*

##### 2.6.2.7.1. Incentivos

Para aportar a un mejor desempeño laboral la empresa ofrecerá incentivos para los colaboradores, entre los cuales se encuentra:

- Empleado del mes.- el cual contará con un descuento del 25% en productos de alimentos y bebidas del local.
- Bono de consumo al mejor vendedor de productos de ciclismo al mes.
- Posibilidad de desarrollarse en diferentes funciones en la empresa por medio de ascensos.

##### 2.6.2.7.2. Derechos y obligaciones

*Café Vélo* cuenta con derechos y obligaciones los cuales los colaboradores deben conocer y practicar.

## Derechos

- Todo colaborador debe ser atendido y escuchado por parte del Administrador en cuanto a dudas e inconvenientes.
- Todos los colaboradores tienen derecho a ser parte de capacitaciones mensuales respecto a las diferentes actividades de la empresa así como poder usar los incentivos.
- Los colaboradores tendrán derecho de estar amparados por el Código de Trabajo del Ecuador.
- Todo colaborador contara con seguro social.
- El salario será justo y de acuerdo al horario laboral.
- Los colaboradores contarán con dos días libres a la semana.

## Obligaciones

- Desempeñar cada actividad con agrado y compromiso ya que son los colaboradores los que representan a la empresa.
- Trabajar en equipo siempre manteniendo una buena relación con los demás colaboradores.
- Respetar las normas y políticas de la empresa.
- Utilizar y cuidar adecuadamente los equipos de trabajo.
- Conocer el menú y los servicios que ofrece el establecimiento así como costos y promociones.

### 2.6.2.7.3. Permisos

- Se otorgarán permisos para retrasos a los colaboradores siempre y cuando sean informados con una anticipación de dos horas al Administrador encargado.
- En caso de permisos diarios se los darán si han sido informados y justificados anteriormente al Administrador.
- Se considera atraso si el colaborador sobrepasa los 10 minutos de ingreso al turno de trabajo, 5 atrasos y será notificado con memo a Administración, 3 memos determinan despido.
- Los permisos por días completos se recuperarán y no se descontarán del sueldo.

### 2.6.2.7.4. Sanciones

Las sanciones de acuerdo a la magnitud de las mismas se determinarán por el Administrador encargado, las cuales pueden ser memo para el colaborador o despidos inmediatos.

#### *2.6.2.8. Normativa de seguridad*

Para garantizar la seguridad de los colaboradores es esencial que todos conozcan la utilización de máquinas en el local, lo cual se realizará un entrenamiento dirigido por la Administración a cada colaborador que ingrese al establecimiento.

De la misma manera es necesario que los colaboradores conozcan sobre normas de seguridad para ciertos momentos y espacios, como es el caso de piso mojado, incendio o enfermedades. Para estos casos se toman en cuenta estas medidas:

- Utilizar guantes en todo al momento de manipular alimentos.
- Utilizar letreros cuando exista piso mojado.
- En caso de accidente Café Veló cuenta con un botiquín para ser utilizado en cualquier momento.
- Conocer las salidas de emergencia del establecimiento en caso de catástrofes.

#### *2.6.2.9. Prestaciones generales internas*

##### ***Comida***

La jornada laboral será de 8 horas diarias por lo cual los colaboradores contarán con 1 hora para almorzar la cual no tendrá costo y el Administrador será el encargado de determinar la rotación de los colaboradores.

##### ***Uniformes***

- De acuerdo a la función de cada colaborador se proporcionara un uniforme.

- El reemplazo del uniforme se realizará cuando la empresa crea conveniente.
- Los colaboradores tienen la obligación de cuidar las prendas, en caso de pérdida los mismos deberán cubrirlo.
- Ningún colaborador ingresará a su turno de trabajo si no cuenta con el uniforme completo.

### ***Imagen***

Es indispensable que cada uno de los colaboradores tanto en la tienda, taller como área de cafetería esté adecuadamente presentado, con el uniforme completo, mostrando higiene y limpieza en cada una de las actividades a realizar.

En el caso del taller por ser un espacio de trabajo de mecánica se requiere una limpieza exhaustiva y siempre una adecuada organización de los implementos de trabajo.

### ***Cabello***

Hombres.- Cabello corto, en caso de cocina usar malla protectora.

Mujeres.- Cabello recogido sin colores extravagantes y siempre bien cuidado, en caso de cocina usar siempre malla.

### ***Manos y uñas***

- Las manos deberán lavarse cada vez que se interrumpa el manejo de alimentos.
- Mantener las uñas limpias y cortas, y de ser posible sin esmalte o con esmalte transparente.
- Si existiese un corte utilizar vendaje de colores fuertes.

### ***Joyería***

Se permite el uso de anillo de compromiso y de matrimonio, en cuanto a aretes se permite el uso de aquellos pequeños y no

extremadamente notorios, para los hombres no se permiten perforaciones, se permite el uso de reloj.

### ***Maquillaje***

Se prohíbe el maquillaje extravagante debe ser tenue.

## **2.7. Análisis de Macro y Micro Entorno**

### **2.7.1. Análisis Macro Entorno (PESTA)**

#### *2.7.1.1. Factores Políticos y Legales*

El Ecuador se encuentra en estabilidad política hasta el presente año, bajo el mandato del Presidente Rafael Correa Delgado, quien ha permanecido en el poder por 8 años siendo elegido en el 2007 y reelegido en febrero del 2013, es así que el Presidente ha dado paso a diferentes regulaciones políticas y legales que son representativas para los negocios que se crean año tras año.

- **Políticas importación**

Escenarios como la baja del precio del petróleo así como la apreciación del dólar americano ha afectado al ámbito comercial del país, por lo que el gobierno mediante una salvaguardia por balanza de pagos busca regular el nivel de importaciones y así equilibrar la balanza comercial. Es así que mediante la Resolución No. 011-2015 emitida por el Comité de Comercio Exterior vigente desde el 11 de marzo del 2015 se aplican aranceles a determinadas importaciones, en el caso de bicicletas, velocípedos y repuestos o accesorios de estos se aplica una sobretasa arancelaria del 15% a la del 30% y 10% respectivamente que se determinó en el año 2012 mediante la Resolución No. 59. De igual manera se aplicaron nuevos aranceles a diferentes productos alimenticios importados, estas medidas tendrán una duración de 15 meses por los cuales afectaría el precio de los productos a ofertar en la cafetería taller incrementando los precios de proveedores y de la misma manera los que se ofrecerán a los clientes.

Es por lo mismo se buscará utilizar la mayor cantidad de productos nacionales en el caso de alimentos y bebidas y de productos de uso en el ciclismo como lo son jerseys, licras, etc.

- **Políticas de apoyo a PYMES**

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tiene un papel de gran importancia dentro de la economía de un país por ser generadoras de empleo y apoyar al crecimiento económico, siendo así que según EKOS para el 2012 las PYMES en el Ecuador representaban el 70% de las empresas registradas en las Súper Intendencia de Compañías y fueron las aportadoras del más del 25% del PIB no petrolero así como del 70% de generación de mano de obra de dicho año.

Con estos datos se puede ver la importancia de las PYMES en el país y ha sido por esto que se ha creado, en el afán por construir un país con igualdad de oportunidades y apoyar al cambio de matriz productiva en país el Ministerio de Industria y Productividad, el cual mediante diferentes herramientas de financiamiento como el programa PRODUCEPYME que es un programa de cofinanciamiento que permite a las PYMES promover las competitividad y la productividad de estas.

De igual manera la Corporación Financiera Nacional (CFN) ofrece el programa Progresar, el cual dará una línea de financiamiento a emprendedores ecuatorianos con proyectos que apoyen al cambio de la matriz productiva ofreciendo desde \$50.000 hasta 25000.000 de dólares para financiamiento a una tasa del 6,9% con dos años de gracias y hasta 15 años plazo <sup>6</sup>, así también diferentes bancos ofrecen créditos con intereses razonables con el objetivo de apoyar a las PYMES con crédito directo de hasta \$200.000 con un interés del 9,7% anual y hasta 11,6% anual dependiendo del plazo de pago del mismo.

---

<sup>6</sup> <http://www.programaprogresar.com/#!activos-fijos/c1eqa>

### 2.7.1.2. Factores Económicos

Para la realización del análisis económico se tomará como base las estadísticas realizadas por organismos estatales y privados, que permitirán obtener los principales indicadores que se resumirán a continuación en una tabla.

**Tabla N.- 35**

#### **Indicadores Económicos**

INDICADORES	2012	2013	2014	2015 (Proyección)
<b>PIB</b>	5,14%	4,6%	4,0%	3,8%
<b>Inflación</b>	5,2%	2,7%	3,67%	3,9%
<b>Desempleo</b>	5,0%	4,86%	4,54%	menor a 5.0%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Ekos Negocios, INEC

Elaborado por: Soledad Galarza

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El Producto Interno Bruto (PIB) es la principal variable económica, según el Banco Central del Ecuador (BCE), “es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un periodo...”<sup>7</sup> En el Ecuador, desde el año 1999 el PIB ha tenido una tendencia positiva de crecimiento hasta el año 2012 que llegó a 5,14%, factores tales como falta de inversión privada, inconvenientes para cubrir financiamiento público y la caída del precio del petróleo han aportado a que sea difícil mantener los niveles de crecimiento. Como se puede observar en la matriz realizada, el año anterior se llegó a un PIB del 4,0% y según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) para el año 2015 este tendrá una desaceleración del 3,8%.

- **Inflación**

---

<sup>7</sup> <http://www.analisiseconomico.info/index.php/opinion2/414-el-producto-interno-bruto>

Se puede evidenciar mediante la matriz que la inflación, que se entiende generalmente como el “incremento en nivel general de los precios”, para el 2015 se proyecta en un 3,9% tan solo 0,23 puntos más que el 2014, afectando mínimamente los Precios al Consumidor (IPC), aun así se espera que para el resto del año la inflación llegue a incrementarse por el cambio de costos en materias primas, y en una cantidad alta de productos definidos por las restricciones arancelarias definidas desde el 11 de marzo del presente año.

Según el INEC la división de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas fue la que más aportó a la variación de enero del 2015 en cuanto al Precio al Consumidor (IPC) con un porcentaje del 0,44%. Esta tasa puede que se muestre hacia este proyecto con un alza de los precios de los proveedores y de esta manera un incremento en los precios a los clientes o que se mantengan pero con una rentabilidad menor para el establecimiento, en el peor de los panoramas.

En cuanto a al salario real de la población, a partir del 2007 ha presentado un aumento, gracias los bajos porcentajes de inflación y por la dolarización, siendo así que para enero del 2015 el salario unificado es de \$354,00.

- Desempleo

Según la muestra de desempleo desde el año 2012, la tasa de desempleo ha bajado pasando del 5,0% al 4,54% del año pasado según el BCE. Se espera que para este año se continúe con niveles de desempleo inferiores al 5% y no haya un cambio radical. Según datos del INEC sobre indicadores laborales para diciembre del 2014 se da una tasa del 49,28% que cuenta con un empleo adecuado, esto quiere decir que la apertura de establecimientos que ofrezcan plazas de trabajo aportarían a la tendencia de para la baja de empleo.

- Interés

Según el Banco Central del Ecuador la tasa de interés activa vigente para el segmento productivo Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) se encuentra en un máximo de 11,83% como tasa máxima y del 10,21% en el producto empresarial. Estas tasas permiten proyectar la capacidad de endeudamiento que se podría obtener en caso de un crédito PYMES que se adquiriera en la banca privada o gubernamental como la CFN que permite un crédito de hasta USD \$200.000 con un interés de 9,75% a 11,7%. Esto es una ventaja al momento de iniciar un emprendimiento como el que se quiere llevar a cabo para tener un capital inicial a un interés adecuado que no afecte a los inversionistas.

### Gráfico N.- 31

#### Tasas de Interés

Tasas de Interés			
Marzo 2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.31	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.43	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.17	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.94	Consumo	16.30
Vivienda	10.61	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.22	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.02	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.21	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

#### 2.7.1.3. Factores Sociales

Los factores sociales que son importantes para la investigación se determinan mediante datos adquiridos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

- **Población**

Según datos del censo del 2010 realizado por el INEC Pichincha cuenta con una población de 2.576,787 siendo la mayor concentración de esta en el DMQ, y la AZ Eugenio Espejo con la mayor cantidad de habitantes con un total de 406.029. En cuanto a las edades de las personas de la AZ dicha el porcentaje mayor de personas se ubica entre los 20 y 40 años representando un 34,07% del total de habitantes y el 52,4% representan a mujeres. La población es básicamente urbana con un 91,5% de esta que habita en los sectores determinados por la AZ.

- **Actividades en tiempo libre**

Según un informe del INEC, ¿En qué utilizamos el tiempo los ecuatorianos? Para el año 2012 el porcentaje de horas promedio a la semana que se utiliza para realizar deporte disminuyó a comparación del año 2010 siendo de un 4,24% a diferencia del 2010 de un 4,63%. De acuerdo a los datos adultos jóvenes entre 20 y 29 años dedican 4, 10 horas diarias a la realización de deporte y adultos medios entre 30 y 44 dedican 3,99 horas diarias. A pesar de la disminución para el 2015 se ha visto un incremento alto de realización de deporte, un ejemplo claro es la asistencia de casi 60.000 personas que cada domingo utilizan el Ciclopaseo en Quito.<sup>8</sup>

- **Establecimientos económicos**

En cuanto al tamaño de las empresas localizadas en la AZ Eugenio Espejo según el INEC las que predominan son las microempresas con un total de 23.836 establecimientos representando el 88% considerando como micros a aquellas empresas que cuentan hasta con 9 empleados y en el caso de ingresos de hasta \$100.000 predominan igual las micro empresas con un 79% del total de empresas.

---

<sup>8</sup>[http://www.saludvital.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=207:9ciclopaseo&catid=28:vidaactiva&Itemid=65](http://www.saludvital.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=207:9ciclopaseo&catid=28:vidaactiva&Itemid=65)

**Tabla N.-36**

**Número de establecimientos por tamaños y ramas de actividad económica (tamaño medio en base al empleo)**

ESTABLECIMIENTOS POR SECTORES ECONÓMICOS	EUGENIO ESPEJO			
	TAMAÑO POR EMPLEO			
	MICRO	PEQ	MEDIANA	GRANDE
<b>Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.</b>	9.928	736	112	24
<b>Actividades de alojamiento y servicio de comidas.</b>	2.987	262	27	13
<b>Otras actividades de servicio</b>	2.504	123	17	3
<b>Industrias manufactureras</b>	2.122	209	47	11

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Soledad Galarza

#### *2.7.1.4. Factores Tecnológicos*

La tecnología es uno de los factores importantes dentro del ámbito social y económico de un país y es su carácter comercial el que hace de este esencial para la creación de nuevos emprendimientos. El Ecuador para el 2014 mejoró su posición en el Índice de Disponibilidad Tecnológica ocupando el puesto 82 de 144 países.<sup>9</sup>

Tanto los productos tecnológicos como hardware y software permiten facilitar procesos y hacer más sencilla y atractiva la creación de una empresa. Es así que es necesaria la utilización de internet y redes sociales así como una página web para poder dar a conocer el negocio y utilizar elementos de última tecnología como computadoras, impresoras, internet inalámbrico y software para restaurantes para ofrecer la mejor atención a los posibles clientes.

#### *2.7.1.5. Factores Ambientales*

Hoy en día los factores ambientales son altamente considerados al momento de creación de empresas ya que este debe ser amigable con el ambiente y adecuado

---

<sup>9</sup> <http://www.elcomercio.com.ec/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>

para dicho objetivo. Según la encuesta realizada por el INEC en el 2012 el porcentaje de empresas que cuentan con licencia ambiental incremento del 12% en el 2010 al 17% en el 2012 y el total de gasto ambiental una suma de \$165.624 en y de \$ 12.692 en inversión ambiental para el 2012.

Según esto se puede observar que el gasto y la inversión de las empresas en Ecuador hacia actividades de protección ambiental han incrementado, esto se da por la importancia de cuidar el medio ambiente del último siglo. En cuanto al porcentaje de empresas con licencia ambiental de acuerdo a la actividad económica el 18% representan a las Actividades de Alojamiento y Servicios de comidas.

## **2.7.2. Análisis del Micro entorno**

### *2.7.2.1. Competencia*

Actualmente en la ciudad de Quito la oferta es variada y al alcance de todos. Se realizó un estudio global dentro de la capital para buscar las cafeterías con las mismas características que ofrecerá el negocio, como resultado se encontró que no existe un establecimiento que brinde todos los servicios que se ofertarán en el presente proyecto, si bien se encuentra restaurantes y cafeterías temáticas deportivas solo se encontró un establecimiento que cuenta con la temática de ciclismo: La Cleta.

Mediante un estudio de campo y una entrevista con José Solís co propietario de este establecimiento se buscó información para determinar si este negocio representa una competencia directa y se encontraron las siguientes características.

**Tabla N.-37**

**Competencia Directa**

	<b>LA CLETA</b>
<b>Ubicación</b>	Calle Lugo N24-250 y Guipuzcóa, Quito
<b>Capacidad Instalada</b>	50 Pax
<b>Temática</b>	Ciclismo
<b>Servicios</b>	Restaurante, Bar, Cafetería
<b>Productos</b>	Venta de pizzas, spaghettis, sánduches, picadas, lasaña, postres, bebidas frías y calientes, vino, vino hervido, chocolates, jugos canelazo, cafés y cerveza artesanal.
<b>Producto Estrella</b>	Pizza
<b>Precios</b>	Oscilan entre \$ 5 - \$15 dólares
<b>Servicios adicionales</b>	Parqueaderos para bicicletas, descuentos del 10% para personas que llegan en bicicleta, música en vivo en eventos especiales, apoyo a campañas sobre bicicleta y exhibiciones.
<b>Mercado</b>	Ciclistas y personas jóvenes adultas con gusto por la pizza
<b>Horario de atención</b>	Lunes a Jueves 11h00 - 23h00 Viernes 11h00 - 24h00 Sábado 11h00 - 24h00

Fuente: Estudio de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

Según la entrevista realizada se determinó que la temática que tiene el establecimiento sobre ciclismo es la característica que marca la diferenciación frente a otras cafeterías y bares en la ciudad. Si bien el proyecto en cuenta a productos y temática tiene similitudes, La Cleta no cuenta con los servicios complementarios que ofrece el Café Vélo como se ha dicho antes la nutrición para ciclistas, tienda y taller para bicicletas y es esto lo que representará el valor agregado del proyecto y permitirá fijar precios.

De la misma manera se encuentra competencia directa e indirecta, se determinó como competencia directa aquellas establecimientos con denominación de cafeterías ya

que se ofrecen los mismos productos aun así no se enfoca al mismo mercado meta que el de Café Vélo, por otro lado la competencia indirecta si bien no ofrece los mismo productos se enfocan en un temática deportiva la cual representa la satisfacción de una necesidad y la transmisión de eventos deportivos es el plus que busca el mercado meta determinando los siguientes establecimiento como competencia.

**Tabla N.-38**

**Competencia Directa e Indirecta.**

<b>RESTAURANTES TEMÁTICA DEPORTIVA</b>				
	<b>Nombre</b>	<b>Localización</b>	<b>Productos</b>	<b>Precio PM</b>
<b>COMPETENCIA INDIRECTA</b>	Sports Planet Bar Restaurant	Av. América y Naciones Unidas	Ensaladas, tacos, sopas, paninis, wraps, sándwiches, hamburguesas, platos fuertes, bebidas, cocteles, cervezas	\$ 9,00
	Chacal Sport	Isla Floreana NE4-22 y Av. Amazonas	Picaditas, sánduches, ensaladas, platos fuertes, portres, cafés, bebidas, vinos, cervezas, cocteles y bebidas alcohólicas	\$ 7,00
	Los Choris	Av. Gonzáles Suárez N27-189 y Muros	Choripanes, sánduches, platos fuertes, hamburguesas, ensaladas, postres, picadas, bebidas, cervezas y cocteles	\$ 8,00
<b>CAFETERÍAS</b>				
	<b>Nombre</b>	<b>Localización</b>	<b>Productos</b>	<b>Precio Promedio</b>
<b>COMPETENCIA DIRECTA</b>	Sweet and Coffee	Amazonas y	Cafés, shakes, té, postres y bebidas.	\$ 6,00
	Juan Valdez	Mariscal Foch y Joaquín Pinto	Cafés, cafés especiales, té, chocolates, bebidas frías y postres	\$ 6,00
	Omi	Amazonas N31-219 y Mariana de Jesús	Cafés, cafés especiales, té, chocolates, bebidas, picadas, sandwiches, ensaladas, postres, cocteles y vinos	\$ 10,00
	Coffee Tree	Reina Victoria y Foch	Cafés, té, chocolates, bebidas, picadas, sandwiches, ensaladas, postres.	\$ 9,00

Fuente: Estudio de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

*2.7.2.2. Proveedores*

Para los activo de la empresa como muebles, tecnología, alimentos y productos complementarios ofrecidos en el establecimiento se ha elegido proveedores con

experiencia en el mercado, que ofrezcan productos y servicios de calidad y que cumpla con las normas, tiempo de entrega y leyes establecidas (presentación proformas ver anexos).

- **Supermaxi y Santa María**

Por la facilidad de adquisición y localización mediante estos supermercados se adquirirán diferentes productos diarios para la producción como artículos desechables, leche, productos cárnicos entre otros.

- **Ecuador Bottling Company (EBC)**

Distribuidor de bebidas gaseosas como Coca Cola, Sprite, Fanta, Fioravanti y Nestea.

- **Colineal, Fadel y Ferrisariato**

Proveedores de los muebles y accesorios para cocina y cafetería en general.

- **Vitrinas Buenaño y 8a Importaciones**

Proveedores de maquinaria en cocina y taller en general.

- **Practisis S.A., Direc TV, CNT y Health Quest**

Proveedor de Fast Food Manager un software de Practisis para el manejo de la cafetería, Direct TV para televisión digital, CNT para la contratación de internet y Health Quest para la purificación de agua.

- **D DINO Importaciones**

Encargado de ser el proveedor de maquinaria y herramientas para el taller de bicicletas, así como de las bicicletas exhibidas en el local.

### *2.7.2.3. Clientes*

El proyecto a presentar ofrecerá a los clientes productos de calidad y un conjunto de servicios personalizados. El poder de negociación de los consumidores es limitado ya que las características antes mencionadas sobre el negocio representan una idea atractiva y diferente para la ciudad y de esta manera los consumidores no representan una amenaza al momento de implementar costos a los productos.

Si bien los productos de alimentos y bebidas que se ofrecerán en el establecimiento no difieren en alto porcentaje al de los de la competencia son los servicios complementarios que se ofrece que permitirán atraer la atención de los consumidores, la existencia de alimentos frescos y elaborados en el lugar, de cafés, bebidas tradicionales y cervezas artesanales, un servicios de tienda y taller para bicicletas y promociones así como eventos como pedaleadas, talleres y transmisión de carreras ciclísticas importantes son los atractivos principales que la cafetería contará.

### **2.7.3. Priorización y Evaluación de Factores Externos**

#### *2.7.3.1. Resumen de factores externos*

##### 1) Oportunidades

- O1: Tasa de interés se mantiene para el 2015
- O2: La tasa de inflación al alza.
- O3: Generación de empleo.
- O4: Apoyo a la economía del país.
- O5: Nuevas oportunidades para las PYMES.
- O6: La competencia directa no tiene todos los servicios que ofrece el proyecto.
- O7: Ubicación privilegiada.
- O8: Mayor tiempo utilizado por los ecuatorianos para realiza deporte.
- O9: Utilización de medios publicitarios actualizados.
- O10: Precios competitivos.
- O11: Variedad de proveedores.
- O12: Clientes ciclistas buscando satisfacer necesidades.
- O13: Proyecto innovador no existente en la ciudad
- O14: Amigable con el ambiente.

##### 2) Amenazas

- A1: Alza de precios por aranceles
- A2: Demora de importaciones
- A3: Alta cantidad de microempresas de alimentos y bebidas.
- A4: Altos costos en maquinaria para cocina y taller.
- A5: Existencia de un establecimiento de restauración con temática de ciclismo.
- A6: Gran cantidad de trámites para la creación de una empresa.
- A7: Los altos aranceles impuestos a las bicicletas puede reducir la cantidad de ciclistas en la ciudad y afectar al negocio.
- A8: Aranceles impuestos a alimentos.

2.7.3.2. Matriz de priorización

Tabla N.- 39

FACTOR CRÍTICO DE EXITO	O	A	ALTO	MEDIO	BAJO
<b>Macro entorno</b>					
<b>Económico</b>					
Tasa de interés se mantiene para el 2015	x				x
La tasa de inflación se mantiene.	x			x	
Generación de empleo.	x			x	
Demora de importaciones		x			
Apoyo a la economía del país.	x			x	
Altos costos en maquinaria para cocina y taller.		x	x		
Aranceles impuestos a alimentos		x	x		
Nuevas oportunidades para las PYMES.	x			x	
<b>Social</b>					
Ubicación privilegiada.	x		x		
Alta cantidad de microempresas de alimentos y bebidas.		x	x		
Mayor tiempo utilizado por los ecuatorianos para realiza deporte.	x			x	
<b>Político</b>					
Alza de precios por aranceles		x	x		
Gran cantidad de trámites para la creación de una empresa.		x			x
Los altos aranceles impuestos a las bicicletas pueden reducir la cantidad de ciclistas en la ciudad y afectar al negocio.		x	x		
<b>Tecnológicos</b>					
Utilización de medios publicitarios actualizados.	x			x	
<b>Ambientales</b>					
Amigable con el ambiente	x		x		
<b>Micro entorno</b>					
<b>Competencia</b>					
La competencia directa no tiene todos los servicios que ofrece el proyecto.	x				
Existencia de un establecimiento enfocado al mismo mercado		x		x	
Proyecto innovador no existente en la ciudad	x		x		
Precios competitivos.	x			x	
<b>Proveedores</b>					
Variedad de proveedores.	x			x	
<b>Clientes</b>					
Clientes ciclistas buscando satisfacer necesidades.	x		x		

Elaborado por: Soledad Galarza

2.7.3.3. Relación Matriz de Priorización

**Tabla N.- 40**  
**Oportunidades**

O	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	O14	TOTAL
O1	X	4	3	4	3	5	3	3	1	1	1	1	2	2	33
O2	1	X	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	5	2	21
O3	3	2	X	1	3	3	2	5	4	1	3	1	2	2	31
O4	4	3	2	X	1	4	5	5	4	1	1	1	2	4	37
O5	4	4	3	5	X	4	1	1	1	1	1	3	3	1	31
O6	1	1	1	2	5	X	4	1	4	5	1	3	3	5	36
O7	1	1	1	2	1	1	X	1	5	2	2	1	3	3	24
O8	1	1	2	3	3	3	1	X	2	5	1	1	2	2	27
O9	1	2	4	3	3	3	4	5	X	1	1	4	3	4	38
O10	3	4	2	2	3	2	3	4	5	X	1	5	2	5	41
O11	1	2	1	3	1	1	2	2	2	4	X	3	5	5	32
O12	1	1	1	1	2	2	2	3	4	5	3	X	4	5	34
O13	4	3	3	5	3	3	5	2	5	2	5	5	X	4	49
O14	1	2	1	1	2	2	1	3	5	4	3	3	4	X	32

Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.- 41**  
**Amenazas**

AZ	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	TOTAL
A1	X	4	1	5	5	4	4	2	25
A2	3	X	1	2	1	3	4	1	15
A3	2	1	X	3	1	3	1	5	16
A4	5	4	3	X	3	2	1	1	19
A5	5	1	1	1	X	1	1	4	14
A6	1	1	5	2	4	X	4	1	18
A7	5	5	1	1	1	1	X	3	17
A8	1	1	5	3	1	1	1	X	13

Elaborado por: Soledad Galarza

2.7.3.4.Evaluación

Tabla N.- 42

No.	FACTOR CRÍTICO DE EXITO	PES O	CAL IFIC ACI ÓN	RP
<b>OPORTUNIDADES</b>				
<b>O13</b>	Proyecto innovador no existente en la ciudad	0,1	1	0,1
<b>O10</b>	Precios competitivos.	0,08	2	0,16
<b>O9</b>	Utilización de medios publicitarios actualizados.	0,07	3	0,21
<b>O4</b>	Apoyo a la economía del país.	0,06	3	0,18
<b>O6</b>	La competencia directa no tiene todos los servicios que ofrece el proyecto.	0,09	1	0,09
<b>O12</b>	Clientes ciclistas buscando satisfacer necesidades.	0,1	2	0,2
<b>AMENAZAS</b>				
<b>A1</b>	Alza de precios por aranceles	0,09	2	0,18
<b>A4</b>	Altos costos en maquinaria para cocina y taller.	0,1	1	0,1
<b>A6</b>	Gran cantidad de trámites para la creación de una empresa.	0,08	3	0,24
<b>A7</b>	Los altos aranceles impuestos a las bicicletas pueden reducir la cantidad de ciclistas en la ciudad y afectar al negocio.	0,07	4	0,28
<b>A3</b>	Alta cantidad de microempresas de alimentos y bebidas.	0,1	2	0,2
<b>A2</b>	Demora de importaciones	0,06	4	0,24
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>28</b>	<b>2,18</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

La matriz de Evaluación de Factores Críticos de Éxito Externos permitió evaluar la información crítica política, económica, social, tecnológica y ambiental que afectaría

a la compañía. Los pesos ponderados de los factores clave se obtuvieron a partir de un análisis de cada uno de los factores en cuanto a relación con la empresa.

Según la materia de Sistema de Gestión el valor ponderado más alto posible para una empresa es de 4.0, lo que indica una respuesta sorprendente frente a los factores externos que la rodean y el más bajo es 1,0 representando que la empresa no podría aprovechar las oportunidades ni evitar las amenazas hacia la misma.

En ese caso el establecimiento obtuvo un valor de 2,18 por debajo de la media que es 2,5, lo que representa que la empresa en el transcurso de su operación debe implementar estrategias para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

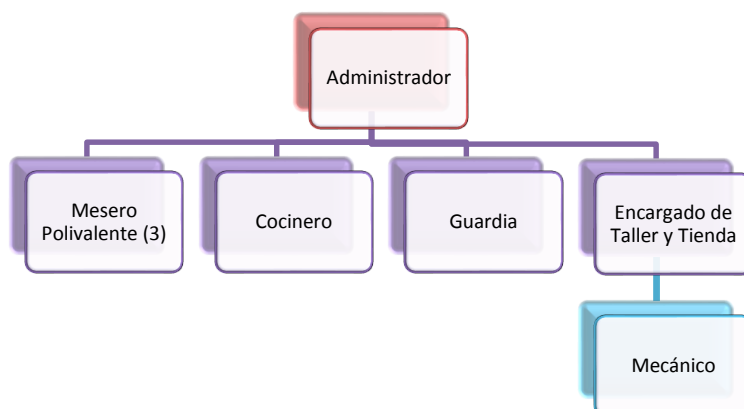
## 2.8. Estructura Organizacional de la Compañía

Toda organización necesita un cuerpo óseo que define como están cimentadas y ordenadas las unidades administrativas de esta, es decir refiere a la manera en que están divididas, agrupadas y coordinadas las actividades de la empresa.

### 2.8.1. Organigrama estructural

El organigrama se diseñó de manera sencilla y práctica ya que el tamaño de la cafetería no es tan amplio se tomó en cuenta las funciones principales que se realizará en esta. La empresa al no contar con departamentos, permitió hacer un organigrama en base a la división de las funciones.

**Gráfico N.-32**  
**Organigrama Estructural**



Elaborado por: Soledad Galarza

## 2.8.2. Descripción de Puestos de Trabajo

La descripción de puestos de trabajo nos permite conocer las funciones específicas de cada uno de los puestos así como los requerimientos y habilidades de las mismas.

**Tabla N.-43**  
**Descripción Funciones Administrador**

<b>CARGO</b> ADMINISTRADOR
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b> Atender de manera continua y directa la administración de la cafetería en todas áreas como un sistema generando la mayor productividad en su equipo de trabajo y utilizando los recursos necesarios.
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar el presupuesto de ingresos y egresos en coordinación con el contador y los administradores de cafetería y taller.</li><li>• Elaborar planes de acción del área de cafetería y de taller.</li><li>• Diseñar el plan de Marketing estrategias de penetración de mercado mensual..</li><li>• Planear todo lo relativo a tarifas y precios de cada área.</li><li>• Contratación de personal para cafetería y taller.</li><li>• Diseñar y ejecutar capacitaciones mensuales.</li><li>• Portar apoyo en el área de alimentos y bebidas y la tienda en todo momento.</li><li>• Solucionar los problemas y quejas de clientes.</li><li>• Administrar el área de ingreso de productos y relación con proveedores.</li><li>• Responsable de pago de responsabilidades legales y a proveedores.</li><li>• Realizar los roles de pagos y pagar puntualmente a los colaboradores de la cafetería.</li><li>• Realizar proyecciones y balances mensualmente.</li></ul>
<b>REQUISITOS</b>
Disponibilidad de tiempo completo y manejo de idioma inglés en un 90%
<b>FORMACIÓN</b>
Título universitario de Administración de empresas hoteleras.
<b>EXPERIENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia mínima de 2 años en negocios afines</li><li>• Conocimientos de contabilidad, administración y manejo de Alimentos y Bebidas</li></ul>
<b>HABILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Solución de conflictos</li><li>• Liderazgo de equipos de trabajo</li></ul>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.-44**

**Descripción Funciones Encargado Taller y Tienda**

<b>CARGO</b> ENCARGADO TALLER Y TIENDA
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  Administrar el área de taller y la tienda de implementos de ciclismo para generar mediante ventas y un servicios de calidad y personalizado una alta rentabilidad y darse a conocer en el gremio del ciclismo.
<b>FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar el presupuesto de ingresos y egresos en cuanto a productos de ciclismo como de mantenimientos de las bicicletas.</li><li>• Realizar un informe sobre el movimiento del área y los requerimientos de la misma.</li><li>• Mantener un cronograma en cuanto a mantenimiento de bicicletas.</li><li>• Asegurarse del cuidado de las bicicletas de los clientes.</li><li>• Encargado del control de realización de trabajo de mecánicos y vendedor de tienda.</li><li>• Conocer y aportar conocimiento así como realizar cada una de las labores de la mecánica.</li><li>• Realizar informe sobre adquisición de stock y materiales de trabajo mensual.</li></ul>
<b>REQUISITOS</b> Disponibilidad de tiempo completo
<b>FORMACIÓN</b> Estudio relacionados a administración o mecánica y conocimiento de mecánica de bicicletas y componentes y productos relacionados a las mismas.
<b>EXPERIENCIA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia mínima de 2 años en talleres de bicicletas.</li><li>• Conocimientos en manejo de personal, administración básica y sobre bicicletas.</li></ul>
<b>HABILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Orden y organización</li></ul>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.-45**  
**Descripción Funciones Mesero Polivalente**

<b>CARGO</b> MESERO POLIVALENTE
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  Brindar un servicio personalizado y de calidad a los clientes utilizando los recursos disponibles del establecimiento y los conocimientos impartidos sobre el mismo para generar una imagen única del lugar.
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar los pedidos de los comensales mediante comanda.</li> <li>• Atender con cordialidad a los comensales</li> <li>• Manejo de caja.</li> <li>• Conocer la carta y presentar sugerencias a los comensales.</li> <li>• Informar al administrador encargado del área de cualquier irregularidad o novedad..</li> <li>• Informar al administrado encargado sobre requisición de productos.</li> <li>• Mantener mesas, barra y establecimiento en general en orden y limpios</li> <li>• Dar apoyo en la barra y en cocina de ser necesario.</li> <li>• Utilizar correctamente el uniforme y guiarse por las políticas del establecimiento.</li> <li>• Cierre diario de caja para presentar al siguiente turno.</li> <li>• Aportar en el área de cocina y realizar la “puesta a punto” de todos los alimentos previa elaboración del producto final.</li> <li>• Apoyo en la venta de mercadería a consignación.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>
Conocimientos de servicio al cliente, manejo de inglés en 70%, conocimientos económicos y una apariencia impecable.
<b>FORMACIÓN</b>
Haber obtenido un bachillerato o cursando estudios en administración hotelera.
<b>EXPERIENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cafeterías y afines</li> </ul>
<b>HABILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden y organización</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Rapidez</li> <li>• Paciencia</li> </ul>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.-46**

**Descripción Funciones Cocinero**

<b>CARGO</b> COCINERO
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  Elaborar productos de calidad con productos frescos para dar a conocer la cafetería como un espacio de servicios de alimentos y bebidas con altos estándares de calidad y así atraer comensales.
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejo eventual de inventarios</li><li>• Presentar cada dos meses platos innovadores.</li><li>• Recibir comandas y efectuarlas con rapidez y eficiencia.</li><li>• Entregar mensualmente informes de desempeño de cocina.</li><li>• Elaborar inventario de stock semanal</li><li>• Conocer la carta</li></ul>
<b>REQUISITOS</b>
Conocimientos de gastronomía, servicio al cliente y disponibilidad tiempo completo.
<b>FORMACIÓN</b>
Haber obtenido título en estudios de administración hotelera o gastronomía.
<b>EXPERIENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia mínima de 2 año en cafeterías y afines</li></ul>
<b>HABILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Orden y organización</li><li>• Puntualidad</li><li>• Rapidez</li><li>• Trabajo en equipo</li></ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.-47**

**Descripción Funciones Guardia**

<b>CARGO</b> <b>GUARDIA</b>
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  Cerciorarse de la seguridad de los comensales y del establecimiento en general para ofrecer un servicio seguro en todo momento.
<b>FUNCIONES</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Velar por la integridad de la empresa.</li><li>• Dar la bienvenida a los comensales.</li><li>• Ayudar en el parqueo de vehículos</li><li>• Resguardar los productos a ofertar en el establecimiento: productos de ciclismo, decoración y bicicletas.</li><li>• Cerciorarse de la seguridad en el parqueadero para bicicletas.</li><li>• Cuidar que no existan robos por parte de empleados y comensales.</li><li>• Informar cualquier novedad al Administrador encargado de la cafetería.</li><li>• Ayudar con el registro de entrada y salida de empleados al establecimiento en horario laborables.</li></ul>
<b>REQUISITOS</b>  Conocimientos en el ámbito de seguridad, manejo del idioma inglés en un 30% y sobre el mercado del ciclismo.
<b>FORMACIÓN</b>  Bachillero o estudios superiores.
<b>EXPERIENCIA</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia mínima de 2 años en seguridad de establecimientos como cafeterías y afines.</li></ul>
<b>HABILIDADES</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Puntualidad</li><li>• Presencia intachable</li></ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.-48**

**Descripción Funciones Mecánico**

<b>CARGO MECÁNICO</b>
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  Realizar mantenimientos de las bicicletas de los clientes en el taller siguiendo los procedimientos adecuados y con un servicio óptimo para que el taller sea proactivo y reconocido.
<b>FUNCIONES</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Cerciorarse del correcto funcionamiento de las bicicletas después de un mantenimiento.</li><li>• Mantener el área de taller en óptimas condiciones.</li><li>• Utilizar adecuadamente las herramientas y productos de trabajo.</li><li>• Seguir las instrucciones del Encargado de taller y tienda.</li><li>• Ayudar a los clientes con el traslado de las bicicletas fuera del establecimiento y hacia los vehículos.</li></ul>
<b>REQUISITOS</b>  Conocimientos en mecánica de bicicletas y sobre el mercado del ciclismo.
<b>FORMACIÓN</b>  Bachillero o estudios superiores.
<b>EXPERIENCIA</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia mínima de 2 años en talleres para bicicletas.</li></ul>
<b>HABILIDADES</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Orden y organización</li><li>• Puntualidad</li><li>• Rapidez</li><li>• Trabajo bajo presión</li></ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soledad Galarza

## **2.9. Estudio Legal**

Para poner en marcha una empresa en el Ecuador se requieren seguir ciertos pasos los cuales desde el año 2014 se han simplificado y han logrado reducir el tiempo de realización.

Como primer paso se encuentra el registro de marca oficial en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual). Para realización de dicho registro es necesario conocer los valores otorgados por un suplemento a la Ley de Propiedad Intelectual en el Registro Oficial N°326 en el cual se determina que:

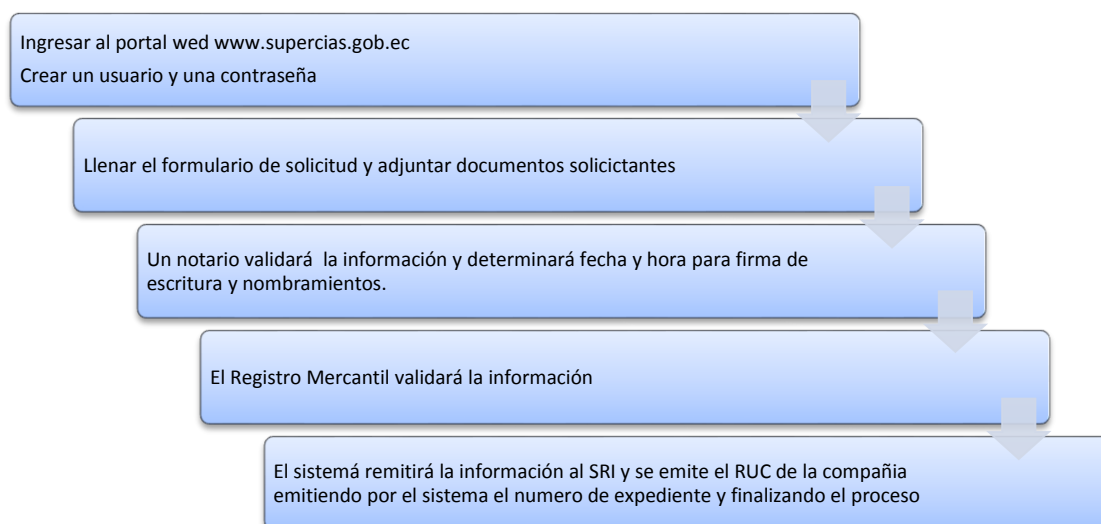
**Tabla N.-49**  
**Propiedad Industrial Tasas por Servicios**

Trámites de solicitudes de registro de inscripción o concesión de derechos de marca	\$208,00
Trámites de solicitudes de registro de inscripción o concesión de derechos de nombre	\$208,00
Trámites de solicitudes de registro de inscripción o concesión de derechos de lema	\$208,00

Fuente: Registro Oficial Suplemento N°326  
Elaborado por: Soledad Galarza

Como segundo lugar se debe constituir la compañía mediante un trámite a realizar en internet por medio de la Superintendencia de Compañías, que es la entidad encargada de la constitución de una empresa sean cual sea su razón social, para esto se seguirán una serie de pasos detallados a continuación:

**Gráfico N.-33**  
**Constitución de Compañías Superintendencia de Compañías**



Fuente: El Telégrafo  
Elaborado por: Soledad Galarza

Posterior a esto es necesario conseguir algunos requisitos para adquirir permisos de funcionamiento de la cafetería teniendo los siguientes:

1) Patente Municipal

Están obligadas al pago del impuesto a la patente personas naturales o jurídicas que ejerzan permanentes actividades comerciales, industriales, profesionales, etc. Para obtención de la patente por primera vez es necesario presentar en la AZ correspondiente lo siguiente:

- El formulario de inscripción de la patente (descargar de [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec))
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de cédula y papeleta de votación, correo electrónico del representante legal.
- Copia de la Escritura de la Constitución
- Copia de licencia de conducir.

Posterior a esto solicitar vía web la clave electrónica para la Declaración de patente en línea y el trámite se completa. El tiempo límite de pago se realizará de acuerdo al noveno dígito del RUC. En cuanto a la tarifa a pagar según la Ordenanza Metropolitana 135 el impuesto de Patente se calculará aplicando al monto de capital la siguiente tabla:

**Tabla N.- 50**  
**Base Imponible y Tarifa**

DESDE	HASTA	SOBRE FRACCIÓN	
		BASICA	EXCEDENTE
0	USD \$10.000,00		1%
USD \$10.000,00	USD \$20.000,00	USD \$100,00	1,2%
USD \$20.000,00	USD \$30.000,00	USD \$220,00	1,4%
USD \$30.000,00	USD \$40.000,00	USD \$360,00	1,6%
USD \$40.000,00	USD \$50.000,00	USD \$520,00	1,8%
USD \$50.000,00	En adelante	USD \$700,00	2%

Fuente: Ordenanza Metropolitana 0135  
Elaborado por: Soledad Galarza

## 2) Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Determinado como un número de identificación para sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador. Para tal se necesita:

- Acceder a [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec) y descargar el Formulario 01A y llenarlo completamente
- Copia del registro oficial en el cual consta la creación de la entidad.
- Entregar copia del nombramiento del agente de retención de la entidad.
- Presentar copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Copia del documento que señala a la sociedad como ente contable con fecha de constitución e inicio de actividades.

## 3) Certificado de Medio Ambiente

Con el fin de proteger el medio ambiente la Secretaría del Ambiente requiere un la certificado por GPA (Guías de Prácticas Ambientales) con los siguientes pasos:

- Registrar el establecimiento completando el formulario adquirido en la Secretaria de Ambiente, adjuntando la copia del RUC y clave catastral, para adquirir la ORDEN DE PAGO.
- Permitir la inspección por parte de un delegado de la Secretaria de Ambiente.
- Cancelar el valor de la ORDEN DE PAGO y adquirir el COMPROBANTE DE COBRO.
- Presentar en la Secretaría del Ambiente el Informe Técnico Favorable entregado por el técnico de la Entidad de Seguimiento de inspección junto con el comprobante de cobro.

## 4) Informe de Regulación Metropolitana

Informe el cual consta n los datos de la clasificación del suelo , ocupación, edificabilidad, etc y que será requerido en caso de modificación de estructura. Para este se necesita:

- Llenar el formulario de IRM encontrado en [www.serviciosciudadanos.quito.gob.ec](http://www.serviciosciudadanos.quito.gob.ec)
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial.
- Localización exacta del predio en una carta cartográfica del IGM.
- Copia de los planos aprobados por el municipio.

#### 5) Licencia de Trabajos Varios

Documento que permite la adecuación en establecimientos en cuanto a excavaciones, ampliaciones y diferentes modificaciones. Para este se necesita el formulario prescrito por el propietario solicitando la licencia de trabajos varios, tener el IRM, copia del pago de impuesto predial y una descripción de los trabajos a realizarse.

#### 6) Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

Este documento es el único que permite que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autorice al titular del establecimiento el ejercicio de actividades económicas dentro del distrito. Para este se necesita:

- Llenar el formulario de LUAE ([www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)) imprimirlo y firmarlo.
- Entregar el formulario en una la Administración Zonal más cercana junto con la copia de la cedula, papeleta de votación, copia RUC y autorización del dueño del predio para colocar rótulo.
- Se definirá categoría y valor a cancelar, realizar el pago.
- Mostrar el comprobante de pago en la AZ y planificar las inspecciones correspondientes en cuanto a bomberos, ambientales, salud, y turismo.
- Luego de las inspecciones se notificará el momento de retirar el LUAE.

#### 7) Registro Turístico y LUAF

Es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales o jurídicas que realicen actividades turísticas y que se pagara anualmente. Los establecimientos de Alimentos y Bebidas requieren este registro y el procedimiento de obtención es:

- Copia del certificado de la constitución de la compañía.
- Copia del nombramiento del representante en el Registro Mercantil.
- Copia del trapito de ingreso para para la obtención de la LUAE en cualquier AZ
- Copia a color de cédula y papeleta de votación de representante legal.
- Copia a color del RUC.
- Copia de resultado de búsqueda fonética emitida por el IEPI.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipo del establecimiento (original y copia).
- Original y dos copias del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL.
- Cancelar el valor de Registro Turístico y del valor de la Tasa de Turismo de acuerdo al establecimiento. En este caso por ser cafetería se determina según el MINTUR:

Los establecimientos de Alimentos y Bebidas pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado por cada categoría para 30 y multiplicarlo por el número total de mesas de cada establecimiento, hasta un máximo del valor fijado en cada categoría.

**Tabla N.-51**

**Tabla de Cobros: Registro**

RESTAURANTES Y CAFETERÍAS	POR MESA	MÁXIMO
<b>Lujo</b>	\$13,37	\$401,20
<b>Primera</b>	\$11,01	\$330,40
<b>Segunda</b>	\$8,65	\$259,60
<b>Tercera</b>	\$5,90	\$177,00
<b>Cuarta</b>	\$4,72	\$141,60

Fuente: MINTUR  
Elaborado por: Soledad Galarza

De igual manera es necesaria la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) para la cual es necesario seguir los siguientes requerimientos:

- Copia y original del pago del impuesto predial.
- Lista de precios de los servicios ofertados.

- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipo del establecimiento (original y copia).
- Original y dos copias del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL.
- Pago por concepto de LUAF, según la Ordenanza Municipal N° 276 Capítulo XI, Sección 2, Art. 10 Cuantía, Numeral N°2 las tasas son:

**Tabla N.-52**  
**Tasas por LUAF**

RESTAURANTES Y CAFETERÍAS	POR MESA	MÁXIMO
<b>Lujo</b>	\$25,00	\$870,00
<b>Primera</b>	\$19,00	\$665,00
<b>Segunda</b>	\$17,00	\$510,00
<b>Tercera</b>	\$10,00	\$300,00
<b>Cuarta</b>	\$9,00	\$270,00

Fuente: Ordenanza Municipal N°276  
Elaborado por: Soledad Galarza

## 8) Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

Según el Ministerio de Salud Pública todo establecimiento de expendio de alimentos y bebidas debe presentar estos requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Plano del local y croquis del mismo.
- Copia del RUC, de la Constitución, de cedula y papeleta de votación de representante legal.
- Copia certificada del título del representante legal.
- Copia del registro de título del profesional en el SENECYT.
- Copia notariada del representante técnico.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de turismo.
- Lista de equipos y menaje.
- Copia de permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificado y calificación del manejo de desechos.

De igual manera cada empleado debe tener un carnet de salud el cual se lo consigue de la siguiente manera:

- Exámenes médicos
- Copia a color de cédula de identidad y papeleta de votación.
- Posterior a esto dirigirse al Ministerio con una foto tipo carnety pagar USD 12 dólares.

## 9) Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es otorgado por el Cuerpo de Bomberos para el funcionamiento de todo local, por lo cual el dicho instituto solicita:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorables de la inspección.
- Copia del RUC de la compañía.

### **2.10. Evaluación ambiental**

La Evaluación Ambiental como principio, pretende mantener un equilibrio entre el desarrollo de las actividades humanas y el Medio Ambiente, lo cual no pretende retrasar el desarrollo sino ser un instrumento operativo que minimice el impacto que genera cualquier proyecto (Conesa, 2004).

En la actualidad al realizar un proyecto, es necesaria la Evaluación de Impacto Ambiental, según Conesa (2004) existen varias razones, entre estas:

- Evitar problemas ecológicos.
- Mejorar entorno y calidad de vida.
- Ayudan a perfeccionar el proyecto en cuestión.
- Lo exigen las disposiciones de vigor.
- Generan una mayor concientización social respecto al problema ecológico.
- Aumentan la demanda social como consecuencia de lo anterior.

### **2.10.1. Análisis de normas ambientales**

En el Ecuador encontramos reglamentos, leyes y normas que deben tomarse en cuenta al momento de la creación de un proyecto que tendrá un impacto en el medio ambiente. El ministerio del Ambiente en el 2002 desarrolla el Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental y sus normas técnicas, estos documentos se publicaron en el Registro Oficial 725 como parte del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente y para el 31 de Marzo del 2003 se la completo en la Edición Especial N°2.<sup>10</sup>

Este reglamento presenta las normas generales nacionales aplicables a la prevención y control de contaminación ambiental y de los impactos ambientales negativos de las actividades económicas. Entre las normas que son requeridas y tomadas en cuenta para este proyecto están:

- Libro VI – Título IV- Anexo 1: Norma de Calidad Ambiental y de Descarga de Efluentes: Recurso Agua.
- Libro VI – Título IV- Anexo 3: Norma de Emisiones de Aire desde Fuentes Físicas de Combustión.
- Libro VI – Título IV- Anexo 5: Límites Máximos Permisibles de Niveles de Ruido Ambiente para Fuentes Fijas y para Vibraciones.
- Libro VI – Título IV- Anexo 6: Norma de Calidad Ambiental para el Manejo y Disposición Final de Desechos Sólidos no Peligrosos.
- Libro VI – Título I: Sistema Único de Manejo Ambiental.

### **2.10.2. Análisis de posibles impactos ambientales**

Para determinar los lineamientos adicionales a seguir de los que se han explicado anteriormente para mitigar impactos ambientales se presenta a continuación un análisis de la cafetería-taller, a fin de tener una visión de las actividades operativas y sus efectos en el medio ambiente.

---

<sup>10</sup> [http://www.efficacitas.com/efficacitas\\_es/default2.php?siteid=32](http://www.efficacitas.com/efficacitas_es/default2.php?siteid=32)

**Tabla N.-53**

**Análisis posibles impactos ambientales de la cafetería-taller Café Vélo**

<b>ANÁLISIS DE CAFÉ VÉLO</b>		
<b>VARIABLES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>EFECTOS</b>
<b>Localización</b>	Establecimiento a ubicarse en el centro económico y financiero de Quito, ofertando un servicio de restauración temática.	Contribución adicional al ruido y a la contaminación visual por remodelaciones externas que se realizarán y uso de equipos de sonido en el establecimiento.
<b>Materias Primas Cocina</b>	Carnes, verduras, especias, frutas, harinas, aceites, granos y endulzantes.	Restos orgánicos e inorgánicos entre ellos cartones, papeles, vidrio, empaques desechables, desinfectantes, guantes, etc.
<b>Materiales de taller y tienda</b>	Aceites, grasas, luminarias, papel, cartón, material de repuesto obsoletos, partes de bicicletas obsoletas, utilización de agua y luz, aceites y productos de reparación, desinfectantes, empaques de productos y de bicicletas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo alto de energía y agua</li> <li>• Generación de residuos peligrosos</li> <li>• Generación de residuos voluminosos (cartones, mobiliario usado)</li> <li>• Generación de ruido</li> <li>• Generación de grasas en aguas residuales.</li> </ul>
<b>Materiales Oficina y Otros</b>	Papel, cartón, tinta, limpiadores, desinfectantes y jabón líquido.	Generación de residuos sanitarios, de residuos inorgánicos como cartón, papel y en cuanto a tinta y desinfectantes el guardarlos separado de los anteriores.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Soledad Galarza

**2.10.3. Evaluación ambiental del proyecto**

Con el objetivo de realizar una evaluación ambiental del proyecto a futuro se toman ciertas medidas para mitigar impactos ambientales y proteger el medio ambiente. Es así que con este propósito la Dirección Metropolitana Ambiental ha puesto a disposición las Guías de Prácticas Ambientales Sectoriales y Generales

como lineamientos básicos para las actividades productivas , ya sean estas de pequeña o mediana empresa a fin de:

- Reducir el consumo de agua y contaminación
- Facilitar la reutilización de residuos y generar menos.
- Reducir el consumo de energía.
- Reducir las emisiones atmosféricas, ruido y contaminación de suelo.

Por estos fines se utilizarán las guías para el proyecto y aportar así a un menor impacto ambiental y de tal forma estar preparados para las evaluaciones ambientales.

En primera instancia se adquirieron para el proyecto maquinaria y equipo que permitirá disminuir la contaminación ambiental teniendo:

- Trampas de grasa.- Utilizadas para separar grasas y solidos de aguas residuales en cocina y taller de bicicletas, tenerlas a punto y con mantenimiento.
- Extractores de olores.- Mantienen las áreas de cocina, cafetería, tienda y taller libre de olores y vapores, mantenimiento de los mismos o cambio si es necesario.
- Campanas para cocina.- Utilizada para eliminar los vapores, olores, humo y grasa en suspensión en aire.
- Contenedores de plástico.- Diferentes contenedores de colores para clasificar residuos cartón, papel, vidrio, plástico, tetra pak, desechos orgánicos y desechos peligrosos. Utilizar contenedor rojo para desecho inorgánico, amarillo para papel y cartón, verde para desechos orgánicos y café para vidrio, envases con aceite, lato y desechable.

Con el objetivo de apoyar la relación entre la producción y desarrollo de un proyecto con el cuidado del medio ambiente, se utilizarán los lineamientos importantes definidos en la Guía de Prácticas Ambientales para Comercio Básico: Restaurante, teniendo entre estos:

**Tabla N.- 54**

<b>ART. VI GUÍA DE PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA COMERCIO BÁSICO: RESTAURANTES-CAFETERÍAS</b>
<b>GESTIÓN DE RESIDUOS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Los residuos alimenticios, aceites y grasas deberán ser clasificados y almacenados temporalmente en recipientes.</li> <li>2) Los detergentes, limpiadores y productos químicos serán guardados adecuadamente y lejos del área de alimentos.</li> <li>3) Los recipientes para residuos deberán ser diferenciados con colores y fundas para ser vaciados regularmente en el horario establecido por la recolección municipal.</li> <li>4) Los residuos orgánicos se recogerán en recipientes plásticos alejados de los alimentos y del área de servicio.</li> <li>5) Los residuos inorgánicos se deben clasificar según su tipo en diferentes embaces.</li> <li>6) Los contaminantes de limpieza y mantenimiento de trampas de grasa deberán ser entregados a los gestores ambientales determinados.</li> </ol>
<b>EMISIONES A LA ATMÓSFERA Y RUIDO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Los equipos de sonido, parlantes, baterías de ventilación, amplificadores deberán estar aislados acústicamente para controlar las emisiones de ruido.</li> <li>2) Contar con campanas de extracción para el control de emisiones gaseosas.</li> <li>3) Los equipos deben tener calendario de mantenimiento.</li> </ol>

Fuente: Guías de Prácticas Ambientales Sectoriales y Generales  
Elaborado por: Soledad Galarza

De la misma manera tomando en cuenta los posibles impactos ambientales, se crean medidas para el uso racional de recursos:

Uso eficiente y racional de energía

- En verano utilizar el calor solar, abrir persianas en la mañana y en la noche cerrarlas para mantener el calor.

- Mantener las puertas de refrigeradores y congeladores siempre cerradas y utilizarlas solo cuando sea necesario.
- De manera posible desconectar los equipos que no se utilicen durante el cierre del local.
- Utilizar luces fluorescentes que las incandescentes ya que dan la misma cantidad y calidad de luz, duran más y ahorran un 30% en costos de iluminación.
- No precalentar el horno, aprovechar la cocción de varias cosas en el mismo.
- Mantenerse siempre pendiente de apagar las luces de las áreas que no estén siendo utilizadas.

#### Uso eficiente y racional del agua

- Estar pendientes de mantener los grifos cerrados en caso de no usar agua.
- Llenar botellas de plástico con arena y ponerlo en el tanque de cada inodoro para reducir el uso de agua en un 30%.
- Utilizar lavamanos con consumo no mayor a 2 litros.
- Establecer estándares de utilización de agua en la limpieza del local, mezcla con desinfectantes.

#### Métodos de manejo de residuos

**Tabla N.-55**  
**Métodos de Manejo de Residuos Sólidos**  
**MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS**

<b>MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS</b>	
<b>Reducción de basura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar ambos lados de hojas de papel.</li> <li>- Para limpieza de cocina tratar en lo posible paños reusables para evitar el gasto de papel de cocina.</li> <li>- Siempre preguntar a los clientes si desean funda para evitar desperdicio innecesario.</li> </ul>
<b>Reciclaje de Material Orgánico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar los restos orgánicos como abono para las plantas del local.</li> <li>- Utilizar siempre el contenedor y ubicarlo en el exterior del local de ser posible.</li> </ul>
<b>Reciclaje de Material Inorgánico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guardar el material líquido como grasa, desinfectantes, aceites en botellas adecuadamente y lejos de los alimentos.</li> <li>- Colocar diferentes contenedores de reciclaje de materiales como papel, cartón y plásticos en el local para el uso de los clientes.</li> </ul>

Fuente: Guías de Prácticas Ambientales Sectoriales y Generales  
Elaborado por: La Autora

Para poder realizar todos estos métodos es necesaria la capacitación constante a los colaboradores del local en cuanto a desechos peligrosos, desechos orgánicos y sus posibles utilidades, reciclaje adecuado de materiales y posibles usos así como las diferentes medidas y responsabilidades de los colaboradores para aportar a reducir el impacto ambiental, teniendo las siguientes asignaciones de responsabilidades:

- Gerente General.- Encargado de la capacitación continua a empleados y de verificar el cumplimiento de acciones por parte de todo el personal así como definir normas de producción y servicio para reducir desechos.
- Jefe de Cocina y Ayudante de Cocina.- Encargados de los clasificar desechos de cocina como de estar pendientes del adecuado funcionamiento de equipamiento dentro de la misma.
- Meseros y Guardia.- Encargados de mantener el establecimiento limpio y utilizar el reciclaje en todo momento, clasificar la basura y estar pendientes del uso adecuado de energía y agua en el área de servicio de A&B.
- Administrador de Cafetería y Encargado de Tienda y Taller.- Estar pendientes que los colaboradores a su cargo realicen las acciones ambientales correspondientes y crear normas para cada área en cuanto a manejo de residuos.
- Mecánicos y Ayudante de Tienda Polivalente.- Encargados de la limpieza y clasificación de basura y desperdicios en el taller y en cuanto a empaques de los productos de venta, así como responsables del manejo adecuado de agua y energía en el taller.

#### **2.10.4. Conclusiones evaluación ambiental**

- Es necesaria la realización de una Evaluación Ambiental al momento de la creación del proyecto y en transcurso del mismo, ya que evitar generar impactos ambientales amplios y aportamos a mejorar la calidad de vida, el bienestar y la salud de las personas.
- Es necesario realizar capacitación constante a los colaboradores para que estos conozcan las acciones a realizar por parte de cada uno en cuanto al cuidado ambiental.

- Generar una conciencia sobre el cuidado ambiental en los colaboradores de la empresa permite a la misma mostrar hacia sus clientes que este aspecto es tomado en cuenta en la misma y genera un plus para la compañía.
- Apoyando al cuidado del medio ambiente se genera un beneficio para la empresa en cuanto a publicidad, valores y ahorro económico.

## 2.11. Estudio Técnico Administrativo

### 2.11.1. Recursos Humanos

La cafetería para su funcionamiento y para lograr su objetivo de apoyar a la generación de empleo crea puestos de trabajo, a continuación se los detallas y los sueldos de cada uno.

**Tabla N.- 56**

ROL DE PAGOS GENERAL	
CARGO	TOTAL
ADMINISTRADOR	770,67
MESERO 1	434,88
MESERO 2	434,88
MESERO 3	434,88
GUARDIA	550,48
COCINERO	605,53
ENCARGADO DE TALLER Y TIENDA	605,53
MECANICO	440,39
	<b>4.277,24</b>

### 2.11.2. Uniformes

**Tabla N.- 57**

GASTO UNIFORMES	CANT	VALOR	UNIT
Camisa con el logo empresarial	6	20,00	120,00
Delantal largo con el logo empresarial	6	15,00	90,00
Zapatos adecuados para trabajo en cafetería	6	20,00	120,00
Estudio de campo: El Uniforme Elaborado por: Soledad Galarza			
		<b>TOTAL</b>	<b>330,00</b>

### 2.11.3. Suministros de oficina

Tabla N.- 58

SUMINISTROS DE OFICINA			
Resmas de Papel bond A4	2	3,00	6,00
Calculadoras	1	3,00	3,00
Hojas Membretadas	30	0,50	15,00
Esferos de colores	10	0,30	3,00
Varios	1	25,00	25,00
Fuente: Super Paco Elaborado por: Soledad Galarza			<b>TOTAL 52,00</b>

### 2.11.4. Equipo y maquinaria

Tabla N.- 59

EQUIPO Y MAQUINARIA	CANT	VALOR UNIT	TOTAL
Cocina eléctrica 30"4 quemadores Whirlpool	1	944,99	944,99
Mesa de trabajo Acero Inoxidable	2	150,00	300,00
Sanduchera	1	300,00	300,00
Licuadora Oster Industrial	1	120,00	120,00
Extractor de jugos 700 W 120 V	1	69,99	69,99
Campana Extractor de olores 60"Electrolux	2	153,89	307,78
Crepera Waring Commercial	1	200,00	200,00
Microondas Panasonic 1.1 Digital sensor 1250w	1	145,90	145,90
Refrigerador DUREX 11' 2P A	1	549,00	549,00
Lavadero de dos pozos Equifrigo	1	550,00	550,00
Batidora de mano y pedestal 10 Velocidades Oster	1	92,84	92,84
Tostadora Silver negro 850 WA	1	39,98	39,98
Cafetera 12 tazas AS/C Reloj Dig.	1	49,99	49,99
Máquina de café 1 grupo Custom No. Modelo BZ07	1	1.704,00	1.704,00
Molino de café Custom No.de Modelo GEM 110	1	558,00	558,00
Congelador horizontal INDURAMA	1	500,00	500,00
Trampa de grasa de acero inoxidable	2	80,00	160,00
Compresor Taller	1	180,00	180,00
Lavadora de bicicletas	1	150,00	150,00
Filtro Under Sink	1	504,00	504,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.426,47</b>

Estudio de campo: Montero, Ferrisariato, 8a Importaciones y Vitrinas Buenaño

Elaborado por: Soledad Galarza

### 2.11.5. Herramienta Taller

Tabla N.- 60

HERRAMIENTAS TALLER	CANT	VALOR UNIT	TOTAL
Soporte de Reparación para Mecánico Trasero	2	60,00	120,00
Nivelador Profesional de Rines TS-22	1	300,00	300,00
Base para nivelador TSB-2	1	42,00	42,00
Llave para niples SW-0 al SW-5	5	7,00	35,00
Bomba de Piso para Mecánicos Profesionales	1	75,00	75,00
Juego de Llaves Métricas MW-SET-2	1	65,00	65,00
Líquido Limpiador ChainBrite	1	11,00	11,00
Juego de Herramientas profesional PK-65	1	1.000,00	1.000,00
Lubricante para cadena	1	10,00	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.658,00</b>

Estudio de campo: Dino Importaciones  
Elaborado por: Soledad Galarza

### 2.11.6. Utensilios de Cocina

Tabla N.- 61

UTENSILIOS DE COCINA	CANT	VALOR UNIT	TOTAL
Vaso para preparar malteadas Waring	1	46,41	46,41
Molde para tarta ILKO	4	3,12	12,48
Jarra de acero inoxidable Thunder Group	1	28,38	28,38
Servidor de tallarines ILKODesing	3	2,72	8,16
Espolvoreadora Malla Wikin Bhala	1	5,16	5,16
Cucharon sopero de acero inoxidable Onix	3	2,85	8,55
Cuchillos 8 PZS	2	34,99	69,98
Espátula Tramontina	3	3,53	10,59
Colador Estandar 18 cm	3	5,22	15,66
Sartén 3 PZS Ceramica	2	14,99	29,98
Ollas 7 PZS Acero Inoxidable	1	24,99	24,99
Rallador Mango Inoxidable	2	2,99	5,98
Abrelatas Mariposa ILKO	2	3,00	6,00
Pelador para verduras ILKO	2	2,05	4,10
Bowls 4 lts Indal	4	7,88	31,52
Sacacorchos Eat	2	5,43	10,86
Saleros,/pimenteros	35	0,86	30,10
<b>TOTAL</b>			<b>348,90</b>

Estudio de campo: Ferrisariato, Montero, 8a Importaciones  
Elaborado por: Soledad Galarza

### 2.11.7. Menaje y Cristalería

Tabla N.- 62

MENAJE Y CRISTALERIA	CANT	VALOR UNIT	TOTAL
Juego de cubiertos 24 PZ S Buzos	5	16,99	84,95
Cater Cuchara de tinto x 12	3	6,91	20,73
Cater Cuchara de café x 12	3	6,00	18,00
Cater Tenedor de torta x 12	3	8,11	24,33
Cater Cuchara de helado x 12	3	7,39	22,17
Cater Cuchara de postre x 12	2	8,84	17,68
Charola o Bandeja Thunder Group	5	4,77	4,77
Tazas y Platos x6 Parma	8	29,13	233,04
Plato para postre 19 cm Cardinal	30	3,51	105,30
Plato para mesa Cardinal 26 cm	30	6,09	182,70
Plato ondo ensalada 20 cm	30	3,48	104,40
Plato para taza de tinto Corona 12 cm	25	1,35	33,75
Taza para Tinto Corona	25	1,41	35,25
Plato para taza de expresso Corona	25	1,30	32,50
Pocillo de Expresso Corona	25	1,82	45,50
Plato alargado para Banansplit Corona	10	5,90	59,00
Copa para Vino Custom No.de Modelo VC5414	25	1,13	28,25
Vaso para Malteadas No.de Modelo VC0268	30	2,05	61,50
Jarro Mug Iris H Coffee 80 oz	25	3,49	87,25
Vaso Liberty	45	0,99	44,55
Jarra de vidrio Liso Popular 1,7 lt	10	1,79	17,90
Jarro Cervecerero Av Liso Pilsener	50	0,96	48,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.311,52</b>

Estudio de campo: Ferrisariato, Montero, 8a Importaciones  
Elaborado por: Soledad Galarza

### 2.11.8. Equipo Tecnológico y Computación

Tabla N.- 63

EQUIPOS TECNOLÓGICO Y DE COMPUTACIÓN	CANT	VALOR UNIT	TOTAL
TV LED FULL HD 32" LG	2	790,00	1580,00
Teléfono inalámbrico digital con identificador	2	50,00	100,00
Infocus 60 Portatil mini HD led cinema	1	140,00	140,00
Computador HP ENVY 23SE TOUCHSMART	1	920,00	920,00
PC TODO-EN-UNO i7	1	920,00	920,00
Impresora HP LX300	2	135,00	270,00
Caja Registradora POS Todo en uno Digital	1	1100,00	1100,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.110,00</b>

Estudio de campo: Ferrisariato  
Elaborado por: Soledad Galarza

### 2.11.9. Muebles y Enseres

Tabla N.- 64

MUEBLES Y ENSERES	CANT	VALOR UNIT	
Repisa Zebrano Rectangular	1	50,85	50,85
Mesa alta para restaurante de 18 x 18	7	55,12	385,84
Taburetes altos para mesa	19	28,00	532,00
Taburetes para barra	17	30,00	510,00
Mesa plástica Ratán de 80 x 80 con sillas	2	32,98	65,96
Sofá para dos personas	7	80,00	560,00
Mesa centro	3	50,00	150,00
Soporte para pared Fijo Tv Led	3	14,99	44,97
Vitrina de vidrio Tecmy Equipos	1	500,00	500,00
Calentador a gas Externos	1	300,00	300,00
Vitrinas de aluminio y vidrio	1	200,00	200,00
Estudio de campo: Colineal, Fadel y Ferrisariato Elaborado por: Soledad Galarza			<b>TOTAL 3.299,62</b>

### 2.11.10. Adecuaciones y Decoración

Tabla N.- 65

ADECUACIONES Y DECORACION	CANT	VALOR UNIT	
REMODELACIÓ, ADECUACIÓN Y EXTENCIÓN	1	12.190,90	12.190,90
DECORACIÓN CUADROS Y FOTOGRAFÍAS	1	100,00	100,00
CICLOPARQUEADEROS	5	100,00	500,00
SISTEMAS DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA	1	200,00	200,00
Estudio de campo: Ferrisariato, Arq. Ronny Galarza Elaborado por: Soledad Galarza			<b>TOTAL 12.990,90</b>

### 2.11.11. Gastos Constitución

Tabla N.- 66

GASTOS DE CONSTITUCION	CANT	VALOR UNIT	
REGISTRO DE MARCA, NOMBRE Y LOGO IEPI	1	640,00	640,00
SERVICIOS NOTARIALES POR COSTITUCION	1	184,00	184,00
CREACIÓN RUC	1	0,00	0,00
PATENTE MUNICIPAL	1	700,00	700,00
LUAE	1	10,00	10,00
REGISTRO UNICO MINTUR	1	383,50	383,50
LUAF MINTUR	1	600,00	600,00
Fuente: MINTUR, SRI, SUPERCIAS Elaborado por: Soledad Galarza			<b>TOTAL 2.517,50</b>

### 2.11.12. *Suministros de Limpieza*

**Tabla N.- 67**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA	CANT	VALOR	UNIT
Desinfectante Sit Fabuloso	1	8,49	8,49
Limpia Vidrio	1	3,61	3,61
Lavaplatos 901 biodegradable	1	1,84	1,84
Esponjas lavaplatos Jaspe	3	1,04	3,12
Guates lavavajillas Master	2	1,65	3,30
Tachos de basura diferentes desechos	5	2,80	14,00
Paños desechables DURAMAX x120	2	5,00	10,00
Tacho tipo metal baño	2	6,99	13,98
Espejos	2	21,99	43,98
Papel higiénico Familia x 12	2	3,40	6,80
Papel de cocina limpión industrial	1	3,47	3,47
Funda de basura negra grandes X 20	3	1,46	4,38
Trapeador Pablo Cepeda	4	1,79	7,16
Escoba Caribe	4	4,29	17,16
Recogedor de basura	3	3,19	9,57
Estudio de campo: Ferrisariato, Santa María Elaborado por: Soledad Galarza			<b>TOTAL 150,86</b>

### 2.11.13. *Gastos Publicidad*

**Tabla N.- 68**

GASTO PUBLICIDAD	CANT	VALOR	UNIT
Flyers tamaño A6 (1000)	2000	0,09	180,00
Página Web	1	200,00	200,00
Fuente: Ing. Christian Camino Elaborado por: Soledad Galarza			<b>TOTAL 380,00</b>

### 2.11.14. *Gastos Software e Internet*

**Tabla N.- 69**

	CANT	VALOR	UNIT	TOTAL
GASTO SOFTWARE E INTERNET	1	218,9		<b>218,90</b>

Fuente: Practicis, CNT  
Elaborado por: Soledad Galarza

### 3. ESTUDIO FINANCIERO

#### 3.1 Inversión Inicial

Para la realización de la inversión inicial se hizo una investigación de campo para obtener los precios reales de equipos y maquinaria, muebles y enseres, equipo tecnológico, uniformes, suministros de oficina y limpieza, adecuaciones y decoración, etc. Detallados anteriormente en el Estudio Técnico Administrativo. Como resultado de la investigación se determina que la inversión inicial para dar pie al negocio alcanza la suma de USD 49.078,07 En el siguiente formato de tabla, obtenida de la Materia de Evaluación de Proyectos dictada por el Ing. Pablo Cabezas, se presentan los datos de la Inversión Inicial.

**Tabla N.-70**

<b>INVERSION INICIAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>	<b>7.426,47</b>
<b>HERRAMIENTAS TALLER</b>	<b>1.658,00</b>
<b>UTENSILIOS DE COCINA</b>	<b>348,90</b>
<b>MENAJE Y CRISTALERIA</b>	<b>1.311,52</b>
<b>EQUIPOS TECNOLÓGICO Y DE COMPUTACIÓN</b>	<b>4.110,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>3.299,62</b>
<b>ADECUACIONES Y DECORACION</b>	<b>12.990,90</b>
<b>EDIFICIOS</b>	<b>0,00</b>
<b>TERRENOS</b>	<b>0,00</b>
<b>ARRIENDO PREPAGADO</b>	<b>700,00</b>
<b>GARANTÍA ARRIENDOS</b>	<b>1.400,00</b>
<b>CAJA</b>	<b>100,00</b>
<b>BANCOS</b>	<b>3.000,00</b>
<b>INVENTARIO MATERIA PRIMA</b>	<b>9.083,40</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>45.428,81</b>
<b>GASTOS FUNCIONAMIENTO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	<b>2517,50</b>
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	<b>150,86</b>
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	<b>52,00</b>
<b>GASTO DE LICENCIA SOFTWARE PARA CAFETERÍAS PRACTISIS</b>	<b>150,00</b>
<b>GASTO UNIFORMES</b>	<b>330,00</b>
<b>GASTO PUBLICIDAD</b>	<b>380,00</b>
<b>GASTO INSTALACIÓN INTERNET</b>	<b>68,90</b>
<b>TOTAL GASTOS FUNCIONAMIENTO</b>	<b>3.649,26</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>49.078,07</b>

Préstamo bancario	29.447	60%
Aporte Socios	19.631	40%

Elaborado por: Soledad Galarza

Como se puede observar en la tabla anterior para la inversión inicial se realizará un aporte del 40% de accionistas, mientras que el porcentaje restante se financiara con un préstamo bancario de la Corporación Financiera Nacional (CFN), por la tasa de interés más conveniente que nos ofrece de acuerdo al monto necesario.

### **3.2. Capital de Trabajo**

El capital de trabajo considera aquellos recursos que requiere el proyecto para funcionar, es financiar la producción antes de recibir ingresos, en total el capital necesario para comenzar la empresa.

Con el objetivo de conocer este capital y registrar las primeras transacciones realizadas después de obtener el préstamo bancario y el desembolso de los accionistas, se realiza un Estado de Situación Financiera Pre operacional, ya que es necesario registrar las transacciones para saber en qué parte está el dinero que se tiene durante los 10 meses de adecuación del establecimiento y 5 de puesta en marcha.

De acuerdo al cuadro se puede observar los activos y pasivos que se tienen a la fecha indicada, por lo cual los gastos resaltados en color rojo son negativos, ya que son el resultado de pre operación.

A continuación se presenta el informe de estados:

**Tabla N.- 71**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (preoperacional)</b>			
<b>AL 31 Diciembre del 2015</b>			
<b>1.</b>	<b>ACTIVOS</b>		
<b>1.1.</b>	<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		\$ 14.283,40
1.1.1.	Caja Chica	0,00	
1.1.2.	Caja	100,00	
1.1.3.	Bancos	3.000,00	
1.1.3.1	Banco del Pichincha	3.000,00	
1.1.4.	Cuentas por Cobrar Clientes	0,00	
1.1.5.	Documentos por Cobrar	0,00	
1.1.6.	Arriendos Prepagados	700,00	
1.1.7.	Garantía arrendamiento	1.400,00	
1.1.8.	Inventario de Materia Prima	9.083,40	
<b>1.2.</b>	<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		\$ 31.145,41
1.2.1.	Terrenos	0,00	
1.2.2.	Edificios	0,00	
1.2.3.	Adecuación y Decoración	12.990,90	
1.3.4.	Muebles y Enseres	3.299,62	
1.2.5.	Equipo y Maquinaria	7.426,47	
	Utensilios de cocina	348,90	
1.2.6.	Menaje y Cristalería	1.311,52	
	Herramientas de Taller	1.658,00	
1.2.7.	Equipos Tecnológicos y de Computación	4.110,00	
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 45.428,81</b>
<b>2.</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1.</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES (CORTO PLAZO)</b>		\$ 0,00
2.1.1.	Cuentas por Pagar	0,00	
2.1.1.1.	Publicidad por pagar	0,00	
2.1.2.	Sueldos por Pagar	0,00	
2.1.3.	Documentos por Pagar	0,00	
<b>2.2.</b>	<b>PASIVOS NO CORRIENTES (LARGO PLAZO)</b>		\$ 29.446,84
2.2.1.	Prestamo bancario por pagar	29.446,84	
	<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>\$ 29.446,84</b>
<b>3.</b>	<b>PATRIMONIO</b>		15.981,97
3.1.	Capital Social	19.631,23	
3.2.	Resultado preoperación	3.649,26	
	<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$ 45.428,81</b>
			<b>\$ 0,00</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

Para que se dé un mejor ente entendimiento en cuanto al monto del gasto antes de la operación se realizó un Estado de Resultados Integral Pre Operación, el cual

muestra un saldo en negativo ya que no se registran las ganancias del primer año de funcionamiento.

**Tabla N.- 72**

<b>ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL PRE OPERACIÓN</b>		
<b>AL 01/DIC/2015</b>		
<b>4.</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 0,00</b>
4.1.	Ventas	0,00
4.2.	Comisiones Ganadas	0,00
4.3.	Ingresos por Servicios	0,00
<b>5.</b>	<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$ 3.649,26</b>
<b>5.1.</b>	<b>Costos</b>	<b>0,00</b>
5.1.1.	Costo de Ventas	0,00
<b>5.2.</b>	<b>Gastos Administrativos</b>	<b>3.269,26</b>
5.2.2.	Sueldos Administrativos	0,00
5.2.3.	Beneficios Sociales	0,00
5.2.4.	Servicios Básicos	0,00
5.2.5.	Gasto Internet	0,00
5.2.6.	Gasto uniformes	330,00
5.2.7.	Gasto instalación internet	68,90
5.2.8.	Gasto Licencia Software (Practicis)	150,00
5.2.9.	Gastos Constitución	2.517,50
5.2.10.	Suministros de Oficina	52,00
5.2.11.	Suministros de Limpieza	150,86
5.2.12.	Mantenimiento	0,00
5.2.12.1	Mantenimiento Oficinas	0,00
5.2.12.2	Mantenimiento Maquinaria	0,00
5.2.12.3	Mantenimiento Vehículo	0,00
5.2.13.	Depreciación	0,00
5.2.13.1.	Depreciación Muebles y Enseres	0,00
5.2.13.1.	Depreciación de Maquinaria y Equipos	0,00
5.2.13.1.	Depreciación de Equipos de Computación	0,00
5.2.14.	Amortización Patentes	0,00
<b>5.3.</b>	<b>Gastos de Ventas</b>	<b>380,00</b>
5.3.1.	Gasto Publicidad	380,00
5.3.2.	Sueldos Vendedores	0,00
<b>5.4.</b>	<b>Gastos Financieros</b>	<b>0,00</b>
5.4.1.	Intereses Cobrados	0,00
5.4.2.	Comisiones Bancarias	0,00
	Intereses Pagados	0,00
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 3.649,26</b>
	15% trabajadores	\$ 0,00
	23% impuesto renta	\$ 0,00
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 3.649,26</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

Entre los gastos se encuentran los gastos de constitución y gastos principalmente que son necesarios mensualmente para el manejo del establecimiento como internet, publicidad y software. La operación de Café Veló comenzará en enero del 2016 o 2017 dependiendo del tiempo que tome las adecuaciones e movimientos legales, aun así estas fechas no cambian los resultados del estado financiero.

Para conocer la factibilidad del proyecto se realiza la Proyección de Estados de Resultados al final del primer año, ya con las ganancias del establecimiento por productos y servicios y con costos de los mismos. Para esto se realizó las proyecciones de producción mediante recetas estándar y también se calculó la ganancia por parte del taller de bicicletas.

A continuación ejemplos de algunas recetas estándar en resto se incluirá en Anexo 3:

Café Latte							
Porciones	1		COD	CT			
Tiempo de elaboración	10 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total	
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Café expreso	1	U	1	U	0,25	0,25	
Leche	175	cc	1000	Cc	1,08	0,19	
Azúcar	3	gr	5000	Gr	4,4	0,003	
Total costo bruto variable						0,44	
Costo por PAX						0,44	
5% margen de insumos adicionales						0,02	
<b>COSTO NETO</b>						0,46	
						PV	3,00
Preparación							
Se agrega al café sobre el costado de la taza la leche vaporizada a 140°							

Elaborado por: Soledad Galarza

Sándwich Grillado						
Porciones	4	COD	SG			
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Mayonesa Light	30	Gr	400	gr	2,34	0,176
Jamón de pollo	8	Lonjas	10	gr	3,18	2,544
Aceitunas rellenas	125	Gr	160	gr	2,14	1,672
Botes de soya	60	Gr	100	gr	2,52	1,512
Lechuga Seda	70	Gr	200	gr	0,65	0,228
Queso Holandés	4	Rodajas	100	rebanadas	38,06	1,522
Tomate Riñón	1	U	1	U	0,31	0,310
Pan Integral	12	U	1	U	0,072	0,864
Total costo bruto variable						8,83
Costo por PAX						2,21
5% margen de insumos adicionales						0,11
<b>COSTO NETO</b>						2,32
						PV
						4,00
Preparación						
Dore en la parrilla las rebanadas de pan, triture las aceitunas y reserve. Arme el sánduche: una rebanada de pan, mayonesa, lechuga, brotes de soya, tomate y queso, coloque otra rebanada de pan luego la pasta de aceitunas el jamón y tape con una rebanada más.						

Elaborado por: Soledad Galarza

Ensalada de pasta y jamón						
Porciones	5	COD	EF			
Tiempo de elaboración	20 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Fideo tornillo	500	Gr	250	gr	0,72	1,44
Lechuga	1	U	1	U	4,4	4,40
Tomates	2	U	1	U	0,22	0,44
Pasas	250	Gr	400	gr	3,04	1,90
Nueces	250	Gr	200	gr	4,9	6,13
Queso Mozzarella	200	Gr	1000	gr	8,04	1,61
Jamón	250	Gr	5000	gr	9,79	0,49
Sal	1	Gr	2000	gr	0,69	0,0003
Pimienta	1	Gr	250	gr	2,12	0,01
Total costo bruto variable						16,41
Costo por PAX						3,28
5% margen de insumos adicionales						0,16
<b>COSTO NETO</b>						3,45
						PV
						4,50
Preparación						
Cocinar los fideos y escurrirlos. Cortar la lechuga y los tomates en pedazos pequeños, mezclarlos con el fideo, pasas, nueces, el queso en trozos y el jamón en pedacitos. Mezclar el aceite, vinagre, sal y pimienta para bañar la ensalada.						

Elaborado por: Soledad Galarza

Para la proyección de costos se realizó la siguiente matriz con los productos a ofertar.

**Tabla N.- 73**

<b>Café Vélo Costos Alimentos &amp; Bebidas</b>							
<b>CÓDIGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>COSTO</b>		<b>TOTAL</b>	<b>PVP</b>	<b>TOTAL VENTAS BRUTAS</b>
			<b>MATERIA LES</b>			<b>(Sin imp.)</b>	
SE	50	Sánduche Express	1,39		69,50	3,00	150,00
SP	50	Sánduche de Pollo	2,04		102,00	3,00	150,00
SG	50	Sándwich Grillado	2,32		116,00	4,00	200,00
SV	50	Sándwich Vegetariano	1,27		63,50	3,00	150,00
EF	80	Ensalada de Pasta y Jamón	3,45		276,00	4,50	360,00
EP	80	Ensalada de Pollo y Manzana	2,44		195,20	4,50	360,00
EV	80	Ensalada Vegetariana	0,74		59,20	3,50	280,00
PA	50	Pasta con Champiñones y Pollo	2,33		116,50	4,50	225,00
PV	50	Pasta con Verduras y Atún	1,76		88,00	4,50	225,00
NG	50	Nachos con Guacamole	1,67		83,50	4,00	200,00
MY	50	Muchines de Yuca	0,27		13,50	3,00	150,00
TM	50	Torta de Maduro	0,67		33,50	2,75	137,50
CF	50	Cheescake de Frutilla	0,65		32,50	3,50	175,00
WC	50	Waffles con Chocolate y Frutillas	0,65		32,50	3,50	175,00
TC	50	Torta de Chocolate	0,65		32,50	2,00	100,00
EFR	50	Ensalada de Frutas	1,13		56,50	3,00	150,00
BS	50	Banana Split	1,24		62,00	4,00	200,00
CB	50	Crepes de Chocolate, Banano y Crema Chantilly	0,41		20,50	4,50	225,00
CJ	50	Crepes de Jamón y Queso	0,62		31,00	4,50	225,00
CC	50	Crepes a la Carbonara	0,67		33,50	4,50	225,00
TZ	50	Torta de Zanahoria	0,44		22,00	2,50	125,00
VH	80	Vino Hervido	1,20		96,00	3,00	240,00
CE	80	Café Espresso	0,26		20,80	2,00	160,00
CHC	80	Chocolate Caliente	0,85		68,00	3,50	280,00
CL	80	Café con Leche	0,36		28,80	2,00	160,00
CT	80	Café Latte	0,46		36,80	3,00	240,00
CP	80	Capuccino	0,45		36,00	3,10	248,00
CA	80	Café Americano	0,33		26,40	2,00	160,00
MC	80	Mocaccino	0,44		35,20	3,00	240,00
TC	80	Té Manzana con Canela	0,13		10,40	2,00	160,00
TF	80	Té de Frutas	0,57		45,60	2,00	160,00

JM	100	Jugo de Mora	0,54	54,00	1,20	120,00
JF	100	Jugo de Frutilla	0,54	54,00	1,20	120,00
JC	100	Jugo de Coco	0,61	61,00	1,20	120,00
JN	100	Jugo de Naranja	0,48	48,00	1,20	120,00
JP	100	Jugo de Piña	0,48	48,00	1,20	120,00
MF	80	Milkshake de Frutilla	0,98	78,40	3,00	240,00
MM	80	Milkshake de Mora	0,23	18,40	3,00	240,00
MO	80	Milkshake de Oreo	1,83	146,40	4,00	320,00
MB	80	Milkshake Light de Banano	0,23	18,40	3,00	240,00
AG	70	Agua Mineral Guitig	0,44	30,80	0,55	38,50
CCL	100	Coca Cola	0,50	50,00	0,66	66,00
SPR	100	Sprite	0,28	28,00	0,40	40,00
FAT	100	Fanta	0,60	60,00	0,73	73,00
FR	100	Fiora	0,28	28,00	0,40	40,00
CPN	70	Cerveza Pilsener	0,70	49,00	1,00	70,00
CCL	70	Cerveza Club	0,80	56,00	1,00	70,00
CAR	70	Cerveza Artesanal	0,80	56,00	3,00	210,00
<b>3440</b>			<b>42,18</b>	<b>2.827,80</b>		<b>8.483,00</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

**Tabla N.-74**

<b>COSTO MENSUAL</b>	2.827,80	<b>VENTAS BRUTAS MES</b>	8.483,00
<b>ANUAL</b>	33.933,60	<b>ANUAL</b>	101.796,00

Elaborado por: Soledad Galarza

El nivel de ventas se estima en función de la cantidad de clientes mensuales que recibirá el establecimiento. Para conocer esto se utilizó en primer lugar datos sobre la cantidad de clientes y la rotación del establecimiento que se considera como la competencia directa para Café Vélo, La Cleta. Como se evidencio anteriormente en el análisis de la demanda real, se obtiene que la cafetería-taller Café Vélo tenga 1200 clientes mensuales, a una rotación del 0,5. Como se explicó antes se utiliza un criterio pesimista y así se puede calcular que diariamente, según la rotación y capacidad instala, se obtiene la cantidad de 50 clientes.

Si tomamos en cuenta que el menú se creó para que se pueda combinar platos con bebidas, se espera que para cubrir costos y obtener las suficientes ganancias los clientes diarios del establecimiento consuman entre un plato, un postre y una o dos bebidas, así teniendo un promedio de 3 productos del menú a consumir por cliente.

Es por esta razón que se calcula que la cantidad de alimentos vendidos deben ser entre dos a tres diarios y mensuales de 50 a 80, mientras que las bebidas por tener un movimiento mayor de consumo se los determina entre 3 a 4 diarios y de 80 a 100 mensuales. Estos datos nos arrojan una cantidad de 3.440 productos vendidos mensuales, los cuales al dividir diariamente se consigue un total de 143 productos y divididos para la cantidad de clientes del negocio, se tiene un aproximado de 3 productos por cliente que se debe vender.

En el caso de los ABC para las bicicletas la cantidad de ventas se determinó tomando como referencia la cantidad de mantenimientos mensuales y el costo al que realiza el taller de mantenimiento de la tienda de bicicletas CIKLA, la cual vende un aproximado de 144 servicios al mes a un costo de \$15,00 por cada uno, el precio se mantiene para el posible negocio ya que no se busca una pelea por precios, si no atraer clientes mediante estrategias de marketing. Se consiguen así los siguientes resultados:

**Tabla N.-75**

SERVICIOS DIARIOS	COSTOS TALLER		UTILIDAD MES
	NUMERO DE SERVICIOS AL MES	COSTO MENSUAL TALLER	
6	144,00	<b>200,00</b>	\$1.960,00
	<b>PRECIO SERVICIO ABC</b>		
	\$15,00		
	<b>VENTAS BRUTAS MES</b>		
	<b>\$2.160,00</b>		

Elaborado por: Soledad Galarza

Estas proyecciones son la base para la realización del Flujo de Caja mensual y anual que apoyará a la realización del Estado de Resultados al final del primer año, así también se requiere el cálculo de los sueldos de colaboradores:

ROL DE PAGOS GENERAL												
CARGO	SUELDO	TOTAL INGRESOS	EGRESOS			LÍQUID O A PAGAR	Décimo 3er Sueldo (Provisión mensual )	Décimo 4to Sueldo (Provisión mensual )	Vacaciones (Provisión mensual)	0,00% Fondos de Reserva	11,15% Aporte Patronal	TOTAL
			9,45%	IMP. RENT.	TOTAL EGR.							
ADMINISTRADOR	700,00	700,00	66,15	-	66,15	633,85	58,33	29,50	36,46	0,00	70,67	770,67
MESERO 1	395,00	395,00	37,33	-	37,33	357,67	32,92	29,50	20,57	0,00	39,88	434,88
MESERO 2	395,00	395,00	37,33	-	37,33	357,67	32,92	29,50	20,57	0,00	39,88	434,88
MESERO 3	395,00	395,00	37,33	-	37,33	357,67	32,92	29,50	20,57	0,00	39,88	434,88
GUARDIA	500,00	500,00	47,25	-	47,25	452,75	41,67	29,50	26,04	0,00	50,48	550,48
COCINERO	550,00	550,00	51,98	-	51,98	498,03	45,83	29,50	28,65	0,00	55,53	605,53
ENCARGADO DE TALLER Y TIENDA	550,00	550,00	51,98	-	51,98	498,03	45,83	29,50	28,65	0,00	55,53	605,53
MECANICO	400,00	400,00	37,80	-	37,80	362,20	33,33	29,50	20,83	0,00	40,39	440,39
			367,13		<b>TOTAL</b>	<b>L 3517,87</b>	<b>323,75</b>	<b>236,00</b>	<b>202,34</b>	<b>0,00</b>	<b>392,24</b>	<b>4277,24</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

### 3.3. Financiamiento

La estructura de financiamiento es la manera de la empresa de conocer cómo obtener fondos y recursos financieros para lograr sus objetivos. Es así que la compañía cuenta con una estructura de 60% en financiamiento y 40% en recursos propios. El financiamiento se lo realiza por la CFN ya que esta entidad financia restaurantes y cafeterías con un monte de máximo de \$ 200.000 para cobertura de PYMES, realiza una cobertura de hasta el 70% para proyectos nuevos. El plazo de pago es de 1 a 2 años con una tasa del 10,50% anual. El préstamo será de \$29.447 a pagar en 2 años.

Con estos datos y los datos de los cuadros anteriores se realizaron las provisiones para el siguiente año.

Tabla N.-76

<b>FLUJO DE EFECTIVO PRIMER AÑO</b>		
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>		<b>-13.954,50</b>
EFFECTIVO PROVENIENTE DE NUEVOS PRESTAMOS BANCARIOS	0,00	
EFFECTIVO PAGADO FINANCIAMIENTO BANCARIO	-13.954,50	
<b>(+) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>		<b>42.223,50</b>
EFFECTIVO PROVENIENTE DE VENTAS DE CONTADO	12.7716,00	
EFFECTIVO UTILIZADO EN PROVEEDORES	-33.933,60	
EFFECTIVO UTILIZADO PARA GASTOS OPERATIVOS	-49.125,87	
Sueldos	-42.214,41	
Servicios Básicos	-4.680,00	
Uniformes	0,00	
Suministros de Oficina	-572,00	
Suministros de Limpieza	-1.659,46	
GASTOS FINANCIEROS	-2.433,03	
Intereses Pagados	-2.433,03	
<b>(=) MOVIMIENTO NETO DE EFECTIVO EN BANCOS</b>		<b>28.268,99</b>
<b>(+) EFECTIVOS EN CAJA Y BANCOS</b>		<b>3.100,00</b>
SALDO AL INICIO DEL AÑO	3.100,00	
<b>(=) SALDO AL FIN DEL 31 DE DICIEMBRE AÑO 2014</b>		<b>31.368,99</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

En la tabla anterior se refleja el movimiento de efectivo en bancos y caja que se dan por los gastos operacionales, pago de préstamos y los intereses que se tienen.

### 3.4. Punto de Equilibrio

Para conocer el punto de equilibrio se tomó en cuenta los costos fijos, aquellos que sin importar las circunstancias no cambian y los costos variables que pueden cambiar dependiendo del entorno o la capacidad de venta y adquisición principalmente de materia prima. Se tomó en cuenta como costos fijos arriendo, costos de producción, sueldos, depreciaciones e intereses y para costos variables la materia prima que se utilizara en taller<sup>11</sup> y alimentos y bebidas, con el cálculo de  $PE = CF / (1 - (CVT/VT))$  se obtuvo un punto de equilibrio en ventas de \$7.887,62 mensual y \$94.651,48 anual. Por lo que se busca que este sean las unidades que se deben vender para cubrir los costos y gastos totales y así exista una utilidad para el negocio.

**Tabla N.-77**

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES		PUNTO EQUILIBRIO	
<b>Sueldos</b>	3876,12	Materia Prima	2.827,80	7.887,62	MENSUAL
<b>Luz</b>	200	Taller	200,00	94.651,48	ANUAL
<b>Agua</b>	100	Total	3.027,80		
<b>Teléfono</b>	40				
<b>Internet</b>	50	VENTAS TOTALES			
<b>Arriendos</b>	700	Ventas Cafetería	8.483,00		
<b>Depreciación</b>	2.85,333	Ventas Taller	2.160		
<b>Impuestos</b>	392,24	Total	10.643,00		
<b>Total</b>	5.643,69				

Elaborado por: Soledad Galarza

El Estado de Resultados Integral al final del primer año nos muestra la utilidad neta después del pago de impuestos y de los gastos de la empresa, así como provisiones y pagos de sueldo, en el mismo ya se reflejan las ganancias por alimentos y bebidas y taller de bicicletas.

---

<sup>11</sup> Entrevista David Quesada. Administrador del taller para mantenimiento de bicicletas de la tienda CIKLA Quito. Costos y ganancias del taller.

**Tabla N.-78**

<b>ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL</b>			
<b>AL 31/DIC/2016</b>			
<b>4.</b>	<b>INGRESOS</b>		<b>\$ 127.716,00</b>
<b>4.1.</b>	Ventas brutas	101.796,00	
<b>4.2.</b>	Comisiones Ganadas productos en consignación	0,00	
<b>4.3.</b>	Ingresos por Servicios taller	25.920,00	
<b>5.</b>	<b>COSTOS Y GASTOS</b>		<b>\$ 107.515,66</b>
<b>5.1.</b>	<b>Costos</b>		<b>36.333,60</b>
<b>5.1.1.</b>	Costo de Ventas	36.333,60	
	<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>		<b>\$ 91.382,40</b>
<b>5.2.</b>	<b>Gastos Operacionales</b>		<b>66.769,03</b>
<b>5.2.2.</b>	Sueldos personal	46.513,42	
	Sueldos	42581,54	
	Provisión Décimo Tercer Sueldo	323,75	
	Provisión Décimo Cuarto Sueldo	1180,00	
	Provisión Vacaciones	2428,13	
	Provisión Fondos de Reserva	0,00	
<b>5.2.3.</b>	Beneficios Sociales (IESS)	4.706,91	
	Gasto Décimo Cuarto Sueldo	1.652,00	
	Gasto Décimo Tercer Sueldo	3.561,25	
<b>5.2.4.</b>	Servicios Básicos	4.680,00	
	Gasto uniformes	0,00	
	Gasto instalación internet	0,00	
	Gasto Licencia Software (Practicis)	0,00	
<b>5.2.6.</b>	Gasto. Constitución	0,00	
<b>5.2.7.</b>	Suministros de Oficina	572,00	
<b>5.2.8.</b>	Suministros de Limpieza	1.659,46	
<b>5.2.9.</b>	Mantenimiento	0,00	
<b>5.2.9.1</b>	Mantenimiento Oficinas	0,00	
<b>5.2.9.2</b>	Mantenimiento Maquinaria	0,00	
<b>5.2.9.3</b>	Mantenimiento Vehículo	0,00	
<b>5.2.10.</b>	Depreciación	3.424,00	
<b>5.2.10.1.</b>	Depreciación Muebles y Enseres	329,96	
<b>5.2.10.1.</b>	Depreciación de Maquinaria y Equipos	742,65	
<b>5.2.10.1.</b>	Depreciación de Equipos de Computación	1.370,00	
	Depreciación de Menaje y Cristalería	131,15	
	Depreciación Utensilios de cocina	34,89	
	Depreciación Herramientas Taller	165,80	
	Depreciación Adecuación Edificios	649,55	
<b>5.3.</b>	<b>Gastos de Ventas</b>		<b>1.980,00</b>
<b>5.3.1.</b>	Gasto Publicidad	1.980,00	
<b>5.3.2.</b>	Sueldos Vendedores	0,00	
<b>5.4.</b>	<b>Gastos Financieros</b>		<b>2.433,03</b>
<b>5.4.1.</b>	Intereses Cobrados	0,00	
<b>5.4.2.</b>	Comisiones Bancarias	0,00	
	Intereses Pagados	2.433,03	
	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 20.200,34</b>
	15% trabajadores		\$ 3.030,05
	22% impuesto renta		\$ 3.777,46
	<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 13.392,82</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

Se puede observar en la tabla que según ingresos menos gastos y los porcentajes del 15% de trabajadores y el 22% de Impuesto a la renta se obtienen una utilidad neta después de impuestos de USD 13.392,82. Lo que muestra que la empresa tendrá ganancias después de cubrir sus obligaciones.

### 3.5. Evaluación Financiera

Para finalizar se realiza el Estado de situación Financiera para comprobar que los estados financieros están bien realizados, contiene los recursos de la empresa como activos, las obligaciones como pasivos y la situación de los accionistas como patrimonio.

**Tabla N.-79**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016</b>			
<b>1.</b>	<b>ACTIVOS</b>		
<b>1.1.</b>	<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<u>35.824,22</u>
<b>1.1.1.</b>	Caja Chica		0,00
<b>1.1.2.</b>	Caja		100,00
<b>1.1.3.</b>	Bancos		<u>31.268,99</u>
<b>1.1.3.1</b>	Banco del Pichincha	<u>31.268,99</u>	
<b>1.1.4.</b>	Cuentas por Cobrar Clientes		0,00
<b>1.1.4.1.</b>	(-) Provisión Ctas. Incobrables	_____	
<b>1.1.5.</b>	Documentos por Cobrar		0,00
<b>1.1.4.1.</b>	(-) Provisión Décimo Cuarto Sueldo	<u>1.180,00</u>	1.180,00
<b>1.1.4.1.</b>	(-) Provisión Décimo Tercer Sueldo	<u>323,75</u>	323,75
	Garantía arriendo		1.400,00
<b>1.1.6.</b>	Arriendos Prepagados		700,00
<b>1.1.7.</b>	Publicidad Prepagada		180,00
<b>1.1.8.</b>	Iva por Cobrar		0,00
<b>1.1.9.</b>	Inventario de Mercaderías		671,48
<b>1.2.</b>	<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<u>27.721,41</u>
<b>1.2.1.</b>	Terrenos		0,00
<b>1.2.2.</b>	Muebles y Enseres	3.299,62	2.969,66
<b>1.2.3.</b>	(-) Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	<u>329,96</u>	
<b>1.2.6.</b>	Maquinaria y Equipos de cocina	7.426,47	6.683,82
<b>1.2.7.</b>	(-) Depreciación Acumulada Maquinaria y Equipos	<u>742,65</u>	
<b>1.2.8.</b>	Equipos electrodomésticos y de Computación	4.110,00	2.740,00
<b>1.2.9.</b>	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computación	<u>1.370,00</u>	
	Menaje y Cristalería	1.311,52	1.180,37
	(-) Depreciación	131,15	
	Adecuación edificio	12.990,90	12.341,36
	(-) Depreciación Acumulada adecuación edificio	649,55	
	Herramientas taller	1.658,00	1.492,20

	(-) Depreciación Acumulada herramientas taller	165,80	
	Utensilios de cocina	348,90	314,01
	(-) Depreciación Acumulada utensilios de cocina	34,89	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 63.545,64</b>
<b>2.</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1.</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		<b>18.678,50</b>
<b>2.1.1.</b>	Cuentas por Pagar	0,00	
	Cuentas por Pagar IESS	8.353,12	
<b>2.1.2.</b>	Sueldos por Pagar	3.517,87	
<b>2.1.3.</b>	Documentos por Pagar	0,00	
<b>2.1.4.</b>	Participación Trabajadores 15%	3.030,05	
<b>2.1.5.</b>	Impuesto a la Renta por Pagar	3.777,46	
<b>2.2.</b>	<b>PASIVOS NO CORRIENTES (LARGO PLAZO)</b>		<b>15.492,34</b>
<b>2.2.1.</b>	Prestamo bancario por pagar	15.492,34	
<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>\$ 34.170,84</b>
<b>3.</b>	<b>PATRIMONIO</b>		<b>29.374,79</b>
<b>3.1.</b>	Capital Social	19.631,23	
<b>3.2.</b>	Reserva Legal	0,00	
<b>3.3.</b>	Reserva Estatutaria	0,00	
<b>3.4.</b>	Reserva Facultativa	0,00	
	Resultados de ejercicios anteriores	3.649,26	
<b>3.5.</b>	Utilidad del Ejercicio	13.392,82	
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>\$ 63.545,63 \$ 0,00</b>

Elaborado por: Soledad Galarza

Con estos resultados se realizó la proyección para años posteriores para la determinación del VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno).

Para la determinación de la factibilidad del proyecto se presenta a continuación el Flujo de Efectivo o caja que resume las entradas y salidas de efectivo que ocurrirán en los próximos años y se adicionan al saldo inicial del principio del año:

**Tabla N.-80**

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL (VAN y TIR)					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>					
EFFECTIVO PROVENIENTE DE NUEVOS PRESTAMOS BANCARIOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EFFECTIVO PAGADO FINANCIAMIENTO BANCARIO	-49.078,07	-13.954,50	-15.492,34	0,00	0,00
<b>(+) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>	<b>0,00</b>	<b>42223,50</b>	<b>46607,39</b>	<b>50.795,20</b>	
EFFECTIVO PROVENIENTE DE VENTAS DE CONTADO	0,00	127.716,00	132.403,18	137.262,37	
EFFECTIVO UTILIZADO EN PROVEEDORES	0,00	-33.933,60	-35.178,96	-36.470,03	
EFFECTIVO UTILIZADO PARA GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,00	-49.125,87	-49.721,63	-49.997,15	
Sueldos Administrativos	0,00	-42.214,41	-42.214,41	-42.214,41	
Servicios Básicos	0,00	-4.680,00	-4.851,76	-5.029,82	
Uniformes	0,00	0,00	-342,11	-354,67	
Suministros de Oficina	0,00	-572,00	-592,99	-614,76	
Suministros de Limpieza	0,00	-1.659,46	-1.720,36	-1.783,50	
GASTOS FINANCIEROS	0,00	-2.433,03	-895,20	0,00	
Intereses Pagados	0,00	-2.433,03	-895,20	0,00	
<b>(-) FLUJO NETO DE EFECTIVO EN BANCOS</b>	<b>-49.078,07</b>	<b>28.268,99</b>	<b>31.115,05</b>	<b>50.795,20</b>	

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL (VAN y TIR)					
	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>					
EFFECTIVO PROVENIENTE DE NUEVOS PRESTAMOS BANCARIOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EFFECTIVO PAGADO FINANCIAMIENTO BANCARIO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(+) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>	<b>54.393,24</b>	<b>57.938,74</b>	<b>61.614,36</b>	<b>65.424,88</b>	
EFFECTIVO PROVENIENTE DE VENTAS DE CONTADO	142.299,90	147.522,31	152.936,38	158.549,14	
EFFECTIVO UTILIZADO EN PROVEEDORES	-37.808,48	-39.196,05	-40.634,55	-42.125,84	
EFFECTIVO UTILIZADO PARA GASTOS ADMINISTRATIVOS	-50.098,18	-50.387,51	-50.687,47	-50.998,43	
Sueldos Administrativos	42.214,41	42.214,41	42.214,41	42.214,41	
Servicios Básicos	-5.029,82	-5.214,41	-5.405,78	-5.604,17	
Uniformes	-367,68	-381,18	-395,17	-409,67	
Suministros de Oficina	-637,32	-660,71	-684,95	-710,09	
Suministros de Limpieza	-1.848,95	-1.916,81	-1.987,16	-2.060,09	
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	
Intereses Pagados	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>(-) FLUJO NETO DE EFECTIVO EN BANCOS</b>	<b>54.393,24</b>	<b>57.938,74</b>	<b>61.614,36</b>	<b>65.424,88</b>	

### 3.6. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Así se determinó un VAN y TIR proyectados hasta el 4 año.

- 2 AÑOS:

$$\text{VAN} = \$3.175,23 \quad \text{TIR} = 13\% \quad \text{Déficit} = \$-45.902,84$$

Para el cálculo del TIR al segundo año se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -II + \frac{FC}{(1 + \%)^1} + \frac{FC}{(1 + \%)^2} = 0 = \text{TIR}$$
$$\text{VAN} = -49.078,07 + \frac{28.268,99}{(1 + 13\%)^1} + \frac{31.115,05}{(1 + 13\%)^2} = 0 = \text{TIR}$$
$$\text{VAN} = 0 = \text{TIR}$$

La misma fórmula se utilizó para el cálculo en los próximos años teniendo:

- 3 AÑOS

$$\text{VAN} = \$39.895,37 \quad \text{TIR} = 48\% \quad \text{Déficit} = \$-9.182,70$$

- 4 AÑOS

$$\text{VAN} = \$76.152,82 \quad \text{TIR} = 62\% \quad \text{Excedente} = \$27.074,75$$

En 2 años el VAN después de haber pagado por completo la deuda de inversión inicial es de \$3.175,23 siendo positivo. Por parte del TIR nos indica que el proyecto tiene un 13% de rentabilidad, esto nos muestra que la cafetería en dos años cubrirá la inversión inicial y pagará el préstamo bancario, es por esto que para este año no se ve una Tasa de Retorno alta. Para el año 3 se puede observar como incrementa considerablemente la TIR al 48% ya que no existe un préstamo que pagar y para el cuarto año se observa un VAN positivo con un excedente de \$27.074,75 y que para ese año ya se habrá pagado el préstamo bancario así dejando una utilidad neta más alta, es por esto que el TIR incrementa al 62%.

### **3.7. Conclusiones de Estudio Financiero**

- Como se determinó anteriormente el porcentaje de financiamiento por entidad financiera de un 60% y de aporte de socios del 40% permite a la empresa un endeudamiento no tan alto y así buscar inversionistas que ofrezcan una tasa de interés óptima para la cantidad necesaria por la empresa que se podrá pagar en un periodo de tiempo corto.
- La utilidad neta, resultado de la operación del primer año suma un total de \$13.392,82 lo cual se considera bueno ya que se toma en cuenta que se está pagando una deuda de \$49.078,07 la cual está programada para pagar en 2 años y la utilizada para el primer año es prometedora.
- Se determina que el punto de equilibrio es adecuado ya que es necesario que las ventas mensuales en dólares sean de \$7.887,62 y de \$94.651,48 anuales para cubrir costos y gastos anuales, y según los cálculos para la empresa mensual existe una venta de \$10.643,00 lo que sobrepasa el punto de equilibrio.
- Según el flujo de caja el proyecto representa una buena liquidez por lo que a futuro se puede invertir en compra de nueva maquinaria, mejor materia prima, herramientas y mejorar las maquinarias para apoyar a reducir el impacto ambiental que suelen ser costosas.
- El TIR determina un porcentaje de rentabilidad a 2 años del 13% por lo que se determina que es factible el proyecto ya que el TIR es superior a la tasa de descuento del 8,45%, la cual es la tasa activa referencial dada por el Banco Central a mayo del 2015, representando este resultado una rentabilidad mayor en invertir en el proyecto a la que se obtendría de guardar el dinero en el banco. Esto representa una oportunidad para el negocio y haciéndolo viable.
- El VAN del proyecto para el año 3 es de \$39.895,37 siendo positivo y significando que se recupera la inversión inicial, y de un TIR de 48% que representa que la rentabilidad aumenta y que el proyecto es altamente viable después de pagar préstamos bancarios.

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1. Conclusiones

- El presente proyecto más allá de buscar una penetración en el mercado, busca el crear una cultura de consumo en base a la calidad de productos y servicios, y una cultura del ciclismo ya que en el mismo se ofertarán principalmente productos de alimentación y servicios relacionados con el ciclismo.
- La industria de la restauración, en la que se incluye las cafeterías, se caracteriza por ser altamente competitiva, una fuente importante de generación de empleo, de turismo y estar fragmentada y dispersa en pequeñas y medianas empresas lo que la hace una industria de evolución rápida y crecimiento constante.
- Café Vélo representa un concepto de negocio prometedor e innovador en todo sentido, en línea con las necesidades y características que tiene el mercado meta de esta que son los ciclistas, busca satisfacer cada uno de sus requerimientos con agilidad y rapidez en el servicio y calidad en sus productos.
- En la actualidad la cultura de la responsabilidad social y ambiental se ha convertido en un elemento de diferenciación competitiva dentro de los actores del sector del turismo, por lo cual es un pilar fundamental en la filosofía organizativa y práctica del proyecto.
- En cuanto a los resultados obtenidos de la evaluación financiera la inversión para este proyecto es rentable. Con una inversión inicial de \$49.078,07, a recuperarse en 2 años con un valor actual neto de \$3.175,23 y una tasa interna de retorno del 13%, forma una opción de inversión altamente atractiva.
- La fidelidad del cliente con una marca, o en este caso local, no depende únicamente de la calidad de productos y servicios, si no de las estrategias de promoción y la publicidad que permitirá que los clientes se identifiquen.
- A medida que se evolucionó con el estudio del proyecto, se pudo observar que el proyecto aprueba todas las viabilidades para la aceptación del mismo tanto en aspectos comerciales, técnicos, legales, de gestión y financiero, por lo que es un proyecto con un alto potencial.

## **4.2. Recomendaciones**

Realizar periódicamente encuestas de satisfacción al cliente para conocer las necesidades del cliente para lograr su satisfacción, así como obtener datos de los mismos para crear una base de datos y poder informarlos vía correo electrónico o redes sociales sobre eventos, actividades y promociones, lo que no representaría una inversión alta y atraería clientela.

Mantener una mejora continua y una constante innovación en la cafetería con el objetivo de evitar que el negocio se convierta en monótono.

Se recomienda buscar establecimientos que hayan sido restaurantes o cafeterías anteriormente para poder ubicar la cafetería, siempre realizando un estudio de localización antes para poder abaratar costos y crear franquicias para ser reconocidos como una cadena importante en la ciudad.

Debe cubrir la demanda insatisfecha brindando un servicio eficaz y de calidad, obteniendo los materiales y materia prima necesarios, siempre tomando en cuenta las proyecciones de ventas para evitar el desperdicio y abaratar gastos utilizando parámetros que permitan una eficiencia adecuada en el uso de los mismos.

Capacitar periódicamente al personal en cuanto a todas las áreas del establecimiento para de esta manera mejorar la producción y que todos puedan aportar al manejo de las áreas de su necesario.

Desarrollar e implementar indicadores de gestión que determinen procesos a fin de evitar pérdidas de materia prima, tiempo en capital humano y errores en producción y servicios, para ofrecer un servicio de alta calidad.

## 5. BIBLIOGRAFIA

Acerca de nosotros (2014). *Sweet & Coffee*. Recuperado de <http://sweetandcoffee.com.ec/>

Alarcón, Xavier (2010, agosto). "Quito". Revista Quito Bicentenario. Edición N°. 3, Quito. Recuperado de [http://issuu.com/revistaquitobicentenario/docs/revista\\_quito\\_bicentenario](http://issuu.com/revistaquitobicentenario/docs/revista_quito_bicentenario)

Almeida, Ramiro (2008). *Quito Gourmet*. Quito, Ecuador. Edición Libri Mundi (págs. 9-11).

Bachs, J., Vives, R., & Herrero, G. (2001). *Servicio de cafetería y bar*. Madrid, España: EDITORIAL SINTESIS. S. A.

Bernal, Cesar (2006) *Metodología de la investigación*. México: Editorial Prentice hall

Briceño, C. (2009). "Ciclismo urbano y movimientos sociales". Recuperado de <ftp://200.54.148.78/PE/ciclismo.pdf> Acceso: 07 de septiembre de 2014

Carrera, Andrade (1959). *El camino del sol*. Quito Ecuador. España. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wa4SAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=evaluaci%C3%B3n+ambiental&ots=rZ1f7Jtccu&sig=nGLSsYVpG5bEVJbWddFI6-IIVXo#v=onepage&q=evaluaci%C3%B3n%20ambiental&f=false>

Carvajal, José (2007). *Estudio de factibilidad para la creación de un hotel boutique en la ciudad de Quito*. Tesis previa a la obtención de título de Ingeniero en Empresas Hoteleras. Universidad Tecnológica Universal, Quito, Ecuador.

"Ciclopaseo cumple una década de funcionamiento" (2013) *La Hora*, sección Noticias de Quito. Recuperado de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101566497/-1/Ciclopaseo\\_cumple\\_una\\_d%C3%A9cada\\_de\\_funcionamiento.html#.VD9Kp\\_15PHQ](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101566497/-1/Ciclopaseo_cumple_una_d%C3%A9cada_de_funcionamiento.html#.VD9Kp_15PHQ)

Conesa, Vicente (1996). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental.

Consejo Metropolitano de Quito (2009). Ordenanza Metropolitana N°0276. *La ordenanza metropolitana reformativa del código municipal, referente al régimen*

*administrativo de turismo y de las tasas por licencia única anual de funcionamiento de las actividades de turismo y por las facilidades y servicios turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.* Recuperado de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-276%20-%20TURISMO%20-%20TASAS.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-276%20-%20TURISMO%20-%20TASAS.pdf)

Diario Hoy (2014). “El Team Ecuador abrirá hoy su temporada en Andalucía”. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-team-ecuador-abrira-su-temporada-en-andalucia-600641.html>

Distrito Metropolitano de Quito (2014). Formato Literal f) Art. 7 LOTAIP. Recuperado de [http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/lotaipfiles/2013/matrices2013/literal\\_F/Formato\\_Literal\\_F.pdf](http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/lotaipfiles/2013/matrices2013/literal_F/Formato_Literal_F.pdf)

Dirección Metropolitana del Medio Ambiente (s.f.). Resolución N°0002. *Guía de buenas prácticas ambientales para los sectores de industria de bajo impacto, comercios y servicios CZ2, servicios especializados A y B, centros de diversión.* Recuperado de [http://www.ecuadorambiental.com/doc/buenas\\_practicas.pdf](http://www.ecuadorambiental.com/doc/buenas_practicas.pdf)

Ecuador Potencia Turística (2015). Renovación licencia única anual de funcionamiento. Servicios Turismo. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/renovacion-de-la-licencia-unica-anual-de-funcionamiento/113>

Elisségaray, Pablo (2009). *Uso de la Bicicleta en la Región Metropolitana: Diagnóstico, Perspectivas y Desafíos.* Recuperado de [http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-elissegaray\\_p/pdfAmont/cs-elissegaray\\_p.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-elissegaray_p/pdfAmont/cs-elissegaray_p.pdf)

El café quiteño tiene aroma a tradición (2014). *El Comercio.* Recuperado de [http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-contemporaneo/cafe-quiteno#.VMlc3v6G\\_HS](http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-contemporaneo/cafe-quiteno#.VMlc3v6G_HS)

Empresa Metropolitana Quito Turismo (2013). *Quito.* Recuperado de <http://www.quito.com.ec/la-ciudad/material-digital/descubre-quito>

Estévez, Eliécer (2012). *Población e indicadores del Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado de la página del D.M.Q: <http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/parroquia/Demografia.htm>

Granda, A. (2014). “Jóvenes que hicieron de la bici un estilo de vida”. *El comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/tendencias/quito-ciclismo-bicicletas-jovenes-paseos-nocturnos.html> Acceso: 07 de septiembre de 2014

Halberstadt, J. (2013 ). *Ciclismo de ruta en Ecuador* . Recuperado de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/ciclismo-de-ruta.html> Acceso: 05 de septiembre de 2014

Herrmann, M. (2014). “¡Salí a comer en bici! Conocé los restaurantes bike friendly”. Recuperado de <http://www.revistaohlala.com/1548597-sali-a-comer-en-bici-conoce-los-restaurantes-bike-friendly> Acceso: 06 de septiembre de 2014

Historia (2011). *Café Modelo*. Recuperado de <http://www.cafeteriamodelo.com/historia.php>

Instituto de la Ciudad (2013). *BiciQ: una excelente opción para transportarse en Quito*. N°14. Recuperado de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/attachments/article/124/Bolet%C3%ADn%20N%C2%B0%2014.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). *País atrevido: la nueva cara sociodemográfica del Ecuador*. Recuperado de [http://www.inec.gob.ec/publicaciones\\_libros/Nuevacarademograficadeecuador.pdf](http://www.inec.gob.ec/publicaciones_libros/Nuevacarademograficadeecuador.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012). *¿En qué utilizamos el tiempo los ecuatorianos?* Recuperado de <http://www.inec.gob.ec/variosdos/Usotiempo.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo Indicadores Laborables. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-Diciembre/Nuevo\\_Marco\\_Conceptual/201412\\_EnemduPresentacion\\_15años\\_Conducta.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-Diciembre/Nuevo_Marco_Conceptual/201412_EnemduPresentacion_15años_Conducta.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015). *Inflación Mensual Enero 2015*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionEnero2015/Reporte\\_inflacion\\_01\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionEnero2015/Reporte_inflacion_01_2015.pdf)

Juan Valdez abre seis nuevos locales en el Ecuador (2010, 16 de noviembre). *Explored*. Archivo digital de noticias desde 1994. Recuperado de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/juan-valdez-abre-seis-nuevos-locales-en-el-ecuador-442100.html>

Kennedy, C. (2013). *Santiago Cofee Bike (Descuentos para ciclistas)*. Recuperado de Santiago Cofee Bike (Descuentos para ciclistas): <http://baik.cl/blog/tips/santiago-coffee-bike-descuentos-para-ciclistas/> Acceso: 06 de septiembre de 2014

Las rutas del ciclismo de montaña son emoción pura (2014, 8 de junio). *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/quito/item/las-rutas-del-ciclismo-de-montana-son-emocion-pura-infografia.html>

Laza, Pascual & Laza Jerónima (2005). *Ofertas gastronómicas y sistemas de aprovisionamiento*. Editorial Paraninfo.

Martillo, Michelle (2007) “Platos que mueven a fanáticos”. Recuperado de <http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=2331587&idcat=19308&tipo=2> Acceso: 09 de septiembre de 2014

Ministerio de Industrias y Productividad (2015). *PRODUCEPYME Programa de Ministerio de Industria y Productividad*. Recuperado de <http://www.industrias.gob.ec/producepyme/>

Ministerio del Deporte. (2013). *Memorias del Deporte 2. Ciclismo*. (OCHOYMEDIO, Ed.) Recuperado de <http://memoriasdeldeporte.com/wp-content/uploads/2013/07/ciclismoweb.pdf>

Ministerio de Turismo (2013). *Los Paseos Turísticos en bicicleta recorren por los atractivos de Quito y sus alrededores*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/los-paseos-turisticos-en-bicicleta-recorren-por-los-atractivos-de-quito-y-sus-alrededores/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2012). *Quito tendrá nuevas ciclo-rutas y un servicio de bicicletas públicas*. Recuperado de [http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news\\_user\\_view/quito\\_tendra\\_nuevas\\_ciclorutas\\_y\\_un\\_servicio\\_de\\_bicicletas\\_publicas--6762#header](http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/quito_tendra_nuevas_ciclorutas_y_un_servicio_de_bicicletas_publicas--6762#header)

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (s.f.). Ordenanza Metropolitana N° 0135. Ordenanza Metropolitana Sustitutiva del Capítulo III, del Título Primero, del Libro Tercero, del Código Municipal, que Establece la Normativa para la Aplicación del Impuesto de Patente Municipal. Recuperado de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-135%20-%20IMPUESTOS%20PATENTES.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-135%20-%20IMPUESTOS%20PATENTES.pdf)

Quito Turismo (2013), *La experiencia del sitio turístico Quito en Cifras*. Recuperado de <http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito%20en%20cifras%202.pdf>

Quito Turismo (2014). Registro Turístico. Recuperado de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/registro-turistico>

Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.ªed.). Madrid, España.

Registro Oficial (2014). Año II Suplemento N°326. Recuperado de [http://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/registro\\_oficial\\_326.pdf](http://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/registro_oficial_326.pdf)

Rojas, Carlos (2015, 23 de enero). *En la bici se conoce otra cara del país*. El Comercio. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/deportes/deportes-aventura-ciclismo-turismo-ecuador.html>

Sapag N., Sapag R. (2003). Preparación y evaluación de proyectos. México: McGraw Hill. Cuarta Edición

Secretaría del Ambiente (2015). Pasos certificado GPA. Recuperado de [http://www.quitoambiente.gob.ec/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=105:paso-s-certificado-por-gpa&lang=es](http://www.quitoambiente.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=item&id=105:paso-s-certificado-por-gpa&lang=es)

Torres, Mariela., Paz, Karim (s.f.). *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. Recuperado de [http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL\\_02\\_BAS02.pdf](http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf)

Turismo, M. d. (2014). “Cinco rutas para ciclismo de montaña se definen en Quito”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/cinco-rutas-para-ciclismo-de-montana-se-definen-en-quito/> Acceso: 07 de septiembre de 2014

Unidad de Análisis Económico e Investigación EKOS Negocios (2012). PYMES: Contribución clave de la economía (<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/523.pdf>)

Valenzuela, G. (2014). “La bicicleta urbano una revolución en las ciudades”. *Vida Activa Deportes, nutrición y salud*. Recuperado de <http://www.vidactiva.com.ec/1122-la-bicicleta-urbana-una-revolucion-en-las-ciudades/> Acceso: 15 de agosto de 2014

Vidal, L. (2014). *Capital Financiero*. “Restaurante que marchan sobre ruedas”. Recuperado de <http://www.capital.com.pa/restaurante-que-marchan-sobre-ruedas/> Acceso 15 de agosto de 2014

Yépez, David (2010). *Ciclomuseo. Volumen I. Tesis previa a la obtención de título de Arquitecto. Facultad de arquitectura, diseño y artes. Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Quito, Ecuador*.

## **ANEXO N.- 1**

### **ENTREVISTAS FORMATO**

1. Cuéntenos un poco sobre cómo empezó su vida en el ciclismo y que realiza actualmente referente a este deporte.
2. Siendo ciclista y practicante activo de dicho deporte que características define a un ciclista y cuáles son sus necesidades más importantes al momento de realizar ciclismo?
3. Como deportista conoce la importancia de la alimentación para el rendimiento, ¿Qué tipo de alimentos consume para mantener un rendimiento adecuado sobre la bicicleta?
4. Cuando realiza un fuerte entrenamiento sufre un desgaste físico importante, ¿Qué tipo de alimentos consume para recuperar energías?
5. Al momento de planear carreras o entrenamientos, reunirse después de un entrenamiento o simplemente pasar tiempo con amigos ciclistas, ¿qué establecimientos visita? ¿Son estos amigables con la bicicleta?
6. En la actualidad vemos un interés creciente por parte de los ecuatorianos hacia el ciclismo, ¿Opina usted que existen suficientes servicios e infraestructura para la realización de dicho deporte en Quito?
7. Piensa usted que el ciclismo es una manera para incentivar al turismo en Quito y sus alrededores?
8. Ante la situación actual que existe en el Ecuador, cómo ve usted el escenario para el ciclismo y los negocios que dependen del mismo?
9. Considera usted que los emprendimientos basados en el ciclismo tienen posibilidades de crecimiento?

#### **Entrevistas Respuestas**

##### **Edwin Arroyo**

Dueño de Taller Multimarca Dos Ruedas y entrenador hacía varios años de ciclismo.

1. Comenzó hacia varios años con el BMX hace unos 20 años, la pasión por el ciclismo nace a raíz de ver a la familia el transporte en bicicleta. Dueño de Taller Multimarca 2 Ruedas.
2. Lo principal es una alimentación adecuada antes del ciclismo antes de entrenar, hidratación adecuada agua y azúcares.
3. Entre los alimentos adecuados son carbohidratos cercanos a una carrera y la proteína después de estas. Tenemos así pasta antes y carne, pescado y pollo para recuperación.
4. Las proteínas en polvo son buenas y algo más natural como un almuerzo pero no grasas.
5. No existen sitios en los que sentirse cómodos con las bicicletas sin miedo a que se la roben.
6. No existe infraestructura, como centros de alto rendimiento y otros establecimientos, en cuanto a lugares para entrenamiento si existen como los parques de la ciudad.
7. Por supuesto, mediante el ciclismo se incentivan muchas cosas, el turismo especialmente para poder conocer nuevos lugares, aun así no existe cultura de ciclismo, no existe respeto entre personas y ciclistas.
8. Complicado por las situaciones de impuestos que afectan a microempresas de ciclismo.
9. Si, ya existen proyectos que se han lanzado en cuanto al ciclismo, el crear proyectos sobre bicicletas que es un vehículo que apoya al medio ambiente es óptimo y ayudaría en diferentes opciones, transporte, tiempo, etc.

### **Entrevista Xavier Martínez**

Gerente General de Cube, entrenador de ciclismo y Presidente de Alma Team Grupo de Ciclismo.

1. Desde los 5 años con los amigos, ya de forma competitiva los últimos 10 años y está formando un grupo de ciclismo.
2. El ser ciclista demanda esfuerzo físico y tiempo, es un deporte fuerte con diferentes circunstancias, se preparan en cuanto a entrenamiento y alimentación, se adecua la bicicleta y el equipamiento. Se cuida la bicicleta y se realizan ABC cada 15 días para cuidarlas.

3. Se debe tener cuidado en alimentación en cuanto a reservas de carbohidratos, que la comida sea variada con proteínas, carbohidratos y verduras.
4. Si hay un fuerte entrenamiento consumir carbohidratos fideos, pescado, pollo, verduras, muy poca carne roja y cerdo.
5. Reuniones en cafés y tiendas, especialmente en lugares que tengan parqueos de bicicletas ya que es difícil, no hay espacios para las bicicletas y siempre hay que estar pendientes de las mismas.
6. Sí, ya que hay espacios para entrenar con acceso para la gente y existencia de parques.
7. Sí, ya que hay senderos de montaña para conocer en Quito, realizar paseos en estos y se puede ver animales y naturaleza.
8. El desarrollo se va dando a pasos lentos, hay que empezar a impulsar desde nosotros para generar las necesidades que el gobierno va a apoyar y mejorar para incentivar a la cultura de la bicicleta.
9. Sí, se está avanzando como tema de movilidad y de salud, por lo que el ciclismo va creciendo y aumentando el espacio de este mercado.

## **Entrevista Claudia Durán**

### **Ciclista de competencia**

1. Comencé yendo al Metropolitano y ahora ya realizo carreras de ciclismo, entreno y realizo fotografía de lo mismo.
2. Ser ciclista es un estilo de vida diferente, un ciclista debe alimentarse bien madrugando todos los días y mantener la bicicleta en estado óptimo, haciendo chequeos mensuales de esta.
3. Se consumen proteínas, carbohidratos, según lo que se realice en cuanto a entrenamiento.
4. Se consumen frutas, verduras y fideos. Grasas y azúcares no se deben consumir.
5. Visitamos cafeterías, ceviches, lugares que ofrezcan comidas naturales y buenas. No se conoce ningún lugar amigable para la bicicleta.
6. Últimamente se han creado más espacios para realizar ciclismo pero no existen establecimientos que permitan dejar las bicicletas.

7. Claro, hay espacios que no son conocidos del Ecuador ya que los espacios para ingresos son pequeños y en bicicleta si se puede entrar.
8. Cada vez el ciclismo se pone más de moda y hay más establecimientos enfocados en este mercado, y hay más mujeres que ingresan en este mercado.
9. Sí, ya que el ciclismo está de moda.

## **Entrevista Verónica Jarrín**

### **Ciclista de competencia**

1. Comencé ciclismo como un reto personas al ver ciclistas en el metropolitano al ver a ciclistas profesionales. Soy auspiciada por cuatro marcas de ciclismo por las que son embajadora Energy, Cikla, Monkey Bykes y Saffeti.
2. Lo que define a un ciclista es la actitud positiva, humildad, compañerismo y ser parte del cambio positivo y representar a las mujeres. Siempre es importante cuidar la bicicleta ya que estas poniendo tu integridad física en este artefacto y se realiza una vez por mes una limpieza básica y cada dos meses una completa.
3. En la alimentación equilibrada, más carnes blancas que rojas, comida integral, verduras, frutas y postres y azucares de vez en cuando.
4. Para el desempeño también es necesario productos de recuperación e hidratación como Strong y barras energéticas.
5. Existen lugares clásicos para ciclistas que se utilizan para paradas en entrenamientos, como puntos para finalizar el entrenamiento, lugares donde pueda parquear la bicicleta y estar pendiente de la misma como cafeterías y panaderías, pero no hay ninguna especializada.
6. El ciclismo tiene distintas modalidades y Quito es un lugar que tiene diferentes lugares para entrenamiento como el Bicentenario, Ruta Nayón, Vía Intervalles, Vía Simón Bolívar.
7. Existen organizaciones que realizan paseos en bicicleta en Quito y sus alrededores y se realiza ciclismo un ejemplo es Ruta Cero.
8. Existe un descontento por las nuevas medidas, los aranceles que se han creado no apoyan al deporte. Si bien se valoran los emprendimientos nacionales de creación de bicicletas en el Ecuador, es necesario que se mejore la tecnología, ya que los deportistas necesitan tener un equipo de buena tecnología para apoyar a su rendimiento.

9. Totalmente, se conoce emprendimientos de jerseys, medias deportivas, chompas, alimentos nacionales entre otros que se deben apoyar, pero tienen que ser de calidad y no copias.

### **Entrevista Jose Solis**

Co propietario de La Cleta Café Bicicleta

1. Cuéntenos un poco sobre cómo empezó en el negocio ya cuál es la temática de este.

La cleta comenzó hace 4 años con la idea de crear un espacio para personas que andan en bicicleta, para que no haya problemas para el ingreso al establecimiento con la misma, tiene un diseño con materiales de bicicletas reciclados.

2. Siendo conocedor del mercado del ciclismo, cuáles son las características que atrae a ciclistas a tu negocio?

A las personas les atrae el diseño de los muebles realizados con partes recicladas de bicicletas.

3. Como ha ido evolucionando el negocio y cuales han sido los principales obstáculos del mismo?

En un principio los clientes eran ciclistas y aficionados a la aventura, pero hoy en día el local recibe de todo tipo de clientes.

4. Cuáles son los alimentos que oferta y cuál es el producto estrella?

Se venden pizzas, lasañas, sánduches, ensaladas, pastas, postres, diferentes bebidas, el producto estrella es la pizza y no se realizó ningún estudio sobre la nutrición para ciclistas antes de realizar el menú, solo se tomó en cuanto un producto típico y conocido.

5. Cuáles son los horarios de atención y en qué momento del día reciben más clientes?

El horario de atención es desde 11 am hasta 11 pm de lunes a jueves, viernes hasta 12 pm y sábado hasta las 12 pm, y la mayor cantidad de gente llega a las 8pm.

6. Qué tipos de servicios complementarios referentes al ciclismo ofrece La Cleta?

Descuento del 20% en bebidas para personas que lleguen en bicicleta y 10% en todo, se apoya a campañas de bicicletas, exhibiciones y participaciones en colectivos de bicicletas.

7. En la actualidad vemos un interés creciente por parte de los ecuatorianos hacia el ciclismo, ¿Opina que este ha apoyado a La Cleta?

En realidad no, más ha crecido por personas externas que están dando a conocer el establecimiento durante estos 4 años.

8. Piensa usted que el ciclismo es una manera para incentivar al turismo en Quito y sus alrededores?

Sí, es una manera amigable de llegar a diferentes lugares naturales como chaquiñanes y senderos.

9. Ante la situación actual que existe en el Ecuador, cómo ve usted el escenario para el ciclismo y este negocio?

Para el negocio no tanto ya que no se trabaja con las cosas que tienen impuestos, la única que altera es el vino, por el resto se usan productos nacionales. Afectará por parte del consumidor y por el hecho de comprar bicicletas por lo que el deporte disminuirá.

## ANEXO N.- 2

### IMAGEN POSIBLE MENÚ

**Fresco y Delicioso Sandwiches, Ensaladas y Postres**







**Ensaladas**

- Ensalada de Pasta y Jamón \$4,60
- Ensalada de Pollo y Manzana \$4,00
- Ensalada Vegetariana \$2,00

**Postres**

- Torta de Maduro \$2,50
- Cheesecake de Frutilla \$2,00
- Waffles con chocolate y Frutillas \$2,00.
- Torta de Chocolate \$2,00
- Ensalada de Frutas \$2,50
- Banana Split \$2,50
- Torta de Zanahoria \$2,50

**Crepes**

- Crepes de Chocolate, banana y crema \$2,50
- Crepe de Jamón con Queso \$3,00
- Crepe a la Carbonara \$3,00

**Sandwiches**

- Sánduche de Pollo \$3,00
- Sánduche Express \$2,00
- Sandwich Grillado \$4,00
- Sandwich Vegetariano \$3,00

**Pastas**

- Pasta con Champiñones y Pollo \$3,50
- Pasta con Verduras y Atún \$4,50

**Picadas**

- Nachos con Guacamole \$3,00
- Muchines de Yuca \$3,00






**Bebidas Calientes**

- Vino Hervido \$ 3,00
- Café Expreso \$ 2,50
- Chocolate con leche \$ 2,00
- Café Americano \$3,00
- Cappuccino \$ 3,10
- Café con leche \$ 2,00
- Café Latte \$3,00
- Café Latte \$3,00
- Le de Manzana con canela \$ 1,50
- Le de Frutas \$ 2,00

**Bebidas Frías**

- Jugo de Mora \$1,20
- Jugo de Frutilla \$1,20
- Jugo de Coco \$1,30
- Jugo de Naranja \$1,50
- Jugo de Piña \$1,20
- Milkshake de Frutilla \$2,00
- Milkshake de Mora \$2,00
- Milkshake de Oreo \$3,00
- Milkshake Light de Banano \$1,50

Los precios no incluyen IVA ni 22% de servicios

## ANEXO 3

### RECETAS ESTANDAR

Vino Hervido						
Porciones	6	COD		VH		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado		Precio U.	Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad		
Cartón de Vino Tinto	1	U	1	U	6,41	6,41
Azúcar	75	gr	5000	Gr	4,4	0,07
Naranja	1	U	1	U	0,09	0,09
Limón	1	U	1	U	0,1	0,10
Canela Ramas	0,07	gr	60	Gr	1,42	0,002
Clavos de olor	5	gr	50	Gr	1,72	0,17
Total costo bruto variable						6,84
Costo por PAX						1,14
5% margen de insumos adicionales						0,06
COSTO NETO						1,20
						PV
						3,00
Preparación						
Hervir el vino en una olla junto con las cascarras de naranjas y pedazos de limón cortados, añadir canela y clavos de olor, de igual manera el azúcar y por último el jugo de naranja. Dejar por 15 minutos y retirar del fuego.						

Café Expresso						
Porciones	1	COD		CE		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado		Precio U.	Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad		
Café molido en polvo	20	gr	400	Gr	4,10	0,21
Agua a 100°C	130	cc	6000	Cc	2,11	0,05
Total costo bruto variable						0,25
Costo por PAX						0,25
5% margen de insumos adicionales						0,01
COSTO NETO						0,26
						PV
						2,00
Preparación						
Colocar el café molido en un cacillo y colocar en la cafetera eléctrica, accionar la máquina y verter el café en una taza para expreso						
Chocolate Caliente						
Porciones	1	COD		CHC		
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado		Precio U.	Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad		
Chocolate en polvo	70	gr	440	gr	2,27	0,36
Leche	230	cc	1000	cc	1,08	0,25
Mashmallows	20	gr	250	gr	1,36	0,11
Queso	20	gr	450	gr	2,13	0,09
Total costo bruto variable						0,81
Costo por PAX						0,81
5% margen de insumos adicionales						0,04
COSTO NETO						0,85
						PV
						3,50
Preparación						
Hervir la leche junto con el chocolate hasta adquirir una consistencia un poco espesa, cernir, servir y ofrecer mashmallows, queso y azúcar según el gusto del consumidor.						

Café con leche						
Porciones	1	COD	CL			
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Café molido en polvo	10	gr	400	gr	4,10	0,10
Leche	220	cc	1000	cc	1,08	0,24
Azúcar	5	gr	5000	gr	4,4	0,004
Total costo bruto variable						0,34
Costo por PAX						0,34
5% margen de insumos adicionales						0,02
<b>COSTO NETO</b>						0,36
						PV
						2,00
Preparación						
Colocar en un cacillo la dosis de café y colocar en la cafetera. Se acciona la cafetera y se vierte esto en una taza con leche caliente. Adicionalmente se calienta en una jarra la leche entera haciendo espuma con acción de vaporización y vertemos esta sobre el café balanceando la jarra para crear espuma.						

Capuccino						
Porciones	1	COD	CP			
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Café molido	12	gr	400	gr	4,10	0,12
Leche	220	cc	1000	cc	1,08	0,24
Chocolate en polvo	10	gr	440	gr	2,27	0,05
Canela en polvo	2	gr	50	gr	0,44	0,02
Total costo bruto variable						0,43
Costo por PAX						0,43
5% margen de insumos adicionales						0,02
<b>COSTO NETO</b>						0,45
						PV
						3,10
Preparación						
En una jarra se funde el chocolate con un poco de leche mediante el vaporizador y se mancha el fondo de una taza. En la cafetera se coloca la dosis de café y se llena la taza con la mezcla. Aparte se espesa la leche con el vaporizador y se coloca esta espuma sobre el café y canela al gusto.						

Café Americano						
Porciones	1	COD	CA			
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Café expresso	1	U	1	U	0,25	0,25
Agua purificada a 100°C	175	cc	6000	cc	2,11	0,06
Azúcar	3	gr	5000	gr	4,4	0,003
Total costo bruto variable						0,31
Costo por PAX						0,31
5% margen de insumos adicionales						0,02
<b>COSTO NETO</b>						0,33
						PV
						2,00
Preparación						
Expresso al que se le añade agua caliente para diluirlo. Se sirven separados.						

Mocaccino						
Porciones	1	COD	MC			
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Café molido en polvo	10	gr	400	gr	4,10	0,10
Leche	220	cc	1000	cc	1,08	0,24
Crema Chantilly	10	gr	100	gr	1,51	0,15
Chocolate en polvo	5	gr	400	gr	2,27	0,03
Total costo bruto variable						0,42
Costo por PAX						0,42
5% margen de insumos adicionales						0,02
<b>COSTO NETO</b>						0,44
					PV	3,00
Preparación						
Realizar un expreso y añadir el chocolate en polvo. Decorar con crema chantilly						

Té Manzana con Canela						
Porciones	1	COD	TC			
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Bolsa de manzana con canela	1	U	1	U	0,045	0,045
Agua 100°C	220	cc	6000	CC	2,11	0,077
Azúcar	3	gr	5000	gr	4,4	0,003
Total costo bruto variable						0,13
Costo por PAX						0,13
5% margen de insumos adicionales						0,01
<b>COSTO NETO</b>						0,13
					PV	2,00
Preparación						
Mezclar el agua caliente con la bolsa de té de canela. Azúcar a gusto.						

Té de frutas						
Porciones	1	COD	TC			
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Bolsa té verde	1	U	1	U	0,045	0,045
Agua 100°C	200	ml	6000	ml	2,11	0,070
Fresas	30	gr	1	lb	1,5	0,099
Moras	30	gr	1	lb	1	0,066
Uva sin pepa	30	gr	680,4	gr	1,5	0,066
Hierbabuena	5	gr	50	gr	1,92	0,192
Azúcar	3	gr	5000	gr	4,4	0,003
Total costo bruto variable						0,54
Costo por PAX						0,54
5% margen de insumos adicionales						0,03
<b>COSTO NETO</b>						0,57
					PV	2,00
Preparación						
Mezclar el agua caliente con la bolsa de té de canela. Azúcar a gusto.						

Torta de Maduro						
Porciones	15	COD		TM		
Tiempo de elaboración	40 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Huevos	2	U	1	U	0,13	0,26
Canela en polvo	5	gr	50	gr	0,44	0,04
Maduros	12	U	1	U	0,17	2,04
Mermelada de piña	500	gr	600	gr	2,39	1,99
Mantequilla	450	gr	3000	gr	10,37	1,56
Clavos de olor	5	gr	50	gr	1,72	0,17
Pasas	200	gr	400	gr	3,04	1,52
Ron	120	cc	750	cc	12,86	2,06
Total costo bruto variable						9,64
Costo por PAX						0,64
5% margen de insumos adicionales						0,03
<b>COSTO NETO</b>						0,67
					PV	2,75
Preparación						
Cocinar los maduros con canela y pimienta, luego hacer pure, colocar la mantequilla el ron, pasas, mermelada, canela molida y vainilla. Batir y agregar los huevos y mezclar. Engrasar un molde y colocar la mezcla, hornear por 30m aprox.						

Cheesecake de frutilla						
Porciones	16	COD		CF		
Tiempo de elaboración	45 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Huevos	4	U	1	U	0,13	0,52
Mermelada de frutilla	150	gr	600	gr	2,39	0,60
Mantequilla	150	gr	3000	gr	10,37	0,52
Ralladura de cascara de limón	5	gr	145	gr	0,1	0,003
Galletas dulces	500	gr	300	gr	1,58	2,63
Queso Crema	2	lb	0,55	lb	1,34	4,87
Crema de leche	120	gr	1000	gr	3,79	0,45
Azúcar	250	gr	5000	gr	4,4	0,22
Agua	40	gr	6000	gr	2,11	0,01
Extracto de vainilla	10	gr	500	gr	2,5	0,05
Total costo bruto variable						9,88
Costo por PAX						0,62
5% margen de insumos adicionales						0,03
<b>COSTO NETO</b>						0,65
					PV	3,50
Preparación						
Mezclar las galletas con mantequilla y colocar en el fondo del molde. Batir el queso crema con el azúcar, huevos, crema de leche, ralladura de limón y vainilla. Verter la mezcla sobre la base de galleta. Cocinar a baño maría en el horno por 1 hora, dejar enfriar y al refrigerador. Mezclar la mermelada con el agua y decorar al servir.						

Waffles con chocolate y frutillas						
Porciones	8	COD		WC		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Huevos	2	U	1	U	0,13	0,26
Chocolate derretido	240	gr	400	gr	2,87	1,72
Aceite	60	gr	688	gr	2,00	0,17
Leche	500	cc	1000	cc	1,08	0,54
Harina	187	gr	1000	gr	1,82	0,34
Polvo de hornear	15	gr	120	gr	1,32	0,17
Azúcar	120	gr	5000	gr	4,4	0,11
Sal	5	gr	2000	gr	0,69	0,002
Frutillas	160	gr	1000	gr	2,69	0,43
Total costo bruto variable						3,74
Costo por PAX						0,47
5% margen de insumos adicionales						0,02
<b>COSTO NETO</b>						0,49
					PV	3,50
Preparación						
Batir lo huevos con la leche y el aceite, agregar el resto de ingredientes y mezclar hasta eliminar grumos. Untar en la plancha por 2 minutos. Bañarlos con el chocolate al servir.						

Torta de Chocolate						
Porciones	8	COD		TC		
Tiempo de elaboración	1 hora					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Chocolate en polvo	65	gr	440	gr	2,27	0,34
Agua Caliente	250	cc	6000	cc	2,11	0,09
Harina	250	gr	1000	gr	1,82	0,46
Azúcar	500	gr	5000	gr	4,4	0,44
Polvo de hornear	15	gr	120	gr	1,32	0,17
Aceite	120	gr	688	gr	2,00	0,35
Extracto de vainilla	5	gr	500	gr	2,5	0,03
Huevos	7	U	1	U	0,13	0,91
Sal	1	gr	2000	gr	0,69	0,0003
Total costo bruto variable						2,77
Costo por PAX						0,35
5% margen de insumos adicionales						0,02
COSTO NETO						0,36
						PV
						2,00
Preparación						
Disolver el chocolate en agua caliente y reservar. Mezclar harina, azúcar, polvo de hornear y sal, agregar el chocolate, el aceite, vainilla y los huevos. Revolver bien, engrasar un molde y colocar la mezcla, hornear durante una hora.						

Ensalada de frutas						
Porciones	1	COD		EFR		
Tiempo de elaboración	20 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Papaya	35	gr	1000	gr	1,54	0,05
Piña	35	cc	1000	gr	0,99	0,03
Banano	30	gr	1000	gr	0,85	0,03
Uvas	20	gr	500	gr	2,4	0,10
Frutilla	30	gr	1000	gr	2,69	0,08
Sandia	35	gr	1870	gr	3	0,06
Crema Chantilly	40	gr	100	gr	1,51	0,60
Cyrupe de mora	20	gr	490	gr	3,07	0,13
Total costo bruto variable						1,08
Costo por PAX						1,08
5% margen de insumos adicionales						0,05
COSTO NETO						1,13
						PV
						3,00
Preparación						
Lavar pelar y cortar el melón, piña, frutilla, sandía u banano en cubos de 2 cm. Colocar el una copa y decorar con el cyrupe de mora y la crema chantilly y las uvas.						

Banana Split						
Porciones	1	COD		BS		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Banana	2	U	1	U	0,14	0,28
Helado de mora	25	gr	1000	gr	2,61	0,06525
Helado de chocolate	25	gr	1000	gr	2,61	0,06525
Helado de vainilla	25	gr	1000	gr	2,61	0,06525
Chocolate líquido	20	gr	650	gr	3,26	0,100307692
Crema Chantilly	40	gr	100	gr	1,51	0,604
Total costo bruto variable						1,18
Costo por PAX						1,18
5% margen de insumos adicionales						0,06
COSTO NETO						1,24
						PV
						4,00
Preparación						
Pelar las bananas, incluir los diferentes sabores de helado y como adorno la crema y el chocolate líquido.						

Crepes de chocolate con frutillas, banano y crema chantilly						
Porciones	8	COD	CB			
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Harina	150	gr	1000	gr	1,82	0,27
Leche	250	ml	1000	ml	1,08	0,27
Aceite de oliva	15	ml	1000	ml	4,97	0,07
Azúcar	5	gr	5000	gr	4,4	0,004
Huevos	3	U	1	U	0,13	0,39
Sal	1	gr	2000	gr	0,69	0,0003
Frutillas	400	gr	1000	gr	2,69	1,08
Crema chantilly	10	gr	100	gr	1,51	0,15
Chocolate para fundir	120	gr	400	gr	2,87	0,86
Total costo bruto variable						3,10
Costo por PAX						0,39
5% margen de insumos adicionales						0,02
COSTO NETO						0,41
						PV
						4,50
Preparación						
En un bowl agregamos la harina, sal, azúcar, huevos y leche mezclamos todo hasta dejar sin grumos. En un sartén colocamos margarina y cubrimos la superficie con la mezcla. Doramos de un lado y del otro y sacamos. Agregamos dentro del crepe el chocolate derretido, las frutillas cortadas en tajos y la crema chantilly.						

Crepes de Jamón y queso						
Porciones	8	COD	CF			
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Harina	150	gr	1000	gr	1,82	0,27
Leche	250	ml	1000	ml	1,08	0,27
Aceite de oliva	15	ml	1000	ml	4,97	0,07
Azúcar	5	gr	5000	gr	4,4	0,004
Huevos	3	U	1	U	0,13	0,39
Sal	1	gr	2000	gr	0,69	0,0003
Queso de untar	30	gr	250	gr	1,34	0,16
Jamón	250	gr	5000	gr	9,79	0,49
Pechugas de pollo filete	2	U	1	U	1,54	3,08
Total costo bruto variable						4,74
Costo por PAX						0,59
5% margen de insumos adicionales						0,03
COSTO NETO						0,62
						PV
						4,50
Preparación						
Cocinamos el pollo, cortamos en pedacitos igual que el jamón, agregamos al crepe junto con el queso de untar y colocamos en el sartén por un momento para calentar y que se derrita el queso. Sacamos y servimos.						

Crepes a la Carbonara						
Porciones	8	COD		CC		
Tiempo de elaboración	20 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Harina	150	gr	1000	gr	1,82	0,27
Leche	250	ml	1000	ml	1,08	0,27
Aceite de oliva	15	ml	1000	ml	4,97	0,07
Azúcar	5	gr	5000	gr	4,4	0,004
Huevos	3	U	1	U	0,13	0,39
Sal	1	gr	2000	gr	0,69	0,000
Champiñones	125	gr	450	gr	3,92	1,09
Bacon	125	gr	200	gr	3,98	2,49
Cebolla	1	U	1	U	0,21	0,21
Crema de leche	100	gr	1000	gr	3,79	0,38
Mantequilla	2	gr	3000	gr	10,37	0,01
Queso parmesano	30	gr	250	gr	4,65	0,56
Total costo bruto variable						5,13
Costo por PAX						0,64
5% margen de insumos adicionales						0,03
COSTO NETO						0,67
						PV
						4,50
Preparación						
En un bowl agregamos la harina, sal, azúcar, huevos y leche mezclamos todo hasta dejar sin grumos. En un sartén colocamos margarina y cubrimos la superficie con la mezcla. Doramos de un lado y del otro y sacamos. Para la salsa picar las cebollas, champiñones y bacon dorar .los tres ingredientes en un sartén con sal y pimienta. Batir un huevo con el queso parmesano y la nata.						

Sánduche express						
Porciones	1	COD		SE		
Tiempo de elaboración	10 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Mayonesa Light	15	gr	400	gr	2,34	0,09
Jamón Sanduchero	2	lonjas	200	gr	3,1	0,06
Panes tipo gusano	1	U	1	U	0,43	0,43
Tomate	1	U	1	U	0,31	0,31
Queso Holandés	1	rebanadas	100	rebanadas	38,06	0,38060
Lechuga	15	gr	200	gr	0,65	0,05
Total costo bruto variable						1,32
Costo por PAX						1,32
5% margen de insumos adicionales						0,07
COSTO NETO						1,39
						PV
						3,00
Preparación						
Calentar el pan en la parrilla, colocar la mayonesa y el jamón, tomate, lechuga y queso holandés, colocar otro tanto de mayonesa en la parte inferior del sánduches y cerrarlo.						

Torta de zanahoria						
Porciones	10	COD		TM		
Tiempo de elaboración	40 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Huevos	4	U	1	U	0,13	0,52
Azúcar	190	gr	5000	gr	4,4	0,17
Maduros	12	U	1	U	0,17	2,04
Aceite	190	ml	1000	ml	4,97	0,94
Harina	120	gr	1000	gr	1,82	0,22
Zanahoria Rallada	240	gr	1000	gr	0,84	0,20
Canela	5	gr	50	gr	0,92	0,09
Sal	2	gr	2000	gr	0,69	0,001
Extracto de vainilla	5	gr	500	gr	2,5	0,03
Total costo bruto variable						4,21
Costo por PAX						0,42
5% margen de insumos adicionales						0,02
COSTO NETO						0,44
						PV
						2,50
Preparación						
Cocinar los maduros con canela y pimienta, luego hacer pure, colocar la mantequilla el ron, pasas, mermelada, canela molida y vainilla. Batir y agregar los huevos y mezclar. Engrasar un molde y colocar la mezcla, hornear por 30m aprox.						

Sánduche de pollo							
Porciones	1	COD		SP			
Tiempo de elaboración	10 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Filete de pechuga	1	U	1	U	1,54		1,54
Pan tipo gusano	1	U	1	U	0,43		0,43
Tomate Riñon	1	U	1	U	0,31		0,31
Lechuga Seda	15	gr	200	gr	0,65		0,05
Cebolla Perla	160	gr	1240	gr	1,24		0,16
Mayonesa Light	15	gr	400	gr	2,34		0,09
Queso semi maduro	60	gr	3000	gr	38,06		0,76
Rama Tomillo	10	gr	100	gr	1,66		0,17
Sal	1	gr	100	gr	0,69		0,01
Pimienta	1	gr	100	gr	4,09		0,04
Pimentón Español	1	gr	33	gr	2,23		0,07
Aceitunas	70	gr	160	gr	1,39		0,61
Total costo bruto variable							1,95
Costo por PAX							1,95
5% margen de insumos adicionales							0,10
<b>COSTO NETO</b>							2,04
							PV
3,00							
<b>Preparación</b>							
Salpimentar el filete, agregar el tomillo y el pimentón, freír. Caliente y unte la mayonesa en el pan, incluir el pollo, queso, lechuga, tomate, cebolla y al final las aceitunas y cerrar.							

Sándwich Vegetariano							
Porciones	1	COD		SV			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Pan baguette pequeño	1	U	1	U	0,43		0,43
Tomate rodajas	40	gr	1000	gr	1,54		0,06
Aguacate aplastado	60	gr	1000	gr	2,09		0,13
Aceitunas	50	gr	160	gr	1,39		0,43
Lechuga Seda	15	gr	200	gr	0,65		0,05
Sal	1	gr	100	gr	0,69		0,01
Limón	1	U	1	U	0,1		0,10
Total costo bruto variable							1,21
Costo por PAX							1,21
5% margen de insumos adicionales							0,06
<b>COSTO NETO</b>							1,27
							PV
3,00							
<b>Preparación</b>							
Cortar el pan baguette verticalmente y calentarlo. Colocar el guacamole, el tomate, las aceitunas picadas y la lechuga, por último tapar con el pan.							

Ensalada de pollo y manzana							
Porciones	4	COD		EP			
Tiempo de elaboración	20 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Pechugas de pollo en filetes	2	U	1	U	1,54		3,08
Manzanas verdes	2	U	1	U	0,418		0,84
Lechuga pequeña	1	U	1	U	4,4		4,40
Mayonesa	120	gr	3700	gr	10,28		0,33
Salsa de tomate	120	gr	2930	gr	2,93		0,12
Aceite	100	ml	740	ml	2		0,27
Papas	330	gr	1000	gr	0,71		0,23
Sal	1	gr	2000	gr	0,69		0,0003
Pimienta	1	gr	250	gr	2,12		0,01
Total costo bruto variable							9,28
Costo por PAX							2,32
5% margen de insumos adicionales							0,12
<b>COSTO NETO</b>							2,44
							PV
4,50							
<b>Preparación</b>							
Salpimentar el pollo y freír con aceite, dejar enfriar y córtalos en trocitos. Cocinar las papas y cortar en cubos. Cortar la lechuga en tiras al igual que las manzanas en dados, mezclar todo y al momento de servir añadir la salsa rosada al gusto.							

Ensalada Vegetariana						
Porciones	4	COD		EV		
Tiempo de elaboración	20 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Lechuga	1	U	1	U	4,4	4,40
Pimiento Verde	30	gr	1000	gr	1,9	0,06
Vainitas cocidas	226,8	gr	400	gr	1,16	0,66
Papa	2	gr	1000	gr	0,71	0,00
Uvillas	250	gr	300	gr	1,25	1,04
Tomates Cherris	250	gr	330	gr	1,84	1,39
Jugo de limón	60	ml	500	ml	1,3	0,16
Aceite	60	gr	740	ml	2	0,16
Cebolla Blanca	30	gr	1000	gr	1,24	0,04
Perejil	5	gr	120	gr	0,83	0,03
Sal	1	gr	2000	gr	0,69	0,0003
Pimienta	1	gr	250	gr	2,12	0,01
Total costo bruto variable						2,84
Costo por PAX						0,71
5% margen de insumos adicionales						0,04
<b>COSTO NETO</b>						0,74
						PV
<b>3,50</b>						
Preparación						
Formar el aderezo con el limón , aceite, cebolla, perejil, sal y pimienta. Mezclar la lechuga picada, el pimiento en rodajas, vainitas, papa en cubos, uvillas, tomates en un bowl y bañar con el aderezo.						

Muchines de yuca						
Porciones	1	COD		MY		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Yuca cocinada	180	gr	1000	gr	0,63	0,1134
Queso Fresco	30	gr	450	gr	2,13	0,142
Sal	2	gr	2000	gr	0,69	0,00069
Total costo bruto variable						0,26
Costo por PAX						0,26
5% margen de insumos adicionales						0,01
<b>COSTO NETO</b>						0,27
						PV
<b>3,00</b>						
Preparación						
Aplastar la yuca hasta obtener una masa manejable, salpimentar. Añadir el queso desmenuzado a la yuca y formar pequeñas tortillas circulares, freírlas con aceite.						

Pasta con verduras y atún						
Porciones	2	COD		PV		
Tiempo de elaboración	20 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Macarrones	200	gr	250	gr	0,75	1,36
Atún	150	gr	354	gr	2,71	1,15
Tomates	2	U	1	U	0,22	0,44
Pimiento rojo	150	gr	1000	gr	0,59	0,09
Cebolla	160	gr	1000	gr	1,54	0,25
Pimienta	1	gr	250	gr	2,12	0,01
Orégano	1	gr	50	gr	0,63	0,01
Aceite de oliva	10	ml	1000	ml	4,97	0,05
Sal	1	gr	2000	gr	0,69	0,00
Total costo bruto variable						3,36
Costo por PAX						1,68
5% margen de insumos adicionales						0,08
<b>COSTO NETO</b>						1,76
						PV
<b>4,50</b>						
Preparación						
Limpiamos y cortamos las verduras, rehogamos en un sartén la cebolla, tomate y pimiento por unos minutos, salpimentamos. Añadimos el atún y cocinamos por un par de minutos. En una cazuela cocinamos los macarrones con sal y después de escurrirlos los mezclamos con las verduras y el atún. Servimos decorando con orégano y queso parmesano.						

Pasta con champiñones y pollo							
Porciones	4	COD		PA			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado				Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Tallarín	1	lb	200	gr	0,75	1,70	
Mantequilla	90	gr	3000	gr	10,37	0,31	
Queso	100	gr	250	gr	4,65	1,86	
Leche	100	ml	1000	ml	1,08	0,11	
Champiñones	1	lb	450	gr	3,92	0,01	
Perejil	30	gr	120	gr	0,83	0,21	
Sal	2	gr	2000	gr	0,69	0,001	
Pollo pechugas	3	U	1	U	1,54	4,62	
Harina	32	gr	1000	gr	1,82	0,06	
Orégano	1	gr	50	gr	0,63	0,01	
Total costo bruto variable						8,89	
Costo por PAX						2,22	
5% margen de insumos adicionales						0,11	
<b>COSTO NETO</b>						<b>2,33</b>	
						PV	4,50
Preparación							
Cocinar la pasta con sal al gusto y escurrir. Limpiar los champiñones y dorarlos en una cazuela con aceite y perejil. Cortar la pechuga en tiras salpimentar e incorporar al sartén con champiñones, añadir el perejil y retirarlos. En el sartén agregar harina y leche con los champiñones, esperar a que se espese y agregar el pollo, tallarín y después de 5 min sacar y servir decorando con orégano y queso.							

Nachos con Guacamole							
Porciones	4	COD		NG			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado				Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Tortillas de maíz	4	U	10	U	2,00	0,80	
Aguacates	200	gr	1000	gr	2,09	0,42	
Queso mozzarella	160	gr	1000	gr	8,04	1,29	
Cebolla	480	gr	1000	gr	2,17	1,04	
Tomate	480	gr	1000	gr	1,54	0,74	
Diente de ajo	4	U	1	U	0,50	2,00	
Limón	10	ml	500	ml	1,13	0,02	
Aceite de oliva	10	ml	1000	ml	4,97	0,05	
Sal	7	gr	2000	gr	0,69	0,002	
Total costo bruto variable						6,36	
Costo por PAX						1,59	
5% margen de insumos adicionales						0,08	
<b>COSTO NETO</b>						<b>1,67</b>	
						PV	4,00
Preparación							
Cortar las tortillas de maíz en triángulos y freírlos. Aplastar el interior del aguacate y mezclarlo con limón y sal, agregar el tomate, la cebolla y el ajo mezclar todo bien. Derretir el queso y mezclarlo con los ingredientes, servir con el guacamole.							

Jugo de mora							
Porciones	1	COD		JM			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado				Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Pulpa de mora	100	gr	500	gr	2,04	0,41	
Agua	220	cc	6000	cc	2,11	0,08	
Azúcar	30	gr	5000	gr	4,4	0,03	
Total costo bruto variable						0,51	
Costo por PAX						0,51	
5% margen de insumos adicionales						0,03	
<b>COSTO NETO</b>						<b>0,54</b>	
						PV	1,20
Preparación							
Colocar en la licuadora la pulpa de mora, el agua purificada y el azúcar, licuar y servir.							

Jugo de Frutilla							
Porciones	1	COD		JF			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Pulpa de frutilla	100	gr	500	gr	2,04	0,41	
Agua	220	cc	6000	cc	2,11	0,08	
Azúcar	30	gr	5000	gr	4,4	0,03	
Total costo bruto variable						0,51	
Costo por PAX						0,51	
5% margen de insumos adicionales						0,03	
COSTO NETO						0,54	
						PV	1,20
Preparación							
Colocar en la licuadora la pulpa de frutilla, el agua purificada y el azúcar, licuar y servir.							

Jugo de coco							
Porciones	1	COD		JC			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Pulpa de coco	100	gr	500	gr	2,39	0,48	
Agua	220	cc	6000	cc	2,11	0,08	
Azúcar	30	gr	5000	gr	4,4	0,03	
Total costo bruto variable						0,58	
Costo por PAX						0,58	
5% margen de insumos adicionales						0,03	
COSTO NETO						0,61	
						PV	1,20
Preparación							
Colocar en la licuadora la pulpa coco, el agua purificada y el azúcar, licuar y servir.							

Jugo de Naranja							
Porciones	1	COD		JN			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Naranjas	2	U	1	U	0,2	0,40	
Agua	100	cc	6000	cc	2,11	0,04	
Azúcar	30	gr	5000	gr	4,4	0,03	
Total costo bruto variable						0,46	
Costo por PAX						0,46	
5% margen de insumos adicionales						0,02	
COSTO NETO						0,48	
						PV	1,50
Preparación							
Exprimir las naranjas en un recipiente, añadir azúcar y el agua, mezclar y servir.							

Jugo de Piña							
Porciones	1	COD		JP			
Tiempo de elaboración	15 min						
Ingredientes	Cant. Necesaria			Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.		
Piña	100	gr	500	gr	1,77	0,35	
Agua	220	cc	6000	cc	2,11	0,08	
Azúcar	30	gr	5000	gr	4,4	0,03	
Total costo bruto variable						0,46	
Costo por PAX						0,46	
5% margen de insumos adicionales						0,02	
COSTO NETO						0,48	
						PV	1,20
Preparación							
Pelar la piña, cortarla en trocitos y colocarla en la licuadora junto con el agua y el azúcar. Licuar, cernir y servir.							

Milkshake de frutilla						
Porciones	1	COD		MF		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Leche	150	ml	1000	ml	1,08	0,16
Frutillas	150	gr	1000	gr	2,69	0,40
Azúcar	50	gr	5000	gr	4,4	0,04
Vainilla	5	gr	500	gr	2,5	0,03
Helado de vainilla	5	ml	1000	ml	2,61	0,01
Frutillas en rodajas	85	gr	1000	gr	2,69	0,23
Hielo						
Total costo bruto variable						0,93
Costo por PAX						0,93
5% margen de insumos adicionales						0,05
<b>COSTO NETO</b>						<b>0,98</b>
						PV
<b>Preparación</b>						
Agregar el agua, las frutillas, la leche y el azúcar. Mezclar durante un minuto, añadir la esencia de vainilla, el helado y las fresas, mezclar nuevamente y servir.						

Milkshake de mora						
Porciones	1	COD		MM		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Leche	150	ml	1000	cc	1,08	0,16
Moras	85	gr	1000	gr	2,99	0,25
Azúcar	50	gr	5000	gr	4,4	0,04
Vainilla	5	gr	500	gr	2,5	0,03
Helado de mora	75	ml	1000	ml	2,61	0,20
Total costo bruto variable						0,22
Costo por PAX						0,22
5% margen de insumos adicionales						0,01
<b>COSTO NETO</b>						<b>0,23</b>
						PV
<b>Preparación</b>						
Agregar el agua, las moras, la leche y el azúcar. Mezclar durante un minuto, añadir el extracto de vainilla, el helado y mezclar nuevamente y servir.						

Milkshake de oreo						
Porciones	1	COD		MO		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Leche	700	ml	1000	cc	1,08	0,76
Helado de vainilla	360	ml	1000	ml	2,61	0,94
Galletas Oreo	8	U	1	U	0,10	0,80
Hielo						
Total costo bruto variable						1,74
Costo por PAX						1,74
5% margen de insumos adicionales						0,09
<b>COSTO NETO</b>						<b>1,83</b>
						PV
<b>Preparación</b>						
Mezclar el helado y la leche por un minuto, partir las galletas y añadir las agregar el hielo y mezclar. Servir.						

Milkshake Light de Banano						
Porciones	2	COD		ML		
Tiempo de elaboración	15 min					
Ingredientes	Cant. Necesaria		Precio Mercado			Total
	Cantidad	Unidad	Cant.	Unidad	Precio U.	
Yogurt descremado de vainilla	240	ml	2000	ml	4,6	0,55
Leche descremada	180	ml	1000	ml	1,08	0,19
Plátanos	3	U	1	U	0,1	0,30
Esencia de vainilla	5	gr	500	gr	2,5	0,03
Edulcorante Stevia	6	U	1	U	0,07	0,42
Total costo bruto variable						0,45
Costo por PAX						0,22
5% margen de insumos adicionales						0,01
<b>COSTO NETO</b>						0,23
						PV
<b>Preparación</b>						
Mercar todos los elementos incluyendo uno a uno hasta que los plátanos hayan desaparecido por completo. Decorar con hojas de menta.						

## ANEXO 4

### PROFORMAS

#### Practisis Software



Quito, 30 de Marzo de 2015

Atención:  
Srta. Soledad Galarza  
Cafetería  
Presente.-

**Objeto: Cotización Practisis Fast Food Manager**

Practisis Manager llega a sus clientes por medio de una suscripción mensual, con la cual el cliente puede acceder a todos los recursos del sistema, pasa a ser parte de una comunidad de usuarios y se beneficia de una herramienta en constante evolución.

El sistema se arrienda en base a licencias automáticas, no se arrienda equipos ni hardware de ninguna clase.

- El servidor es la primera computadora del establecimiento, este computador puede ser parte de la operación sin ningún inconveniente y los clientes son computadores adicionales donde se instalara el sistema, dependiendo de la necesidad del negocio.
- Para el uso de esta versión se requiere una conexión estándar a Internet.
- El Fast Food Manager puede conectarse a nuestro BackOffice, sistema contable; esta herramienta sirve para manejar la contabilidad del establecimiento y para la presentación de información financiera. Facilita también la declaración de impuestos, emisión de estados financieros y declaraciones electrónicas al SRI.

El costo mensual estimado de la operación en su establecimiento es de \$69 + IVA y se detalla posteriormente.

Existen varios procesos relacionados con la operación del software:

- Instalación del sistema vía remota.
- Puesta a punto de datos básicos para empezar.
- Entrenamiento al personal del establecimiento a través de videos online que serán enviados al usuario.

El costo único de estos procesos es de \$150 + IVA, mismo que deberá ser cancelado por adelantado. Este valor incluye 8 horas distribuido en los siguientes servicios: instalación vía remota, entrenamiento a través de videos en línea y soporte vía remoto.

El valor de instalación NO cubre el armado o configuración de equipos, cableado de red, configuración de puntos de red o instalación de impresoras. El cliente deberá tener personal de servicio técnico para estos requerimientos.

Recomendamos el uso de Windows 7 (Ultimate o Business Edition) o Windows 8, NO trabajamos con Windows Vista ni Windows 7 (Home o Starter).

---

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.  
Av. Francisco de Orellana E11-14 y Coruña. Edif. María Gabriela, Piso 1. Quito, Ecuador.  
+593-2-6039200. E-mail: [info@practisis.com](mailto:info@practisis.com) Web: [www.practisis.net](http://www.practisis.net)



### Horas Contratadas para Soporte Inicial

Asunto	Contenido	Horas
Instalación – Vía Remota	Hora Técnica de Instalación hasta 4 terminales	3
Cajero	Ciclo Cajero: Caja, Cierre de Caja & Bodegas Cajero	Videos Online
Administrador 101	Conceptos, Compras, Requisiciones, Físico, Formulas, Reportes	Videos Online
Administrador 102	Reportes, Precios, Control	Videos Online
Base de Datos	Inicialización de Base de Datos	2
Soporte	Pruebas, Soporte, Apertura vía remota	3
<b>TOTAL HORAS</b>		<b>8</b>

Las capacitaciones se realizarán a través de videos que serán enviados a los usuarios para su revisión, la configuración e instalación se realizara vía remota.

El número de maquinas sugeridas para su operación es el siguiente:

Cantidad	Tipo	Ubicación
1	Servidor	Caja, Pedidos
2	Impresoras TMU	1 en Caja, 1 para comandas

El valor de licencia mensual se detalla a continuación:

Cantidad	Descripción	Unitario	Total
1	Fast Food Manager Servidor	69,00	69,00
0	Fast Food Manager Cliente	25,00	0,00
	<b>Subtotal</b>	USD	<b>69,00</b>
	<b>IVA</b>	USD	<b>8,28</b>
	<b>Total</b>	USD	<b>77,28</b>

La única forma de pago de la licencia mensual se hará mediante débito automático de una cuenta bancaria (Pichincha o Produbanco) o cargo a una tarjeta de crédito.

A partir del fin de proceso de puesta en marcha, mismo que será notificado por escrito, Practisis brinda servicios de soporte vía e-mail sin costo; las visitas que se dieren por razones de mal manejo del sistema, auditorías, instalación o re-instalación de puntos de red, etc., serán cobradas al cliente, siendo toda esta información detallada en el contrato de soporte.

Para iniciar operaciones de uso del Fast Food Manager, necesitamos un tiempo mínimo de cinco (5) días hábiles, dentro de los dos primeros días el cliente deberá aceptar la base de datos para aprobar la instalación del Software. Esos días empiezan a contar desde que han sido entregados todos los requisitos pedidos en la hoja de inicialización y se han firmado los contratos correspondientes.

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.

Av. Francisco de Orellana E11-14 y Coruña. Edif. María Gabriela, Piso 1. Quito, Ecuador.  
+593-2-6039200. E-mail: [info@practisis.com](mailto:info@practisis.com) Web: [www.practisis.net](http://www.practisis.net)






## Quote

04/13/2015

Project:  
Soledad Galarza

:  
Importadora Comercial Ochoa  
Dominguez Cia Ltda  
Andrea Orellana  
La Prensa N46-59 y Zamora  
Quito  
(593)2430477

Número de Referencia de Trabajo: 240

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Venta Total
1	1 ea	<b>HORNO DE MICROONDAS</b> General No. de Modelo GEW 1000E Comercial horno microondas, (1.0) cúbico. pies. interior, digital panel digital control, pantalla LED, 3-Escenario(etapa) para cocinar capacidad, nivel de potencia a 10, luz arriba temporizador de dial, mango de metal, bloqueo sistema, 1000 vatios, ETL, cULus, CE 	\$428.29	\$428.29
	1 ea	120V/60/1-PH (sin cargo)		
2	1 ea	<b>DISPENSADOR DE BEBIDAS</b> Grindmaster-Cecilware No. de Modelo D25-4 Crathco® Classic Bubblers™ Premezcla dispensador de bebidas frías, 44.45cm W, (2) 5 galón(es) de capacidad policarbonato transparente bol, MCX Mag Drive™ aspa, base de plástico paneles laterales & bandeja para goteo, roceador/spray & que se agitan Circulación empaquetados con módulo, NSF, cULus (Grindmaster) 	\$1,250.00	\$1,250.00
	1 ea	5 años compresores garantía, estándar (sin cargo)		
	1 ea	120V/60/1, 660 vatios, 6 Amperios, estándar (sin cargo)		
3	1 ea	<b>MÁQUINA DE CAFÉ 1 GRUPO</b> Custom No. de Modelo B207 El modelo B207 es práctico y económico, se puede instalar en cualquier lugar sin conexión a la red de abastecimiento de agua, gracias al sistema de caldera con intercambiador de calor y de los grupos de prácticas de calentamiento del sistema capuchinos, café y té puede ser producida por una gran comunidad. El grupo se calienta por 2 cartucho de elemento de calentamiento controlado por un termostato para mantener una temperatura constante. 	\$1,704.00	\$1,704.00
		B207 PM Funciona con una bomba de vibración y grupos de suministro con válvula de solenoide. El grupo es controlado por un botón pulsador, que activan una bomba de vibración y abrir la válvula de solenoide grupo de entrega de café, una vez que se alcanza la cantidad deseada; pulsando de nuevo el botón pulsador, el grupo se detiene. • Calefacción eléctrica		

Soledad Galarza

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 1 of 7