



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**“CAFETERÍA TEMÁTICA PARA EL RESCATE DE LA FLORA  
NATIVA EN LA COMUNIDAD DE PEGUCHE, OTAVALO-  
ECUADOR”**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

**AUTOR:** Lesly Darina Fichamba Córdova

**DIRECTOR:** Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo MSc.

**IBARRA – 2022**

## APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo, en mi calidad de Director del Trabajo de Grado titulado **“Cafetería temática para el rescate de la flora nativa, Comunidad de Peguche, Otavalo-Ecuador”**, tengo a bien certificar que ha sido realizado en su totalidad por la señorita Fichamba Córdova Lesly Darina, portadora de la cédula de identidad número: 1004417695, documento que cumple con los requerimientos normativos de citación y referenciación, por lo que se aprueba para su defensa pública ante un tribunal.



.....  
**Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo**

**C.I. 1713642666**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004417695	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Fichamba Córdova Lesly Darina	
DIRECCIÓN:	Peguiche Calle Faccha Ñan	
EMAIL:	leslyfichamba@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	2520522	TELÉFONO MÓVIL: 0996552465

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Cafetería temática para el rescate de la flora nativa en la comunidad de Peguiche, Otavalo-Ecuador
AUTOR (ES):	Fichamba Córdova Lesly Darina
FECHA: DD/MM/AAAA	02/12/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Echeverría Cachipundo Oswaldo Galo

#### 2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 3 días del mes de marzo de 2022

#### EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: Lesly Darina Fichamba Córdova

## **DEDICATORIA**

A mis padres por ser mis guías en este largo camino, por enseñarme que con dedicación, esfuerzo, sin miedo y con amor se puede llegar muy lejos y cumplir muchos sueños.

A mis hermanitas por siempre estar, en las buenas y en las malas, por ser siempre únicas y chistosas.

A mis amigos y compañeros de esta vida universitaria que se convirtieron en mi segunda familia.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica del Norte y al personal de la Carrera de Turismo por todo el apoyo brindado.

A mis profesores, en especial a mis tutores que en este último peldaño han sido un pilar fundamental tanto de manera profesional como personal para la culminación exitosa de mi trabajo de grado.

A las empresas públicas y privadas por abrirme sus puertas amablemente y haberme permitido realizar la investigación, de manera especial al personal que labora dentro del Bosque Protector “Cascada de Peguche” por su paciencia y por haberme compartido sus conocimientos.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DIRECTOR TRABAJO DE GRADO .....	i
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	v
INDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
1. DIAGNÓSTICO.....	18
1.1. Determinación y justificación del problema .....	18
1.1.1. Objetivo general .....	18
1.1.2. Objetivos específicos .....	18
1.2. Propuesta de la idea de negocio .....	18
1.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	19
1.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio .	20
1.4.1. Análisis de la industria.....	20
1.5. Diagnóstico .....	27
1.6. Riesgos y oportunidades de la idea de negocio .....	29
1.7. Fundamentos teóricos .....	30
1.7.1. Empresa de alimentos y bebidas .....	31
1.7.2. Generalidades de la cafetería .....	31

1.7.3.	Cafeterías temáticas .....	35
1.7.4.	Flora .....	36
1.7.5.	Flora nativa.....	37
1.7.6.	Flora nativa como patrimonio natural.....	39
1.7.7.	Ancestralidad y territorio.....	40
1.8.	Fundamentación legal.....	40
2.	ESTUDIO DE MERCADO .....	45
2.1.	Diseño de la investigación de mercado.....	45
2.1.1.	Tipos de investigación.....	45
2.1.2.	Tipos de muestreo y cálculo de la muestra .....	46
2.1.3.	Instrumentos para recolección de datos .....	50
2.1.4.	Resultados y discusión.....	51
2.2.	Segmentación de mercado .....	57
2.3.	Análisis de la oferta.....	60
2.4.	Proyección de la competencia.....	64
2.5.	Análisis de la demanda.....	66
2.6.	Proyección de la demanda .....	69
2.7.	Demanda insatisfecha .....	71
3.	ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO .....	74
3.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	74
3.1.1.	Macrolocalización.....	74
3.1.2.	Microlocalización .....	75
3.2.	Identificación y descripción de los procesos .....	77
3.1.1.	Caracterización y diseño del producto/servicio.....	77

3.2.2.	Descripción del proceso productivo o prestación del servicio .....	90
3.3.	Ingeniería del proyecto .....	101
3.3.1.	Distribución de la planta .....	101
3.3.2.	Diseño planimétrico de la planta .....	103
3.3.3.	Requerimientos por áreas .....	105
3.4.	Inversiones y capital de trabajo .....	112
3.4.1.	Obra civil necesaria .....	112
3.4.2.	Maquinaria y equipos .....	114
3.4.3.	Capital de trabajo .....	124
3.4.4.	Total de inversión .....	129
3.4.5.	Plan de financiación .....	129
3.5.	Estructura organizativa y administrativa .....	130
3.5.1.	Misión .....	130
3.5.2.	Visión .....	130
3.5.3.	Políticas .....	130
3.5.4.	Valores .....	130
3.5.5.	Imagen corporativa .....	131
3.5.6.	Organigrama .....	131
3.5.7.	Manual de funciones .....	133
3.5.8.	Flujograma de actividades .....	138
3.5.9.	Descripción del diagrama de flujo .....	142
3.5.10.	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual .....	143
4.	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING .....	145
4.3.	Nombre comercial .....	145



4.4.	Canales de distribución.....	146
4.5.	Publicidad.....	147
4.5.1.	Infraestructura .....	147
4.5.2.	Publicidad física .....	148
4.5.3.	Marketing digital .....	149
4.5.4.	Promociones.....	153
4.5.5.	Material fotográfico.....	154
4.5.6.	Material videográfico .....	154
4.6.	Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.....	155
5.	ESTUDIO ECONÓMICO .....	157
5.1.	Estado de situación inicial.....	157
5.2.	Flujo de efectivo .....	159
5.3.	Proyección de ingresos y gastos .....	162
5.4.	Cálculo de VAN y TIR .....	163
5.5.	Punto de equilibrio .....	164
6.	ESTUDIO AMBIENTAL .....	166
6.1.	Descripción de las acciones/actividades del emprendimiento .....	166
6.1.1.	Factores ambientales .....	166
6.1.2.	Identificación de los Impactos Ambientales .....	168
6.2.	Descripción del método a aplicar.....	170
6.3.	Ampliación del método de interacción y la valoración de los impactos ambientales.....	173
6.4.	Aplicación de la matriz de interacción cromática.....	176
6.5.	Jerarquización de los impactos ambientales.....	179

6.6. Matriz de interpretación de resultados.....	179
6.7. Plan de manejo ambiental .....	187
7. CONCLUSIONES.....	191
8. RECOMENDACIONES .....	193
Bibliografía.....	194
ANEXOS.....	197

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Análisis de la industria</i> .....	20
<b>Tabla 2</b> <i>Matriz FODA</i> .....	30
<b>Tabla 3</b> Turistas nacionales que visitaron el Bosque Protector “Cascada de Peguche” en el año 2019 .....	47
<b>Tabla 4</b> <i>Turistas extranjeros que visitaron el Bosque Protector “Cascada de Peguche” en el año 2019</i> .....	48
<b>Tabla 5</b> <i>Valor de Z de acuerdo con el nivel de confianza</i> .....	49
<b>Tabla 6</b> Matriz segmentación de mercados.....	57
<b>Tabla 7</b> Análisis de la oferta .....	61
<b>Tabla 8</b> Resumen de atractivos turísticos como oferta para el mercado meta .....	62
<b>Tabla 9</b> Proveedores para el emprendimiento .....	63
<b>Tabla 10</b> Cantidad promedio de visitantes anuales en el cantón Otavalo .....	64
<b>Tabla 11</b> Proyección de la oferta.....	66
<b>Tabla 12</b> Análisis de la demanda potencial del Cantón Otavalo.....	66
<b>Tabla 13</b> Frecuencia de visitas .....	67

<b>Tabla 14</b>	Análisis de la demanda.....	68
<b>Tabla 15</b>	Proyección de la demanda potencial.....	70
<b>Tabla 16</b>	Proyección de la demanda insatisfecha .....	71
<b>Tabla 17</b>	Capacidad de carga anual.....	72
<b>Tabla 18</b>	Proyección de la demanda objetiva.....	73
<b>Tabla 19</b>	Bebidas a base de café .....	79
<b>Tabla 20</b>	<i>Jugos naturales</i> .....	80
<b>Tabla 21</b>	Infusiones.....	81
<b>Tabla 22</b>	<i>Smoothie (Licuado de frutas)</i> .....	82
<b>Tabla 23</b>	<i>Sándwiches</i> .....	83
<b>Tabla 24</b>	<i>Postres</i> .....	84
<b>Tabla 25</b>	Interpretación de la flora nativa de la zona .....	86
<b>Tabla 26</b>	<i>Proceso productivo bebidas de café</i> .....	90
<b>Tabla 27</b>	<i>Proceso productivo bebidas con frutas</i> .....	94
<b>Tabla 28</b>	Proceso productivo infusiones aromáticas.....	96
<b>Tabla 29</b>	Proceso productivo sándwiches .....	97
<b>Tabla 30</b>	Proceso productivo postres .....	99
<b>Tabla 31</b>	Prestación de servicio recorrido por Jardín Nativo.....	100
<b>Tabla 32</b>	<i>Áreas del establecimiento</i> .....	105
<b>Tabla 33</b>	<i>Requerimientos área de cocina</i> .....	105
<b>Tabla 34</b>	<i>Requerimientos área de caja para cafetería Jardín nativo</i> .....	108
<b>Tabla 35</b>	<i>Requerimiento administración para cafetería Jardín nativo</i> .....	109
<b>Tabla 36</b>	<i>Requerimientos área de comedor para cafetería Jardín Nativo</i> .....	109

<b>Tabla 37</b>	<i>Requerimientos bodega cafetería Jardín Nativo</i> .....	110
<b>Tabla 38</b>	<i>Requerimientos baños cafetería Jardín Nativo</i> .....	110
<b>Tabla 39</b>	<i>Requerimientos Jardín de cafetería Jardín Nativo</i> .....	111
<b>Tabla 40</b>	<i>Requerimientos señalética para Cafetería Jardín Nativo</i> .....	111
<b>Tabla 41</b>	<i>Requerimientos suministros de oficina</i> .....	112
<b>Tabla 42</b>	<i>Cotización adecuación cafetería</i> .....	113
<b>Tabla 43</b>	<i>Maquinaria y equipos para área de cocina</i> .....	114
<b>Tabla 44</b>	<i>Maquinaria y equipos área de pedido</i> .....	117
<b>Tabla 45</b>	<i>Maquinaria y equipos administración</i> .....	118
<b>Tabla 46</b>	<i>Maquinaria y equipo área de comedor</i> .....	119
<b>Tabla 47</b>	<i>Requerimientos bodega cafetería Jardín Nativo</i> .....	119
<b>Tabla 48</b>	<i>Requerimientos baños cafetería Jardín Nativo</i> .....	120
<b>Tabla 49</b>	<i>Requerimientos Jardín de cafetería Jardín Nativo</i> .....	120
<b>Tabla 50</b>	<i>Requerimientos señalética para Cafetería Jardín Nativo</i> .....	121
<b>Tabla 51</b>	<i>Requerimientos suministros de oficina</i> .....	122
<b>Tabla 52</b>	<i>Insumos cafetería Jardín Nativo</i> .....	122
<b>Tabla 53</b>	<i>Materia prima cafetería Jardín Nativo</i> .....	124
<b>Tabla 54</b>	<i>Permisos de funcionamiento</i> .....	127
<b>Tabla 55</b>	<i>Salario</i> .....	127
<b>Tabla 56</b>	<i>Servicios básicos</i> .....	128
<b>Tabla 57</b>	<i>Presupuesto de marketing</i> .....	128
<b>Tabla 58</b>	<i>Total de la inversión</i> .....	129
<b>Tabla 59</b>	<i>Puesto de trabajo: Gerente</i> .....	133

<b>Tabla 60</b> <i>Puesto de trabajo: Barista</i> .....	135
<b>Tabla 61</b> <i>Puesto de trabajo: Mesero polifuncional</i> .....	136
<b>Tabla 62</b> <i>Estado de situación inicial</i> .....	157
<b>Tabla 63</b> <i>Costo de capital</i> .....	159
<b>Tabla 64</b> <i>Flujo de efectivo</i> .....	160
<b>Tabla 65</b> <i>Proyección ingresos y egresos</i> .....	163
<b>Tabla 66</b> <i>Cálculo VAN y TIR</i> .....	163
<b>Tabla 67</b> <i>Punto de equilibrio</i> .....	164
<b>Tabla 68</b> <i>Identificación de Acciones/actividades</i> .....	166
<b>Tabla 69</b> <i>Factores ambientales</i> .....	167
<b>Tabla 70</b> <i>Identificación de impactos ambientales</i> .....	168
<b>Tabla 71</b> <i>Escala de valoración cuantitativa</i> .....	171
<b>Tabla 72</b> <i>Escala de valoración cualitativa con impactos negativos</i> .....	171
<b>Tabla 73</b> <i>Escala de valoración cualitativa con impactos positivos</i> .....	171
<b>Tabla 74</b> <i>Representación cromática para impactos positivos</i> .....	172
<b>Tabla 75</b> <i>Representación cromática para impactos negativos</i> .....	172
<b>Tabla 76</b> <i>Método de interacción y escalas</i> .....	173
<b>Tabla 77</b> <i>Matriz de interacción cromática</i> .....	176
<b>Tabla 78</b> <i>Jerarquización de impactos ambientales</i> .....	179
<b>Tabla 79</b> <i>Valores mínimos y máximos</i> .....	181
<b>Tabla 80</b> <i>Escala interpretación de resultados</i> .....	185
<b>Tabla 81</b> <i>Matriz Plan de manejo ambiental</i> .....	187

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Pregunta N°11. Al momento de ir a una cafetería ¿Cuáles son los aspectos que más toma en cuenta?.....	51
<b>Figura 2</b> Pregunta N°12 ¿Visitaría una cafetería en la comunidad de Peguche con temática de flora nativa? .....	52
<b>Figura 3</b> Pregunta N°14 ¿Cuánto tiempo permanecería en esta cafetería?.....	54
<b>Figura 4</b> Pregunta N°15. ¿Qué productos le gustaría consumir en esta cafetería? .....	54
<b>Figura 5</b> Pregunta N°16 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en esta cafetería por persona?.....	56
<b>Figura 6</b> Mapa de ubicación .....	75
<b>Figura 7</b> Mapa de ubicación de la comunidad de Peguche.....	76
<b>Figura 8</b> Diseño planimétrico.....	104
<b>Figura 9</b> Imagen corporativa .....	131
<b>Figura 10</b> Organigrama de funciones.....	132
<b>Figura 11</b> Organigrama de puestos.....	132
<b>Figura 12</b> Flujograma del servicio .....	139
<b>Figura 13</b> Flujograma de preparación de bebidas a base de café .....	140
<b>Figura 14</b> Flujograma preparación de sándwiches .....	141
<b>Figura 15</b> Flujograma preparación de bebidas .....	141
<b>Figura 16</b> Logo .....	145
<b>Figura 17</b> Canal de distribución.....	146
<b>Figura 18</b> Valla publicitaria .....	148

<b>Figura 19</b>	Tarjeta de presentación .....	149
<b>Figura 20</b>	Página Web.....	150
<b>Figura 21</b>	Página de Facebook .....	151
<b>Figura 22</b>	Página de Instagram .....	152
<b>Figura 23</b>	Punto de equilibrio .....	165

## RESUMEN EJECUTIVO

Peguche es un sitio turístico gestionado por los esfuerzos de la comunidad local desde hace 35 años y cuenta con infraestructura turística que favorece una adecuada experiencia de los visitantes sin embargo no se han implementado aún cafeterías temáticas que revaloricen el entorno cultural y natural y proporcionen una oferta gastronómica especial. El propósito de este estudio es determinar la factibilidad para la implementación de una cafetería temática en la comunidad de Peguche aplicando un estudio de campo mediante encuestas cuyos datos serán tabulados y posteriormente analizados. El trabajo se compone de seis capítulos, el primero dispuesto para el diagnóstico situacional, el segundo para determinar las características de la oferta y demanda, el tercero se presenta el estudio técnico administrativo para el emprendimiento, el cuarto un estudio de marketing, el quinto el estudio económico y por último un estudio de impactos ambientales. Arrojando como resultados la factibilidad para la implementación del emprendimiento.



## **ABSTRACT**

Peguche is a tourist site managed by the efforts of the local community for 35 years and has a tourist infrastructure that favors an adequate experience for visitors, however, thematic cafeterias that revalue the cultural and natural environment and provide an offer special gastronomy. The purpose of this study is to determine the feasibility for the implementation of a thematic cafeteria in the Peguche community by applying a field study through surveys whose data will be tabulated and analyzed later. The work is composed of six chapters, the first arranged for the situational diagnosis, the second to determine the characteristics of supply and demand, the third presents the administrative technical study for entrepreneurship, the fourth a marketing study, the fifth the economic study and finally a study of environmental impacts. Throwing as results the feasibility for the implementation of the enterprise.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se divide en seis capítulos que son detallados a continuación:

En el primer capítulo se presenta el diagnóstico de la zona de implementación de la cafetería mediante un análisis de la industria mediante una matriz.

En el segundo capítulo es la presentación de resultados de la encuesta realizada para determinar el segmento de mercado. Mediante tablas y fórmulas se analiza la demanda y la oferta, se presenta las proyecciones realizadas de la competencia y por último la demanda insatisfecha.

En el tercer capítulo se trata acerca del estudio técnico administrativa a través de tablas y gráficos aborda la determinación de la localización apropiada, descripción de productos, la infraestructura y sus requerimientos, además de la estructura organizativa y administrativa.

En el cuarto capítulo responde al plan de marketing, en donde se determina la marca de la cafetería, las estrategias para la comercialización y puesta en marcha para su posicionamiento, dando énfasis en las redes sociales.

En el quinto capítulo es el estudio económico mediante diferentes plantillas en donde se detalla el balance de situación inicial, flujo de efectivo, proyección de ingresos y egresos, el cálculo de la VAN y TIR, con el incremento anual proyectando el flujo a 5 años y por último el punto de equilibrio en unidades y por ingresos.

Finalmente, el sexto capítulo se realiza el estudio ambiental que se aborda impactos positivos e impactos negativos que se plantea de acuerdo al método de interacción y por último plasmar un plan de manejo.

## **1. DIAGNÓSTICO**

### **1.1. Determinación y justificación del problema**

#### **1.1.1. Objetivo general**

Implementar una cafetería temática para el rescate de flora nativa, en la comunidad de Peguche, Cantón Otavalo-Ecuador.

#### **1.1.2. Objetivos específicos**

- Identificar mediante un diagnóstico la situación actual de la comunidad de Peguche para el posible emprendimiento.
- Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico administrativo para la cafetería temática.
- Establecer un estudio de comercialización y marketing para la cafetería temática.
- Realizar un estudio ambiental para el emprendimiento.
- Determinar mediante un estudio económico financiero la sostenibilidad del emprendimiento.

### **1.2. Propuesta de la idea de negocio**

La idea de belleza y todos los beneficios que otorga la naturaleza fueron el punto de partida para concebir este emprendimiento de alimentos y bebidas. En primer lugar, se quiso poner en valor la flora nativa andina en especial de la comunidad de Peguche por el hecho de que su uso es muy escaso, llegando a encontrar solo en el campo de manera silvestre.

Esta idea de negocio está encaminada a la venta de bebidas calientes y frías como también postres dulces y *snacks* salados preparados en las instalaciones,

además que se utilizará como un espacio para rescatar y promover la flora nativa de la zona, tanto como decoración como también dentro de los productos ofertados.

La presente idea de emprendimiento busca solventar las necesidades básicas de las personas como son la alimentación, pero desde una visión más natural. Busca ser un espacio diseñado estratégicamente para precautelar la seguridad de las personas ya que con la situación actual que está viviendo el mundo como es la emergencia sanitaria por el COVID se necesita un espacio seguro y amplio para la convivencia.

### **1.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios**

La presente idea de emprendimiento es un servicio innovador por que será la primera cafetería temática dentro de la comunidad de Peguche, esta temática encaja a la perfección con al entorno natural y rural en donde se ubicará el emprendimiento.

En el Ecuador se según últimos registros existe 18.198 especies de flora, de las cuales 17.748 son nativas y 4.500 endémicas. Muchas especies se encuentran en reservas ecológicas resguardadas, otras han sido desplazadas de sus lugares de origen por las actividades humanas (Jardines Silvestres, 2020). La cafetería rescatará y motivará el uso de la flora nativa en la vida diaria de las personas.

Se establece el valor agregado en su decoración con flora nativa, que es utilizada por estética y que además se pretende rescatar dicha flora puesto que poco a poco va perdiéndose, por introducción de especies exóticas. Efectivamente, la flora nativa ha sido de vital importancia dentro de la cosmovisión del pueblo kichwa en la comunidad de Peguche en temas de salud, alimentación, etc., aunque sus pero muchas veces es desconocido por la propia comunidad y por visitantes.

Otro valor agregado que tendrá el emprendimiento es que los productos ofertados serán preparados de manera artesanal dentro de las propias instalaciones ya sean dulces o salados, brindando productos de calidad a las personas.

Se diferencia de la competencia por que a más de ser un establecimiento de comida se quiere promover el aprendizaje y la apreciación de la naturaleza. Se pretende también ofrecer al turista un espacio para disfrutar del comer bien y sanamente, de una manera más tranquila a las afueras de la ciudad de Otavalo.

#### **1.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio**

##### **1.4.1. Análisis de la industria**

Para el análisis de la industria se realizó la siguiente tabla, en donde se muestra datos relevantes sobre la industria turística, dando énfasis en la gastronómica.

**Tabla 1**

*Análisis de la industria*

<b>Análisis de la industria</b>	
SITUACIÓN MACRO AMBIENTE	<b>Político- legal</b>
	El análisis de la situación macro ambiental es fundamental para el sustento de la idea de emprendimiento, como se detalla en los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Constitución de la República del Ecuador artículos 13 y 14</li><li>• Ley de turismo artículo 5</li></ul>

- 
- Reglamento General de la Ley de Turismo el literal a) del artículo 43
  - Reglamento turístico de alimentos y bebidas Art. 4 y Ar. 15
  - La Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre.
  - Código Orgánico del Ambiente

---

**Socio Cultural**

En cuanto al ámbito socio cultural es un factor fundamental para conocer los posibles consumidores.

Uno de los aspectos dentro de este ámbito es la migración de ecuatorianos tras la crisis económica por el feriado bancario, que fue un hecho muy trascendental para el país como para las comunidades, y que de hecho la gente de la comunidad de Peguche fue una de las pioneras en hacer viajes internacionales hacia Norteamérica y Europa con el fin

---

de mejorar la calidad de vida; todo este factor influyó ampliamente de buena y mala manera a la cultura de la comunidad. Sin embargo, aún mantienen su rico legado histórico adaptándolo a la actualidad, por lo que dan paso a diversas manifestaciones y atractivos culturales que pueden ser aprovechados para la afluencia de turistas al emprendimiento.

---

**Económico**

Las principales actividades económicas que se dedica la parroquia son: manufactura, agricultura, comercio. El sello de identidad indiscutible es la producción de artesanías siendo su eje central la actividad textil en la comunidad de Peguche y el comercio de las mismas a diferentes partes del Ecuador y del mundo.

La actividad turística se ha convertido también en una industria en crecimiento ya que como se mencionó antes

---

---

existen diferentes manifestaciones y atractivos culturales como también atractivos naturales que son parada obligada tanto para turistas nacionales como extranjeros.

---

**Tecnológico**

En la comunidad de Peguche no existe grandes infraestructuras tecnológicas, solamente está el Infocentro que cuenta con conexión a internet y varios aparatos tecnológicos. Lo que sí se logra evidenciar es que la cobertura de telefonía fija, móvil y conexión a internet es del 100%.

---

**Medio Ambiental**

La zona en donde se realizará el emprendimiento cuenta con varios recursos y atractivos naturales, algunos de ellos en proceso de deterioro por la actividad humana y deberían ser tratados para su conservación, tal es el caso de la Cascada de Peguche, mismas que también han sido de vital importancia para el desarrollo del turismo.

---



---

La vegetación y suelos se encuentran fuertemente en proceso de degradación, debido a que no se realizan prácticas de conservación, mucho más en áreas donde la frontera agrícola se encuentra afectando las áreas naturales como los bosques y nacientes de agua; de igual forma la afectación del suelo se ve alterado por siembras en pendientes fuertes ocasionando deslizamientos de tierra.

La biodiversidad está siendo afectada por factores mencionados anteriormente que a la larga perjudican a la imagen de comunidad hacia sus visitantes.

---

SITUACIÓN  
COMPETITIVA

**Infraestructura**

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas dentro de la comunidad y la zona a implementar el emprendimiento son variados, además, existen asociaciones de turismo

---

---

comunitario con servicio de alimentación.

En el atractivo principal de la zona que es la Cascada de Peguche existen varios establecimientos dedicados al expendio de alimentos y bebidas.

De todos estos establecimientos la infraestructura es mayormente buena no existe registro de número de plazas.

Con todo este antecedente, en la comunidad de Peguche no existe una cafetería propiamente dicha, peor aún que sea temática para el rescate de la flora nativa.

---

**Inversiones de la industria**

En la zona de implementación de la cafetería se realizan dos proyectos turísticos (implementación de señalética y un proyecto de manejo sostenible y equipamiento) que

---

---

no afectan al emprendimiento, sino más bien juega a su favor.

---

**Número/Competidores** Los competidores son una asociación de turismo rural llamada “Jatary” que están enfocadas en ofrecer alojamiento, artesanía y gastronomía típica, sin embargo, no existe información sobre las plazas que ofertan.

Los competidores que también se debe destacar son los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados cerca del Bosque Protector “Cascada de Peguche”, en donde uno de ellos llamado “Peguche Beer House” se considerada como un potencial competidor.

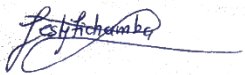
Otro competidor sería el hotel Casa Sol porque también ofrecen servicio de cafetería con una carta exclusiva en donde su público objetivo es diferente al del presente proyecto, lo cual se considera una ventaja.

---

Es fundamental analizar dichos establecimientos para saber qué características diferenciadoras debe tener el presente proyecto de emprendimiento.

---

Nota. La presente información se basa al análisis realizado por la autora.



FIRMA ESTUDIANTE

### **1.5. Diagnóstico**

Mediante la ficha de diagnóstico turístico del destino implementada por el Ministerio de Turismo se llegó a recopilar información útil para este proyecto de emprendimiento. Se realizó con la ayuda de varias fuentes oficiales como son el PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA DOCTOR MIGUEL EGAS CABEZAS y un estudio de consultoría realizada por el Gobierno descentralizado de Otavalo titulado “Plan de Turismo Otavalo 2015 - 2020”.

La comunidad de Peguche es la cabeza parroquial de la Parroquia Rural Miguel Egas Cabezas y una de las comunidades más representativas a nivel nacional por su artesanía, atractivos culturales y naturales. Cuenta con una ubicación privilegiada ya que se encuentra en la Panamericana Norte con ciudades como son Quito e Ibarra y que además se encuentra a pocos kilómetros de la ciudad de Otavalo. La comunidad de Peguche está a una altura de 1821 m.s.m.s., con un clima templado húmedo y una temperatura promedio de 12° C.

La parroquia Miguel Egas Cabezas ha heredado talentos desde antes de la época colonial como por ejemplo la producción de artesanías y el comercio, y esto se evidencia aún más en la comunidad de Peguche; es así que la principal actividad económica es la manufactura incluido el comercio, sin embargo, esto también refleja que el nivel de educación de la población, ya que mayoritariamente son artesanos sin formación académica llegando a alcanzar el 5, 38 % de educación.

Los servicios básicos dentro de la parroquia como energía eléctrica, agua potable, recolección de desechos y alcantarillado aún tienen deficiencia siendo de mayor evidencia en las zonas rurales dispersas sin embargo en la comunidad de Peguche al ser centro parroquial existe una cobertura casi total. Al mencionar servicios como telefonía fija o móvil y conexión a internet la cobertura es de un 100 %. Otro de los servicios como el manejo de desechos y aguas residuales lo maneja directamente el GAD de Otavalo.

En la parroquia y en específico en la comunidad de Peguche existe una infraestructura y equipamiento significativos, si se compara con otras comunidades de la parroquia; es así que cuenta con dos líneas de transporte público, centro de salud, un centro cultural y centros deportivos, cuenta también con centros educativos, una unidad de policía comunitaria (UPC), dos cooperativas de taxis, y por último tiendas artesanales por toda la parroquia, todo esto en beneficio de la comunidad y sus visitantes.

Para dinamizar la productividad de la comunidad existen dos ingresos, el primero es la panamericana (E35), su estado es bueno y conecta con sectores aledaños y ciudades importantes; la segunda es la vía antigua a San Pablo de Lago que conecta los sectores de San Antonio, Andrade Marín e Ilumán pero que su estado de regular.

Si se habla de turismo, la comunidad está muy bien posicionada, entre los atractivos naturales más importantes están: el Bosque Protector Cascada de Peguche donde se practica ecoturismo, y atractivos turísticos culturales como los talleres artesanales, celebraciones del como Pawkar Raymi y los famosos talleres de música andina, cabe mencionar que existen establecimientos de alojamiento turístico y adicionalmente asociaciones de turismo comunitario que ofrecen sus servicios para el dinamismo de la zona.

Al hablar de las facilidades turísticas la parroquia y en especial su centro parroquial que es Peguche sí cuenta con señalización y señalética, sin embargo, aún existen deficiencias como la implementación de puntos de información o centros de interpretación para solventar dudas de los visitantes, hace falta también implementar miradores y senderos correctamente señalizados. Todas estas deficiencias evidencian también la falta de capacitaciones que existe, no solo a los actores directos del turismo sino a la población en general y que intervienen de una manera directa al turismo de la zona.

#### **1.6. Riesgos y oportunidades de la idea de negocio**

Para entender y tomar decisiones dentro de la empresa se ha procedido a realizar una Matriz FODA, que servirá de base para la consecución del proyecto, mismas que se encuentra plasmada en la siguiente tabla.

**Tabla 2**

*Matriz FODA*

---

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Diversidad de flora nativa</li><li>• Ambiente natural de la cafetería</li><li>• Ubicación favorable frente a la competencia</li><li>• Autenticidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ausencia de cafeterías temáticas en la comunidad de Peguche</li><li>• Posicionamiento turístico del sector</li><li>• Desarrollo de investigaciones científicas desde la academia</li><li>• Tendencia de la demanda a visitar entornos naturales</li><li>• Feriados nacionales</li><li>• Demanda hacia el consumo de café</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Recurso humano poco capacitado</li><li>• Tiempo de espera durante la elaboración de alimentos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crecimiento de la competencia en el mercado</li><li>• Emergencia sanitaria</li><li>• Políticas de gobierno del nuevo período gubernamental</li><li>• Apreciación de la demanda de precios elevados</li></ul>

---

### **1.7. Fundamentos teóricos**

A continuación, se exponen diferentes aspectos teóricos fundamentales para sustento del presente proyecto de emprendimiento.

### **1.7.1. Empresa de alimentos y bebidas**

En primer lugar, se va a definir lo que es empresa para luego complementarlo con el servicio de alimentos y bebidas. Gil (2007) afirma que: “La empresa es un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen (p.30).

En cuanto al servicio de alimentos y bebidas se establece que es una forma de brindar a las personas un servicio, en donde se menciona que:

Un Servicio de alimentación (SA) debe dejar de ser considerado como una simple área de preparación de alimentos y pasar a ser entendido por la alta Dirección de la empresa o Institución que la dirige como una planta de producción de alimentos. La Dirección debe establecer e implantar un sistema de calidad que se ajuste a las necesidades de su entorno, definir la política de calidad y objetivos que regirán el funcionamiento de la planta con lo cual se podrá brindar, a sus usuarios, alimentos seguros, saludables e inocuos. (Pino & Bejar , 2008)

El consumo de alimentos es de carácter masivo por el hecho que se satisface una necesidad básica y la industria dedicada a la elaboración de estos tiene una particular relevancia dentro de la producción y desempeño económico de los países. Es por eso por lo que muchas veces se encuentra estrictamente regulada por sus respectivas instituciones.

### **1.7.2. Generalidades de la cafetería**

Conocer sobre las características de la cafetería de diferentes puntos de vistas, ayudan a situarse mejor en el tema y ampliar los horizontes y que adicionalmente sirve para analizar el emprendimiento a realizarse.



Según el Ministerio de Turismo (2018) lo define como: “un establecimiento donde se elaboran, expende y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas” (p.8). Es así como las cafeterías no necesitan productos muy elaborados para ofrecer el cliente, haciendo que se pueda ofrecer actividades extras de entretenimiento o diversión.

Otro autor menciona aspectos más específicos que se considera en una cafetería. (Mechó, 2015) afirma que:

Una cafetería, cafetín, o simplemente un café, es un despacho de café y otras bebidas donde se sirven aperitivos y comidas. Una cafetería comparte algunas características con el bar y otras con el restaurante. Las cafeterías son habituales en cualquier lugar donde haya tráfico de gente con poco tiempo para un refrigerio, por ejemplo, en las inmediaciones de lugares de trabajo, en las escuelas, estaciones de tren o aeropuertos. (p.18)

Las cafeterías no solo sirven para satisfacer la necesidad de alimentación sino también se consideran espacios de convivencia y esparcimiento, en donde la gente va para trabajar en su computadora, charlar con amigos, tener una cita de trabajo, y demás. Todo esto ha permitido promover el turismo especialmente el gastronómico.

Por último, esta definición muy acertada por que muestra más características esenciales de las cafeterías en la actualidad.

Las cafeterías son una derivación del snack bar americano. La mayor actividad de estos negocios se centra desde la hora del desayuno hasta la hora de la comida. Se pueden consumir bocadillos, bollería, sándwiches,

pasteles o galletas, entre otros muchos productos. Las cafeterías suelen contar con un menú fijo y una carta en la que el café es su principal producto de venta. (Laza y Lambiés, 2015)

Este tipo de establecimientos ofrecen productos fríos como calientes, dulces y salados sin llegar a ser una sustitución de los alimentos principales. Todas estas características serán tomadas en cuenta a la hora de realizar el menú que se ofertará en este emprendimiento.

#### **1.7.2.1. Distribución de café**

A lo largo del mundo se cultiva el café, especialmente en los climas calientes, además se ha empezado a consumirlo gracias a las comercializaciones a nivel internacional.

El café se originó en África, en diferentes regiones geográficas y climáticas. Como grupo botánico está constituido por más de 100 especies de una gran “familia” pertenecientes al género *Coffea*. De acuerdo con la región y clima de origen se desarrollaron diferentes tipos de cafetos, con características genéticas diversas: porte y forma de planta, tamaño y color de fruto, resistencia a enfermedades, tolerancia a plagas, sabor de bebida, adaptabilidad, productividad, entre otras. De este centenar de especies, dos se cultivan comercialmente, *Coffea arabica* integrada por diferentes variedades de arábica y *Coffea canephora* formada por diferentes grupos de robusta. (Asociación Nacional del Café, 2019, p. 3)

Es así como las más conocidas son la arábica. Las características más comunes son:

Coffea arabica, es la especie más cultivada en el mundo y aporta aproximadamente el 60 % de la producción mundial de café, produce bebida de buena calidad. Dentro de las especies del género Coffea, solamente la especie arábica es autógama, es decir que la flores de estas tienen la capacidad de autopolinizarse, pero siempre podría suceder un máximo del 9 % de polinización cruzada o sea la intervención del polen de flores de otras plantas. (Anacafé, 2019, p.3)

Coffea canephora, también llamada Robusta, aporta alrededor del 40% de la producción mundial de café. Produce una bebida de menor calidad que la del café arábico. Al igual que las demás especies de café es una planta diploide, o sea que cada célula contiene dos series de cromosomas, un total de 46 cromosomas; por lo cual, cada flor necesita el polen de flores de otras plantas para su polinización. (Anacafé, 2016, p. 3-4)

Las dos clases de café que más consumen en el mundo, sin embargo, la principal es la Arábica por la función única que tiene y es la de auto polinizarse, la cual beneficia a que los productores de café del mundo y claro del Ecuador. Cabe mencionar que Ecuador también tiene uno de los mejores cafés del mundo gracias a diversos factores como es su clima.

#### **1.7.2.2. Categorización de las cafeterías**

Dentro del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas del Ministerio de Turismo del Ecuador, menciona que este tipo de establecimiento se categorizarán mediante un sistema de puntuación. Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas para obtener una categoría, de acuerdo con su clasificación, deberán alcanzar un mínimo de 40 cuarenta puntos; caso contrario tendrán el plazo determinado según el artículo para alcanzar el puntaje mínimo, de lo contrario no obtendrán el registro turístico.

### **1.7.3. Cafeterías temáticas**

Son muy pocas las concepciones sobre cafetería temática por el que se abordará desde una terminología más amplia como es restaurante y restauración temática. Existen diferentes formas de tematizar un establecimiento: un tema central para todo el espacio. Se trata de aprovechar la ampliación de un producto o servicio ya conocido para poder transmitir un concepto e idea principal a las personas.

Se pueden mencionar diferentes espacios que pueden reflejar una temática en específico como por ejemplo un restaurante. Beardsworth y Bryman (como se citó en Ishak et al., 2020) afirman que el restaurante temático se define como el lugar para comer que resalta un tema en particular y está decorado con una variedad de signos distintivos no relacionados con la comida en sí.

Las experiencias que se vive dentro de estos espacios temáticos como en restaurantes con ambiente retro, cafeterías parisinas o parques temáticos como el de Disney son únicas, hace que el consumidor recuerde todo lo vivido y quiera volver.

Cabe mencionar que no existen definiciones específicas de cafetería temática que es el tema de este proyecto de emprendimiento, sin embargo, los conceptos mencionados anteriormente sí abarcan a la cafetería.

Otro autor hace referencia a la restauración temática como un conjunto de características que han de fusionarse para presentar un concepto dentro de un

establecimiento. Así, la restauración temática ha de ser una fórmula en donde aparece la animación o entrenamiento a más de ofrecer comida, puede incluir personas haciendo alguna clase de espectáculo como los *shows barmans* y no necesariamente deba estar sirviendo los alimentos (Mesas, 2018). Este tipo de lugares es lo que ofrece al cliente vivir nuevas experiencias.

Hoy en día la temática de un lugar es muy apetecida en el mundo en general, puesto que recrear ambientes que no se tiene la oportunidad de visitar o conocer como por ejemplo un restaurante con temática parisina, o que simplemente dejaron de existir tal es el caso de una cafetería orientada a recrear los años 80s. Con un poco de creatividad todo esto es posible.

#### **1.7.3.1. Decoración**

La decoración de un espacio es clave en la actualidad ya que las personas quieren vivir, trabajar y entretenerse en un lugar que sea armonioso, que lo hagan sentirse mucho más cómodo. Y esto se logra gracias a la decoración por que juega con texturas, colores, piezas haciendo impregnar el estilo de cada uno en el lugar a decorarse. Es así que “consiste en preparar a cada persona el ambiente que encaje con su personalidad, el ambiente que necesita” (Magrigal, 2012, p. 12). La decoración entonces es algo subjetivo, es decir cada personalidad se verá reflejada a la hora de adecuar un espacio.

En la actualidad las personas quieren sentirse cómodos y en armonía en sus espacios que frecuentan y un establecimiento de alimentos y bebidas no es la excepción. Se debe jugar con la parte estética, la funcionalidad de los objetos, iluminación, entre otros para crear la personalidad del negocio.

#### **1.7.4. Flora**

Los términos relacionados a la naturaleza muchas veces son confundidos, es por eso que en este apartado se solventará dichos inconvenientes. Primero se analizará la diferencia entre flora y vegetación para luego plasmar una idea bien definida de la palabra flora.

La vegetación se refiere a los aspectos cuantitativos de la arquitectura vegetal, es decir su distribución horizontal y vertical sobre la superficie, mientras que la flora corresponde a la definición cualitativa de esta arquitectura, referido a las especies componentes de ella... (Hernández J. , 2000, p. 2)

El mismo autor menciona otro concepto que vale la pena rescatar “La flora es el conjunto de especies presentes en un lugar o área dada” (Hernández J. , 2000, p. 2). El autor da a entender que la flora es un listado de plantas de un determinado lugar por ejemplo flora andina.

A lo largo de los años la flora ha sido un tema fascinante para ser investigada y conocida. Así pues existen artículos, documentos que han servido para formar el patrimonio natural de cada pueblo, un territorio en específico y por que no de un país entero. Saber apreciar la flora desde el punto de vista científico proporciona herramientas para salvar al mundo de los grandes problemas medioambientales existentes en la actualidad.

#### **1.7.5. Flora nativa**

La flora nativa hace referencia a un conjunto de especies que son propias de un lugar y que se han adaptado a lo largo de los años. En cuanto a la definición se dice que:

Es el conjunto de especies vegetales que se pueden encontrar en una región geográfica o que habitan en un ecosistema determinado, atiende al número de especies mientras que la vegetación hace referencia a la distribución de éstas y la importancia relativa por número de individuos y tamaños de cada una de ellas. (Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del Estado de Yucatán, 2018, parr.1)

Es así que mucho va a depender de las condiciones climáticas del lugar, siendo una de sus características que se van a ubicar en diferentes territorios a diferencia de las plantas endémicas que solamente se encuentran en una determinada zona.

#### **1.7.5.1. Beneficios de la flora nativa**

La flora nativa es de vital importancia para la conservación de la biodiversidad. Dentro de la zona rural aún existe dicha flora sin embargo poco a poco va acabándose por diferentes factores como son la contaminación, asentamientos humanos, agricultura y ganadería.

Existe una amplia gama de beneficios tanto para los seres humanos como para los demás seres vivos. “Las plantas nativas ayudan a regenerar los jardines, balcones, terrazas y todo tipo de espacios verdes del hogar. Estas especies existían antes en toda la ciudad, pero por el crecimiento urbano ahora se encuentran solo en algunas quebradas o parques. Sembrarlas no es complicado y es una forma de tener espacios verdes saludables y atractivos” (Últimas Noticias, 2020, parr.1).

Además el gasto sería reducido ya que son de fácil cuidado como lo mencionan activistas:

Las plantas nativas, estas no necesitarán un proceso de adaptación al medio ambiente, su desarrollo y proliferación será más rápido, atraerán a aves y

otros polinizadores que se alimentan de ellas, mejorarán las condiciones ecológicas de los jardines y ayudarán a la ciudadanía a valorar el patrimonio natural. (Jardines Silvestres, 2020, parr.2)

Son amplios los beneficios que ofrecen las plantas nativas, ayuda a repensar las acciones que se toman contra la contaminación, el cambio climático, entre otras que a la larga traerá consecuencias. Se puede decir entonces que sí se puede aportar al planeta tomando acciones por mínimas que sean. Todos estos conocimientos han permitido afirmar que el proyecto a realizarse ayudará de alguna forma a concientizar a toda la comunidad.

#### **1.7.6. Flora nativa como patrimonio natural**

Dentro de este apartado se toma como referencia a la vida silvestre en general, la cual incluye a la flora nativa, la cual forma parte del patrimonio natural de cada nación, como también de una zona geográfica, este tipo de flora no escoge su país para nacer, sino que nacen gracias a las diferentes condiciones ambientales y físicas en determinados lugares.

La importancia de la conservación de la vida silvestre es en la actualidad ampliamente reconocida por su irremplazable valor ecológico, científico, cultural y económico. Su calidad de recurso potencialmente renovable le confiere un gran valor económico real y potencial, tanto en el ámbito local, nacional e internacional. (Velasco, 2001)

Existe la necesidad de que el Ecuador cuente con un marco político y legal adecuado que permita planificar de mejor manera el patrimonio natural para su mejor uso y conservación. La conservación de este patrimonio ayuda también a mantener viva las cosmovisiones en torno al uso de las plantas nativas dentro de las comunidades indígenas.



### **1.7.7. Ancestralidad y territorio**

El territorio y la ancestralidad van de la mano, existen normas constitucionales para que este derecho sea favorecido a las comunidades ancestrales. Y al definir la ancestralidad, se presenta autores como se verá a continuación.

La ancestralidad es uno de los elementos vitales que dan fuerza a los derechos colectivos de los pueblos indígenas, puesto que comprende un conjunto de valores propios de una comunidad que se afirma y consolidan con el transcurso del tiempo, con el actuar de los antepasados y sus formas, lo que les permite tener vigencia en la actualidad. (Rivadeneira, 2005)

En cuanto a este aspecto de este aspecto, no solo es necesario mencionar el territorio sino ver el trasfondo. Dentro del territorio se presentan en su forma más pura la cultura de los pueblos, se ve la incidencia de la naturaleza en las personas y viceversa, por eso es indispensable que los pueblos tengan la posesión de estas tierras.

### **1.8. Fundamentación legal**

Para sustentar legalmente la creación de la cafetería se ha procedido a analizar la normativa que se encuentra vigente en el Ecuador, como es la Constitución del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento general de la Ley de Turismo y especialmente el Reglamento Turístico de alimentos y bebidas ya que se detalla claramente requisitos para la creación de cafeterías.

#### **Constitución del Ecuador:**

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador (2008) en los artículos 13 y 14 del TITULO I, capítulo primero reconoce los siguientes principios fundamentales:

Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (p. 13)

El artículo 57 número 8, de la Constitución de la República del Ecuador (2008) “reconoce que las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, tienen el derecho de conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad” (p. 26).

## **Ley de Turismo**

En el literal b) del artículo 5 se reconoce el servicio de alimentos y bebidas como una actividad turística ejercidas por personas naturales o jurídicas.

## **Reglamento General a la Ley de Turismo**

Dentro del Reglamento General de la Ley de Turismo mencionan lo relacionado a los establecimientos de alimentos y bebidas. En literal a) del artículo 43 define a la actividad de alimentos y bebidas de la siguiente manera:

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.  
(p.11)

### **Reglamento turístico de alimentos y bebidas**

En el literal a) artículo 4 define a la cafetería como “Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas” (Reglamento turístico de alimentos y bebidas, 2018, p. 8).

Otro de los artículos referentes a las cafeterías es el Art. 15, en el cuál:

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar y restaurante deberán informar, a través del sistema establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de servicio que brindan de acuerdo a lo siguiente:

- a) Menú
- b) Autoservicio
- c) Buffet
- d) Menú fijo

e) Servicio a domicilio

f) Servicio al auto. (Reglamento turístico de alimentos y bebidas, 2018, p. 9)

Dentro del Reglamento turístico de alimentos y bebidas se encuentran encuentra también los requisitos generales obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en este caso de cafeterías como también requisitos para la categorización de las cafeterías. Ver Anexo 15.

### **Ministerio de Ambiente**

El Ministerio del Ambiente se encarga de la conservación, protección y administración de la flora y fauna silvestres, muchas de ellas amenazadas por la caza indiscriminada.

Dentro del Código Orgánico del Ambiente (2017) en el Art. 66 menciona que los medios de conservación y manejo son medios de conservación y manejo ex situ de especies de vida silvestre, los que se detallan a continuación:

1. Viveros;
2. Jardines botánicos;
3. Zoológicos;
4. Centros de cría y reproducción sostenible;
5. Centros de rescate y rehabilitación;
6. Bancos de germoplasma;
7. Acuarios; y,
8. Otros establecidos por la Autoridad Ambiental Nacional. (p. 29)

Los medios de conservación y manejo ex situ se considerarán centros de documentación y registro de biodiversidad, administrada y regulada por la Autoridad Ambiental Nacional.



## **2. ESTUDIO DE MERCADO**

El presente proyecto se desarrolla durante la pandemia de coronavirus COVID-19 lo cual los datos mostrados en esta sección se han adaptado lo más cercano posible a la realidad. Este estudio de mercado va dirigido a personas mayores de 15 años de edad.

Es así como el índice de crecimiento del turismo del 2018 de acuerdo con cifras publicadas por el Ministerio de Turismo es del 11 %, el cual se toma como referencia para el presente apartado, puesto que no hay datos del año 2019 y el año 2020 ha sido un año negativo para el turismo no solo en el Ecuador sino a nivel internacional.

Este proyecto se retomará después de la pandemia considerando el crecimiento de casos del COVID -19 en todo el mundo.

### **2.1. Diseño de la investigación de mercado**

#### **2.1.1. Tipos de investigación**

El presente proyecto de emprendimiento se basa en varios tipos de investigación que serán la base para el análisis del mercado.

#### **Investigación descriptiva**

Se basa en este tipo de investigación por que hace énfasis a las características que posee el mercado, sus percepciones, entre otros. Los resultados obtenidos serán puntuales para efectos de la investigación de mercado. Así, este tipo de investigación tiene la finalidad de detallar propiedades, características y rasgos

esenciales respecto a diferentes temas de aplicación. Describe tendencias de un grupo o población. (Hernández R. , 2014).

Es así como, se procederá a realizar encuestas, para conocer la percepción de las personas y características fundamentales a tomar en cuenta dentro de una cafetería, toda esta información será muy importante para ver si es factible su creación.

### **Investigación documental e investigación de campo**

Ambos tipos de investigación se complementarán para obtener información útil para el presente proyecto.

La documental hace referencia a consultas realizadas en documentos que permitirán ampliar el conocimiento y que permite consolidar datos. Según Rojas (2002) menciona que “es la que utiliza materiales provenientes de libros, revistas, periódicos documentos públicos o de otras fuentes para realizar una investigación teórica, apoyar una investigación directa, redactar una monografía o un informe” (pp.156-157). Es así que se recolectará información relevante en libros, documentos oficiales, entre otros.

#### **2.1.2. Tipos de muestreo y cálculo de la muestra**

El método de muestreo que se utilizará en el cálculo del tamaño de muestra en el presente emprendimiento es el muestreo no probabilístico infinito por conveniencia ya que se utilizará como referencia el segmento de visitantes nacionales que ingresan al Bosque Protector “Cascada de Peguche” ya que dicho lugar se encuentra cercano al presente emprendimiento; lo cual el tamaño de muestra se calcula en base a los datos obtenidos en el Centro de Información de dicho atractivo turístico.

El Ecuador y el mundo vive en una pandemia, teniendo como consecuencia la disminución de turistas a los atractivos turísticos por el inminente peligro que conlleva, con este antecedente se procede a describir los criterios que se han tomado en cuenta para el muestreo de conveniencia utilizado. Las encuestas se lo realizarán en línea a consecuencia de la pandemia y será dirigida a personas ecuatorianas que hayan visitado la Cascada de Peguche.

A continuación, se presenta los datos obtenidos de los turistas nacionales y extranjeros que han visitado El Bosque Protector “Cascada de Peguche” en el año 2019, dato clave para la realización de la segmentación de mercado.

**Tabla 3**

*Turistas nacionales que visitaron el Bosque Protector “Cascada de Peguche” en el año 2019*

<b>Meses del año</b>	<b>Cantidad</b>
<b>ENERO</b>	8.734
<b>FEBRERO</b>	*10.559
<b>MARZO</b>	12.773
<b>ABRIL</b>	10.633
<b>MAYO</b>	15.969
<b>JUNIO</b>	17.361
<b>JULIO</b>	15.677
<b>AGOSTO</b>	10.232
<b>SEPTIEMBRE</b>	6.508
<b>OCTUBRE</b>	3.457
<b>NOVIEMBRE</b>	6.123
<b>DICIEMBRE</b>	14.466
<b>TOTAL</b>	132.492



Nota. \*En el feriado de Carnaval a nivel nacional el presente atractivo no mantiene un registro de visitantes en dicho feriado.

**Tabla 4**

*Turistas extranjeros que visitaron el Bosque Protector “Cascada de Peguche” en el año 2019*

<b>Meses del año</b>	<b>Cantidad</b>
<b>ENERO</b>	2.604
<b>FEBRERO</b>	2.308
<b>MARZO</b>	1.235
<b>ABRIL</b>	1.731
<b>MAYO</b>	1.731
<b>JUNIO</b>	3.656
<b>JULIO</b>	3.074
<b>AGOSTO</b>	1.577
<b>SEPTIEMBRE</b>	1.907
<b>OCTUBRE</b>	895
<b>NOVIEMBRE</b>	2.323
<b>DICIEMBRE</b>	2.121
<b>TOTAL</b>	25.162

En base a las tablas anteriores se estima que alrededor de 157.654 personas visitaron el Bosque Protector “Cascada de Peguche” en el 2019. Para poder calcular el tamaño de muestra se utiliza la fórmula dada por los autores Vega, Carrillo, & Navas (2019) para poblaciones infinitas o superiores a 100.000 elementos que es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

**Donde:**

**Z:** coeficiente que expresa el nivel de confianza de la muestra; en función de la distribución siguiente:

**Tabla 5**

*Valor de Z de acuerdo con el nivel de confianza*

<b>Nivel de confianza</b>	<b>Valor de Z calculados en tablas</b>
<b>90%</b>	1,645
<b>95%</b>	1,96
<b>97,5%</b>	2,240
<b>99%</b>	2,576

Nota. Se muestra valores asignados para el nivel de confianza. Tomado de "Formulación y evaluación de proyectos de inversión" (p.63) por Vega, Carrillo, & Navas ( 2019), Editorial Jurídica del Ecuador.

**p.** Porcentaje del universo que reúne las características que requiere el estudio

**q.** Porcentaje del universo que NO reúne las características de interés para el estudio. (Generalmente los valores de P & Q son de 0,5 para cada uno).

**e.** Expresa el margen de error del estudio; es recomendable que oscile entre el 5 y el 7% máximo; puesto que márgenes más pequeños determinarían muestras mayores y, por ende, que requieren mayor tiempo y recursos; en tanto que márgenes mayores al 7% determinarían un nivel de error superior al aceptable.

## **Fórmula muestral**

**n**= tamaño de la muestra

**Z**=95%=1,96

**e**=5%=0.05

**p**=0.5

**q**=0.5

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2} = 384$$

$$n = 384$$

Po lo tanto, el tamaño de muestra es de 384 personas, que serán aplicadas para realizar las encuestas del presente proyecto.

### **2.1.3. Instrumentos para recolección de datos**

Los instrumentos para la recolección de datos están diseñados para tener una información de calidad, acercándose bastante a la realidad y darle sustento a la factibilidad del proyecto.

El instrumento utilizado para la recolección de datos fue la encuesta, la cual consta de quince preguntas formuladas con el objetivo de recopilar información precisa sobre el perfil del consumidor lo cual ayuda a la correcta consecución del proyecto y tomar futuras decisiones. Este tipo de instrumento es muy ágil ya que se lo puede realizar de manera presencial, por correo o por vía telefónica. Por todos estos antecedentes se aplicará dichas encuestas.

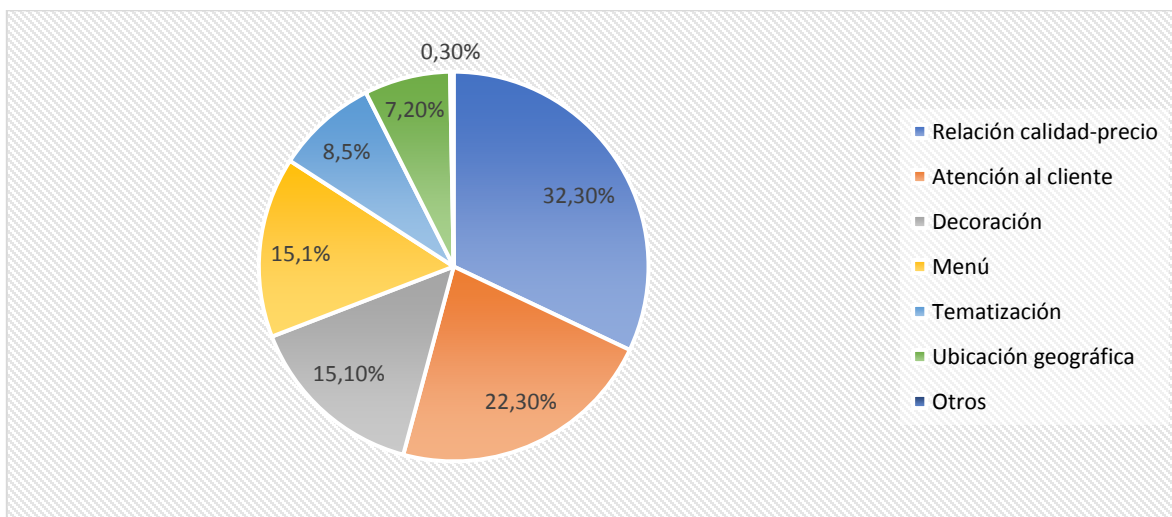
La encuesta ya se encuentra validada por el docente técnico (modelo y validación adjunto en Anexo. 2)

#### 2.1.4. Resultados y discusión

La encuesta realizada a 384 personas que se presentan en las preguntas clave, relacionadas con la implementación de la cafetería temática. En primera instancia se analiza la pregunta 11 ya que se relaciona directamente con el emprendimiento. Se analiza los aspectos que más toman en cuenta las personas cuando acuden a una cafetería. Es preciso mencionar que la figura fue tabulada en la aplicación *SPSS Statics* debido que es una pregunta de opción múltiple

**Figura 1**

Pregunta N°11. Al momento de ir a una cafetería ¿Cuáles son los aspectos que más toma en cuenta?



Nota. Pregunta número 11, aspectos que se toman en cuenta al momento de acudir a una cafetería. Lesly Fichamba. *SPSS Statics*. 2021

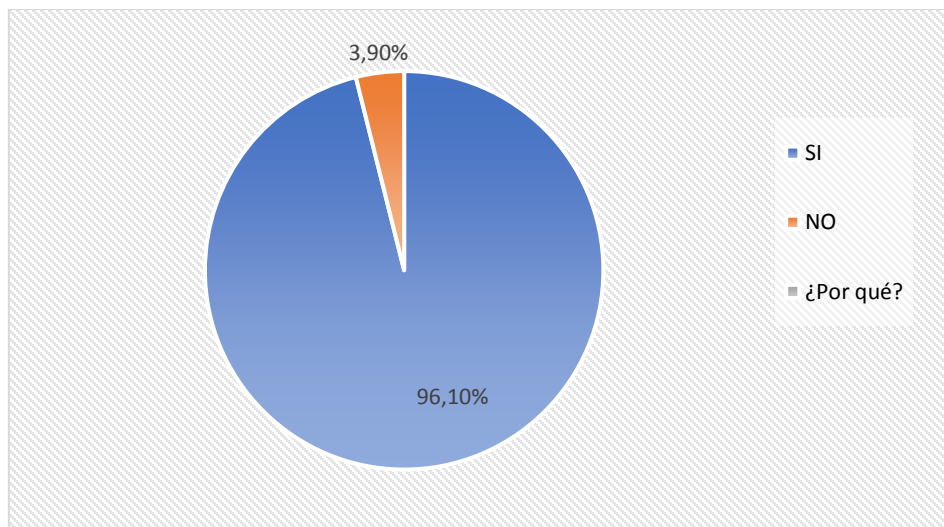
El 32,30 % de los encuestados se basan en la relación calidad- precio al momento de ir a una cafetería. Seguido de un 22,30 % en atención al cliente y por último el aspecto de decoración con un 15,10 %.

Esto quiere decir que los tres aspectos no deben faltar un establecimiento de alimentos y bebidas porque demuestra calidad, además porque interviene la economía y los sentimientos de las personas y es vital su equilibrio. La atención del cliente también se identifica dentro del mercado para que las personas vuelvan a consumir. En cuanto a la decoración, debe mostrar la esencia del lugar y que los usuarios reciban lo que se promete.

Se presenta la pregunta 12, siendo una pregunta clave que hace referencia a la aceptación de las personas hacia la cafetería temática en la comunidad de Peguche.

## Figura 2

*Pregunta N°12 ¿Visitaría una cafetería en la comunidad de Peguche con temática de flora nativa?*



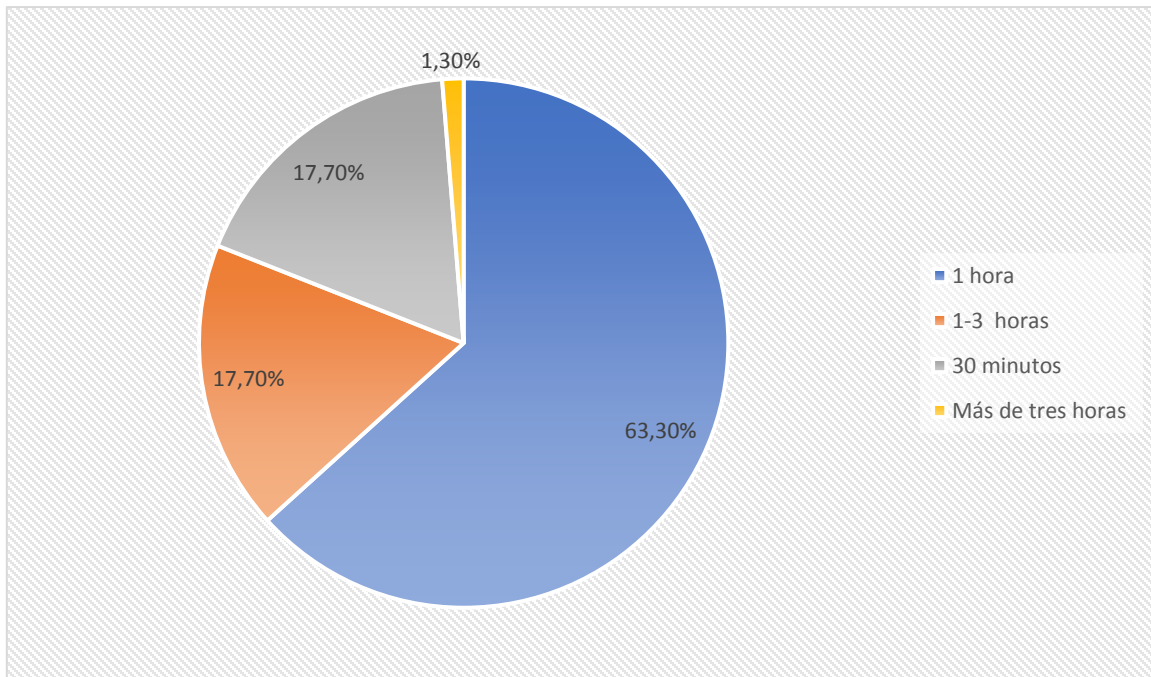
Nota. Pregunta número 12, preferencia sobre la cafetería temática en la comunidad de Peguche. Lesly Fichamba. Google forms. 2020

El 96,1 % de los encuestados está de acuerdo en visitar la cafetería temática en la comunidad de Peguche. Existen varios factores para esta decisión entre ellos está que las personas actualmente están buscando espacios verdes donde pasar el tiempo y al mencionar flora nativa para la temática de la cafetería la gente lo asocia con un ambiente natural. Además, que al estar ubicada en la comunidad de Peguche la gente ya la reconoce fácilmente ya que está muy bien posicionada a nivel local y nacional.

A continuación, se presenta la pregunta N°13 como una pregunta importante ya que el emprendimiento es un lugar donde la gente irá a disfrutar de un buen café rodeado de naturaleza y es necesario saber cuánto tiempo estarían dispuestos a permanecer ahí.

### Figura 3

Pregunta N°14 ¿Cuánto tiempo permanecería en esta cafetería?



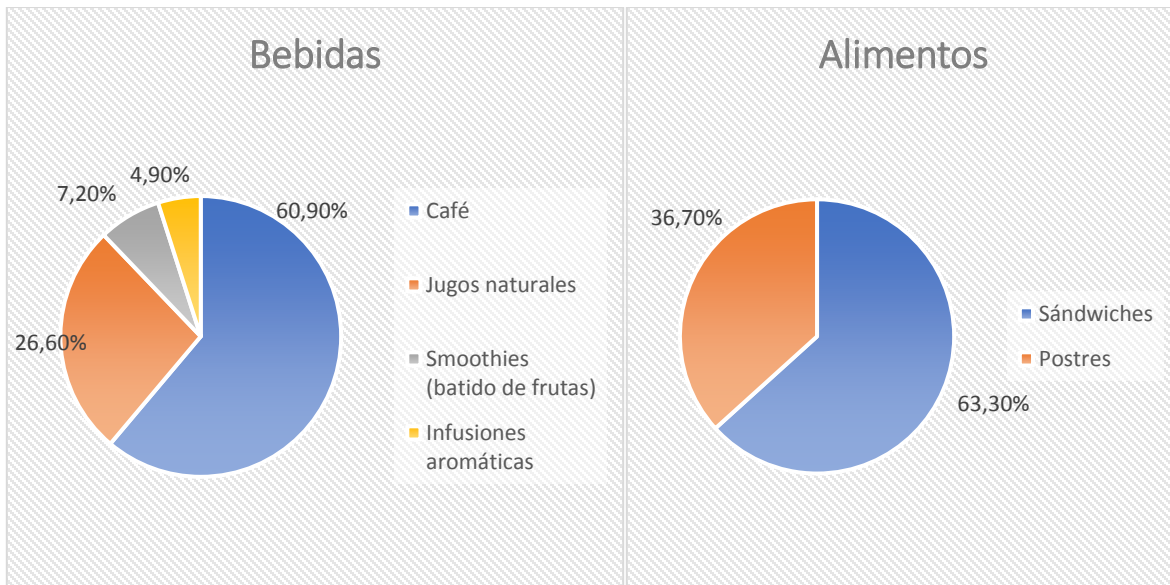
Nota. Pregunta número 14, tiempo que permanecería en la cafetería. Lesly Fichamba. Google forms. 2020

La sexta parte de las personas encuestadas dice que permanecería en la cafetería por 1 hora. Este resultado se debe a que aún no tienen implementado la cultura del café en el Ecuador.

Sin embargo, mediante los datos obtenidos, se debe dar énfasis al diseñar de un ambiente propicio para que permanezcan por más tiempo, es decir se necesita contar con un buen servicio de internet, un cómodo mobiliario y en general un ambiente agradable en donde puedan disfrutar y relajarse junto a la naturaleza.

### Figura 4

Pregunta N°15. ¿Qué productos le gustaría consumir en esta cafetería?



Nota. Pregunta número 15, productos que consumirían en la cafetería. Lesly Fichamba. Google forms. 2020

De acuerdo con los resultados obtenidos, más de la mitad de las personas prefieren consumir café debido a que un gran porcentaje de ecuatorianos toman café ya sea en sus hogares como en restaurantes. Así lo menciona en el Diario El Universo, donde productores de café dicen que la cultura de beber café en el país está incrementando, siendo una parte apoyada por las cadenas de cafeterías en los últimos 20 años.

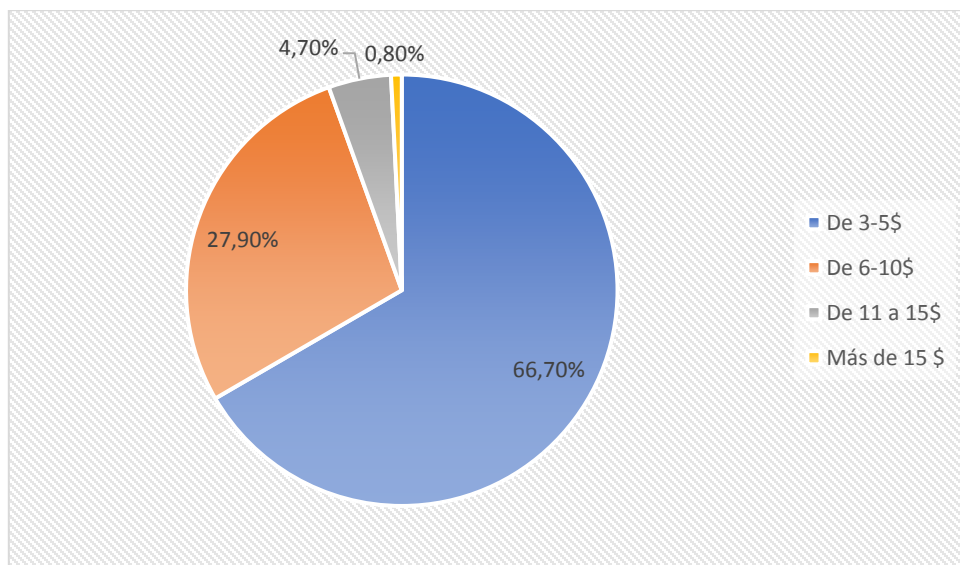
Por otro lado, más de la mitad de las personas prefiere consumir sándwiches en la cafetería ya que el consumo de pan es habitual en los hogares ecuatorianos. Sin embargo, como se menciona en la Revista Vistazo el 29% de la población consume un exceso de carbohidratos que supera la recomendación máxima establecida siendo productos como pasteles, pan y arroz, lo cual ha provocado enfermedades graves como la obesidad.



En este sentido en la presente cafetería se pretende brindar a las personas productos nutritivos que complementen y balanceen su alimentación, proporcionando vitaminas que su cuerpo necesita. El pan aporta muchos nutrientes para mantener una alimentación balanceada.

### Figura 5

Pregunta N°16 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en esta cafetería por persona?



Nota. Pregunta número 16, cantidad económica que se destinaría al consumo de productos en la cafetería. Lesly Fichamba. Google forms. 2020

En cuanto a cuál sería el precio que pagarían las personas en la cafetería, más de la mitad de las personas ha respondido entre 3 a 5 dólares. Estos datos pueden deberse al gasto promedio de los ecuatorianos actualmente después de haber pasado un confinamiento que los ha afectado económicamente y cambiando así el modo de consumir, es decir reduciendo salidas a restaurantes y/ cafeterías.

Según una publicación realizada en el diario La Hora (2021), Francisco Nazati, experto de Banco ProCredit dijo que el confinamiento y la emergencia sanitaria la gente prioriza gastos, por lo que disminuyó en actividades de ocio como

salidas al cine, discotecas y hasta viajes. En este sentido las personas han visto la necesidad de no gastar mucho dinero en sus viajes lo que ha provocado afectación al sector turístico.

## 2.2. Segmentación de mercado

Para determinar el perfil del posible consumidor se realizó una matriz, que se detalla a continuación:

**Tabla 6**  
*Matriz segmentación de mercados*

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto turístico: Cafetería temática para el rescate de flora nativa en la comunidad de Peguche</b>			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Flujo turístico</i>	Bosque Protector “Cascada de Peguche”	157.654	100%
<b>1er Resultado:</b> 157.654 personas visitan El bosque Protector “Cascada de Peguche” en el cantón Otavalo			
<b>Segmentación Demográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Género:	Femenino y Masculino	157.654	100%
Edad:	18-34 años	114.930	72,9 %
Estado civil:	Solteros	85.764	54,4 %

Instrucción	Tercer nivel/superior	97.745	62%
Ocupación:	Empleo relación de dependencia	57.544	36,5 %
	Negocio propio	48.084	30,5 %
Ingresos:	401 a 800 dólares	83.714	53,1 %

**2do Resultado:** Hombres y mujeres entre 18 a 34 años de edad que son solteros, con estudios de tercer nivel/superior, que trabajan principalmente con relación de dependencia y con negocio propio y tienen ingresos entre 401 a 800 dólares.

### Segmentación Psicográfica

Variable		Número	Porcentaje
Nivel Socioeconómico	Medio	83.714	53,1 %

**3er Resultado:** Hombres y mujeres entre 18 a 34 años de edad que son solteros, con estudios de tercer nivel/superior, que trabajan principalmente con relación de dependencia y con negocio propio y tienen ingresos entre 401 a 800 dólares con nivel socioeconómico medio.

### Segmentación Conductual

Variable		Número	Porcentaje
Frecuencia de visita a cafeterías	Una a dos veces al mes	105.471	66,9 %
Criterio de decisión para escoger una cafetería	Relación calidad-precio	50.922	32,30 %
	Atención al cliente	35.157	22,30 %
	Decoración	23.806	15,10 %

Preferencia de visita	Amigos	81.980	52 %
Razón de visita	Pasar el tiempo	64.796	41,1 %
	Relajación	42.724%	27,1 %
Preferencia de bebidas	Café	96.011	60,9 %
Preferencia de comida	Sándwiches	99.795	63,3 %
Precio promedio	3-5 dólares	105.155	66,7 %
Preferencia de medio para recibir información de la cafetería	Redes sociales	148.983	94,5 %
<p><b>Mercado meta:</b> Hombres y mujeres entre 18 a 34 años de edad que son solteros, con estudios de tercer nivel/superior, que trabajan principalmente con relación de dependencia y con negocio propio y tienen ingresos entre 401 a 800 dólares con nivel socioeconómico medio. Acuden entre 1 a 2 veces al mes, buscan una cafetería acorde al criterio calidad-precio, atención al cliente y decoración. Acuden con amigos para pasar el tiempo y relajarse, en su gran mayoría prefieren café acompañado de sándwiches por un precio promedio de 3 a 5 dólares, además, prefieren recibir información de la cafetería por medio de redes sociales.</p>			

Nota: La presente tabla muestra el perfil del mercado meta en base a las encuestas realizadas.

Esta matriz ayudó a segmentar mejor el mercado meta de la cafetería temática. Dando como resultado que son hombres y mujeres entre 18 a 34 años de edad que son solteros, con estudios de tercer nivel/superior, que trabajan principalmente con relación de dependencia y con negocio propio y tienen ingresos entre 401 a 800 dólares con nivel socioeconómico medio. Acuden entre 1 a 2 veces al mes, buscan una cafetería acorde al criterio calidad-precio, atención al cliente y decoración. Acuden con amigos para pasar el tiempo y relajarse, en su gran mayoría prefieren

café acompañado de sándwiches por un precio promedio de 3 a 5 dólares, además, prefieren recibir información de la cafetería por medio de redes sociales.

### **2.3. Análisis de la oferta**

Para el análisis de la oferta dentro del mercado, se toma como referencia la competencia con características similares al emprendimiento; por lo que se procede a analizar la competencia de restauración existente en el sector, como también cafeterías del cantón Otavalo. Cabe mencionar que en la comunidad de Peguche no existen cafeterías y mucho menos que sean temáticas o con características similares, lo cual no existe una competencia directa.

La competencia dentro de la zona son dos establecimientos de comida, puesto que cuentan con gran afluencia de turistas nacionales y poseen también ambientes naturales.

- **Peguche Beer House**
- **Restaurante y Pesca deportiva Obraje**

Dentro de la ciudad de Otavalo se ha determinado la competencia a las cafeterías promocionadas dentro de la página web OTAVALO TRAVEL del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo pero que presentan similares características al emprendimiento y estas son:

- **Cafetería La Cosecha**
- **Cafetería Sabor Vazco**

Uno de los aspectos a tomar en cuenta dentro de la competencia es la decoración, razón por la cual se tomó en cuenta una cafetería ubicada en la ciudad

de Ibarra, ya que tiene una temática y diseño en particular que es muy atractiva entre los comensales. Este establecimiento se denomina La Hacienda-Café *Delicatessen*.

A partir de entrevistas en los establecimientos de alimentos y bebidas mencionados anteriormente se ha logrado recopilar información útil para analizar la oferta existente y hacer proyecciones en los apartados posteriores.

**Tabla 7**

*Análisis de la oferta*

Nombre	Tipo	Ubicación	Capacidad	Especializado	
				SI	NO
• <b>Peguche Beer House</b>	Restaurante	Cascada de Peguche	70	X	
• <b>Restaurante y Pesca deportiva Obraje</b>	Restaurante	Barrio Obraje-Peguche-Otavalo	100	X	
• <b>La Cosecha</b>	Cafetería	Otavalo	42	X	
• <b>Sabor Vazco</b>	Cafetería	Otavalo	22		X
• <b>La Hacienda</b>	Cafetería	Ibarra	120	X	

Nota. La presente tabla muestra las características de la oferta con la que cuenta la competencia.

Los establecimientos mencionados pueden representar la competencia indirecta para el emprendimiento ya que dentro de la comunidad de Peguche no existe una cafetería y mucho menos que sea temática.

En la siguiente tabla se detalla los atractivos turísticos tanto sitios naturales como manifestaciones culturales que serán la posible oferta turística; ubicados en el cantón Otavalo y sus poblados más cercanos dando mayor relevancia a la oferta existente dentro de la comunidad de Peguche por su amplia popularidad y trayectoria.

**Tabla 8**

*Resumen de atractivos turísticos como oferta para el mercado meta*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
<b>Bosque y Cascada Peguche</b>	Manifestación cultural	Bosques y ríos	Bosque siempre verde montano del norte de la cordillera occidental de los Andes y cascada
<b>Telares Peguche</b>	Manifestación cultural	Etnografía	Artesanía
<b>Talleres instrumentos andinos</b>	Manifestación cultural	Etnografía	Música
<b>Plaza Ponchos</b>	Manifestación cultural	Etnografía	Ferias y mercados
<b>Laguna de San Pablo</b>	Sitio Natural	Ambiente lacustre	Laguna

<b>Pawkar Raymi (Carnaval)</b>		Manifestación cultural	Etnografía	Manifestaciones
<b>Lagunas de Mojanda</b>		Sitio Natural	Ambiente lacustre	Laguna
<b>Cotacachi</b>		Sitio cultural	Población	Ciudad
<b>Laguna de Cuicocha</b>		Sitio Natural	Ambiente lacustre	Laguna
<b>Ibarra</b>		Sitio cultural	Población	Ciudad

Nota. La presente tabla muestra los atractivos turísticos como oferta turística para el mercado meta, lo cual dinamizará el turismo de la comunidad, el cantón y la provincia.

Esta es una pequeña muestra de la gran cantidad de atractivos turísticos existentes en la provincia de Imbabura específicamente en el cantón Otavalo y sus alrededores, sin embargo, se tomó muy en cuenta la cercanía con el emprendimiento y que sean populares entre los turistas.

Se seleccionó los posibles proveedores para el emprendimiento, quienes proveen de alimentos de muy buena calidad y esto se ve reflejada en los reconocimientos con los que cuentan. En el siguiente cuadro se presenta un proveedor de café, proveedor de alimentos orgánicos y un proveedor de chocolate que también será un *plus* para el emprendimiento.

**Tabla 9**

*Proveedores para el emprendimiento*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo de producto</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Café Roja</b>	Cosecha Café en grano	Ambuquí	Privada



<b>Supermercados Santa María</b>	Insumos varios	Otavalo	Privada
<b>Supermercados Tía</b>	Insumos varios	Otavalo	Privada
<b>Mercado “Pacha Mama nos alimenta”</b>	Frutas, verduras	Cotacachi	Mixta
<b>Puesto Mercado “24 de Mayo”</b>	Frutas, verduras	Otavalo	Municipal
<b>Alpha Bakery</b>	Bollería	Peguche	Privada
<b>Aromas y Sabores Don Jimmy</b>	Frutos secos	Ibarra	Privada

Nota. La presente tabla muestra proveedores de insumos para el emprendimiento ubicados estratégicamente.

#### 2.4. Proyección de la competencia

En este apartado se procede a proyectar a partir del promedio de turistas anuales que utilizan el servicio de la competencia. Los datos fueron obtenidos a partir de las entrevistas realizadas en dichos establecimientos, los cuales son un estimado de visitantes del año 2019, puesto que en el año 2020 por la pandemia del COVID 19 los datos fueron muy bajos.

**Tabla 10**

*Cantidad promedio de visitantes anuales en el cantón Otavalo*

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Cantidad de turistas 2019</b>	<b>Promedio anual</b>
-----------------------------------	----------------------------------	-----------------------

<b>Competencia</b>		
Peguche Beer House	9.600	
Restaurante y Pesca deportiva Obraje	19.200	
La Cosecha	12.160	
Sabor Vazco	50.400	
La Hacienda	33.600	
<b>Total</b>	<b>124.960</b>	<b>24.992</b>

Nota. La presente tabla representa la oferta de la competencia del año 2019.

Por lo que el promedio anual de la competencia analizada es de 24.992 personas.

Por el tipo de empresa se procede a proyectar la oferta futura para los próximos 5 años que es la vida de proyecto. En el cual se indica la fórmula que se va a utilizar:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

**Donde:**

**C<sub>n</sub>** = Oferta futura

**C<sub>o</sub>** = Oferta actual =24.992

**i** = Índice de crecimiento turístico. (11%, dato del Ministerio del turismo, 2018)

**n** = Años a proyectar. (5 años)

**Ejemplo:**

$$C_n = 24.992 (1 + 0,11)^1$$

$C_n = 27.741$

**Tabla 11***Proyección de la oferta*

AÑOS	OFERTA $C_n = C_o (1 + i)^n$
0	24.992
1	27.741
2	30.793
3	34.180
4	37.940
5	42.113

Nota. Proyección de la oferta de la competencia para los próximos 5 años.

En los próximos 5 años la oferta alcanza a 42.113 personas.

En el siguiente punto se presenta la demanda potencial del proyecto, el cual se toma como población objetivo a los turistas que acuden al Bosque Protector Cascada de Peguche ya que como se mencionó anteriormente, el emprendimiento se encontrará cerca de dicho atractivo.

## 2.5. Análisis de la demanda

En la siguiente tabla se establece la demanda potencial mediante los datos de las encuestas realizadas previamente.

**Tabla 12***Análisis de la demanda potencial del Cantón Otavalo*

Demanda potencial
-------------------

<b>Mercado Meta</b>	157.654
<b>% de aceptación</b>	91,9%
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	144.884

Nota: demanda potencial en base al resultado de la segmentación de mercado y del porcentaje de intención de compra del producto.

Entonces, la demanda potencial del emprendimiento de cafetería temática en la comunidad de Peguche es un valor de 144.884 personas quienes visitan la Cascada de Peguche.

A continuación, se presentan datos de la frecuencia de visita a una cafetería y el precio promedio que pagarían las personas en el emprendimiento, datos que fueron recabados a través de las encuestas realizadas anteriormente.

**Tabla 13**

*Frecuencia de visitas*

<b>Frecuencia de visita</b>	
<b>Nunca</b>	7,6%
<b>Diariamente</b>	3,6%
<b>Una o dos veces a la semana</b>	21,1%
<b>Una a dos veces al mes</b>	37,2%
<b>Cada dos meses</b>	13,5%
<b>Una a dos veces al año</b>	16,9%

Nota: La presente tabla representa los datos de la encuesta sobre la frecuencia de visita a cafeterías.

La tabla presentada anteriormente hace referencia a la frecuencia de visita a una cafetería y el precio promedio de consumo de las personas en el presente emprendimiento. Estos datos sirven para analizar la demanda en valores monetarios.

Para efectos del análisis de la demanda se procede a realizar el precio promedio. Según las encuestas realizan las personas pagarían entre 3 a 5 dólares en el presente emprendimiento, dando un promedio de 4 dólares.

**Tabla 14**

*Análisis de la demanda*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia de visita</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda anual (promedio dos veces)</b>	<b>Precio promedio</b>	<b>Precio total</b>
<b>Bebidas calientes</b>	7,6%	11.011	22.022	\$4	88.088
<b>Bebidas frías</b>	3,6%	5.216	10.432	\$4	41.728
<b>Snacks salados</b>	21,1%	30.571	61.142	\$4	244.568
<b>Comida tradicional</b>	37,2%	53.897	107.794	\$4	431.176
<b>Postres</b>	13,5%	19.559	39.118	\$4	156.472
<b>Panes</b>	16,9%	24.485	48.970	\$4	195.880

<b>Turistas</b>	144.884	289.478	<b>Demanda</b>	\$1'157.912
			<b>anual</b>	
			<b>monetaria</b>	

Nota: Los datos de la presente tabla muestran el análisis de la demanda del emprendimiento.

Se puede observar que el costo total en los productos que ofrecerá la cafetería da como resultado \$1'157.912, tomando en cuenta productos, frecuencia y precio promedio.

## 2.6. Proyección de la demanda

La proyección se realizará para los próximos 5 años y para ello se aplicará la fórmula del incremento poblacional compuesto.

$$Cn = Co (1 + i)^n$$

**Donde:**

**Cn** = Incremento compuesto

**Co** = Número de clientes iniciales (N \* el % de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicada) /100%.

**i** = Índice de crecimiento turístico

**n** = Años a proyectar

En primer lugar, se procede a calcular el número de clientes iniciales que es necesario para calcular el incremento compuesto.

$$Co = \frac{N * \% \text{ de aceptación}}{100\%}$$

$$Co = \frac{144.884 * 95,6\%}{100\%}$$

$$C_0 = 138.509$$

En segundo lugar, se aplica la siguiente fórmula:

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

**Datos:**

**C<sub>n</sub>** = Dato a calcular

**C<sub>0</sub>** = 138.509

**i** = 11% (Ministerio de Turismo, 2018)

**n** = Años a proyectar

**Ejemplo:**

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

$$C_n = 138.509 (1 + 0,11)^1$$

$$C_n = 159.934$$

**Tabla 15**

*Proyección de la demanda potencial*

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>
<b>0</b>	138.509
<b>1</b>	159.934
<b>2</b>	170.657
<b>3</b>	189.429
<b>4</b>	210.266
<b>5</b>	233.396

Nota: La presente tabla muestra la proyección de la demanda para los próximos 5 años.

La demanda proyectada ha sido calculada igualmente para 5 años, se puede observar que existe un crecimiento, sin embargo, se debe tomar en cuenta que se está atravesando la pandemia del COVID 19 por lo que el índice de crecimiento dependerá de las situaciones venideras.

## 2.7. Demanda insatisfecha

Después de saber la proyección de la oferta y demanda de turistas que visitan la Cascada de Peguche es necesario saber cuál es la demanda insatisfecha y posteriormente la demanda objetiva (siendo éste un número más real).

Para calcular la demanda insatisfecha, se procede a restar los datos obtenidos en el apartado 2.4 (proyección de la competencia) y 2.6 (proyección de la demanda potencial)

**Tabla 16**

*Proyección de la demanda insatisfecha*

<b>Cálculo de la demanda insatisfecha</b>			
<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Oferta futura</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>1</b>	159.934	27.741	132.193
<b>2</b>	170.657	30.793	139.864
<b>3</b>	189.429	34.180	155.249
<b>4</b>	210.266	37.940	248.206
<b>5</b>	233.396	42.113	275.509



Nota: La presente tabla muestra el cálculo de la demanda insatisfecha proyectada para 5 años en el futuro.

La proyección indica que dentro de 5 años existe una demanda insatisfecha de clientes no atendidos.

Para calcular la demanda objetiva primero se necesita calcular saber el porcentaje (%) a captar, la cual se definió de acuerdo a la capacidad del establecimiento que es de 34 personas, cantidad estimada para después de la pandemia del COVID 19.

**Tabla 17**

*Capacidad de carga anual*

<b>Datos</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Capacidad de carga anual</b>	18.200	10%

Nota: el número se obtiene de acuerdo a el número de plazas por los 7 días de la semana, por el número de semanas de año.

$$\% \text{ a captar} = \frac{\text{Capacidad de producción (1er año)}}{\text{Demanda insatisfecha (1er año)}} * 100$$

$$\% \text{ a captar} = \frac{18.200}{132.193} * 100 = 13,7\%$$

Con la fórmula previamente resuelta se obtiene un 13,7% de mercado a captar con el presente emprendimiento. Después de obtener este porcentaje se procede a calcular la demanda objetiva con la siguiente fórmula:

$$Demanda\ objetiva = \frac{Demanda\ insatisfecha * \% a\ captar}{100\%}$$

$$Demanda\ objetiva = \frac{132.193 * 13,7\%}{100\%} = 18.110$$

**Tabla 18**

*Proyección de la demanda objetiva*

<b>Años</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva</b>
<b>1</b>	132.193	18.110
<b>2</b>	139.864	19.161
<b>3</b>	155.249	21.269
<b>4</b>	248.206	34.004
<b>5</b>	275.509	37.745

Nota: La presente tabla muestra el cálculo de la demanda objetiva proyectada para los próximos 5 años.

Se puede observar que para el quinto año se proyecta un valor de 37.745 personas que visitarían la cafetería en la comunidad de Peguche.

### **3. ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO**

#### **3.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto**

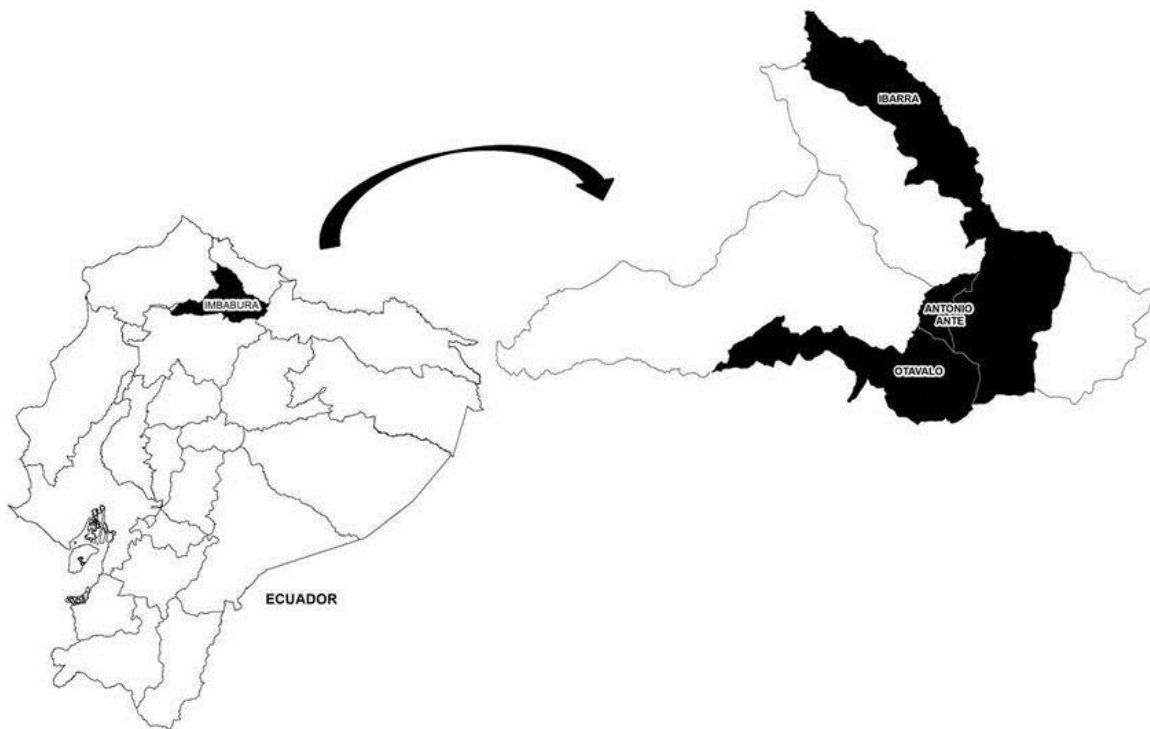
##### **3.1.1. Macrolocalización**

El emprendimiento estará ubicado en el Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo. El turismo en el país se ha ido desarrollando favorablemente. Es así como en el año 2018 recibió a 2.43 millones de turistas internacionales y generó de ingresos \$1,871 millones de dólares. En general, las visitas de turistas internacionales han aumentado en 51% en relación con el año inmediatamente anterior.

El sector de alojamiento y servicios de comida entre 2014 y 2019 tuvo una participación promedio sobre el PIB del 1.75%. En el año 2019, el sector reportó un crecimiento del 2.2% respecto del año anterior.

En cuanto a la provincia de Imbabura, el proyecto se ve favorecido ya que cuenta con un buen clima lo que proporciona amplia gama de productos necesarios para preparación de platillos, como por ejemplo el café que se utilizará proviene de Ambuquí, frutas y verduras procedentes del cantón Cotacachi.

**Figura 6**  
*Mapa de ubicación*



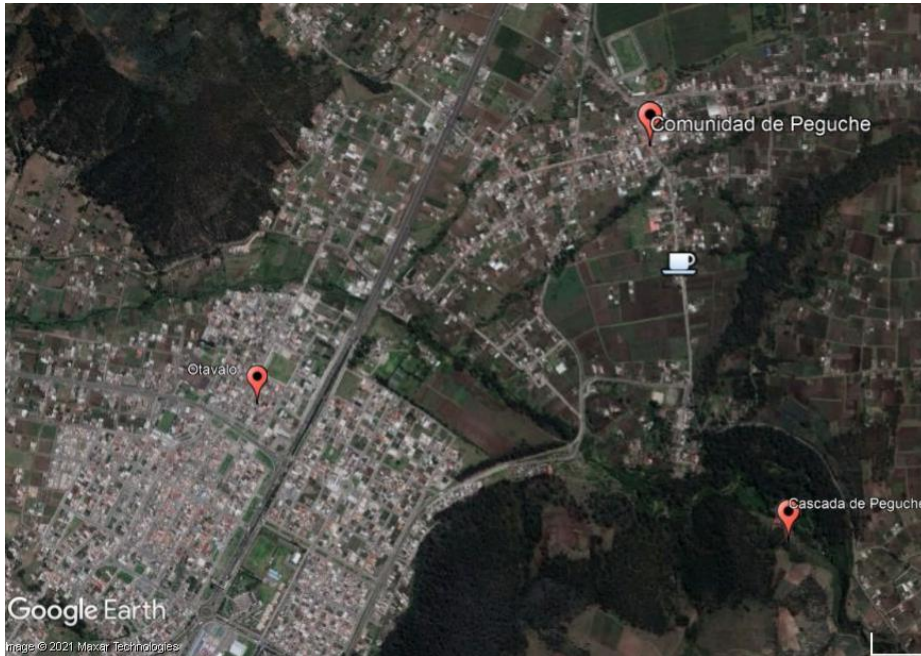
Nota. Mapa de ubicación. Tomado de Google imágenes, 2021

### **3.1.2. Microlocalización**

El presente emprendimiento estará ubicado en la parte rural del cantón Otavalo, específicamente en la comunidad de Peguche, en el barrio Imbaquí.

## Figura 7

### Mapa de ubicación de la comunidad de Peguche



Nota: Mapa de ubicación de la comunidad. Tomado de Google Earth Pro, 2021

### Vías de acceso

Para llegar a la comunidad de Peguche se puede llegar por dos accesos, la primera sentido norte-sur por la Panamericana Norte lo cual es una vía de primer orden y su estado es muy bueno, y luego para el acceso a la comunidad la carretera de es de tercer orden con tipo adoquinado todo el trayecto. En segundo lugar, en sentido sur-norte la entrada es desde la Panamericana Norte hacia la ciudadela Rumiñahui con dirección a la Cascada de Peguche, el cual tiene vías de tercer orden adoquinado.

A continuación, se presenta un aproximando de tiempo de llegada desde las principales ciudades más cercanas.

- Quito-Otavalo-Peguche tiene un tiempo aproximado de 2 horas
- Ibarra-Peguche un tiempo aproximado de 30 minutos.

- Otavalo-Peguche tiene un tiempo aproximado de 20 minutos

Además, existen dos cooperativas de transporte público que circulan hacia la comunidad de Peguche y son la Cooperativa “Imbaburapak Churimi Canchic” y la cooperativa “8 DE SEPRIEMBTE”, ambos autobuses pueden ser tomados al frente del Terminal Terrestre de Otavalo.

## **3.2. Identificación y descripción de los procesos**

### **3.1.1. Caracterización y diseño del producto/servicio**

La cafetería Jardín Nativo es un servicio de alimentos y bebidas en donde se ofrece bebidas frías y calientes, sándwiches y postres destacando productos elaborados con plantas nativas, como también recorridos por los diferentes espacios en donde se podrá aprender y palpar la dicha flora promoviendo así su rescate por sus amplias propiedades y beneficios.

Los productos serán adquiridos en el mercado de productos agroecológicos en la sede Jambi Mascari mismos que son producidos en el cantón de Cotacachi y también serán adquiridos en el Mercado Municipal “24 DE MAYO” de la ciudad de Otavalo, de esta manera se tendrá varias opciones al momento de la adquisición y al mismo tiempo se ayudará a comerciantes minoristas.

Dentro de una cafetería su producto estrella es el café en donde se ofrecerá las bebidas más consumidas como son capuchino, latte, expreso, Mocachino, americano, latte helado y un café de la casa servido con uvilla deshidratada. El café será proveniente de la parroquia de Ambuquí, un café arábigo de altura con un tueste medio, ideal para realizar los expresos.

Siguiendo con las bebidas se ofrecerá jugos naturales con la combinación entre frutas y vegetales, el que más destaca el de uvilla al ser un fruto originario de la

zona, igualmente contará con infusiones aromáticas como la manzanilla, la horchata, el llantén y el de una planta llamada “izo” endulzada con miel, bebida utilizada para afecciones respiratorias y por último los *smoothies* que están en tendencia; es un licuado de frutas congeladas con diferentes decoraciones como son frutas picadas y frutos secos para darle forma a esta bebida.

Las bebidas en su gran mayoría son acompañadas por alimentos dulces o salados, es así como se ha dispuesto la preparación de una variedad de sándwiches: vegetariano, de cerdo, de pollo y de carne con diferentes salsas, siendo un producto de mayor aceptación por las personas encuestadas en el capítulo anterior. Estos sándwiches van acompañados de una salsa de la casa hecha a partir de mortiño y otra de uvilla.

Otro acompañamiento de las bebidas son los postres, los cuales son elaborados a partir de productos de la zona norte de país y son: la torta de naranja con chocolate, torta de zanahoria con piña y por último galletas de avena con nogal ecuatoriano de tal manera de se promueva una planta nativa de la zona.

Para el valor agregado de la cafetería cuenta con recorridos autoguiados por los diferentes espacios verdes en donde se ha sembrado diferentes plantas nativas de la zona, en donde se podrá inculcar a las personas a cerca de los usos, propiedades e información extra y que se podrá visualizar en los diferentes letreros dispuestos.

En cuanto a la fijación de los precios se basó en la encuesta realizada en el capítulo anterior, además realiza un análisis de la competencia ya que dentro de este tipo de establecimiento existe un marcado rango de precios.

En primer lugar, se analiza La Cosecha, una cafetería que está ubicada en la ciudad de Otavalo y que cuenta con una larga trayectoria por lo que se considera la más popular de la ciudad como lo confirma Tripadvisor. Su café es de especialidad

ya que manejan altos estándares de calidad, sus productos son de calidad y el ambiente siendo así que sus precios son elevados a comparación de otros establecimientos.

En segundo lugar, se analiza la cafetería Sabor Vasco en donde venden una amplia gama de productos, siendo una de sus características importantes su precio relativamente bajo a comparación de la primera cafetería por lo que el número de clientes es superior.



Es así como el precio de los productos será un precio intermedio entre las dos cafeterías analizadas anteriormente y el mayormente aceptado por las personas encuestadas, siendo un precio de entre 3.00 a 5.00 USD.

En las siguientes tablas se detallan los productos por categorías:

### Menú de la cafetería

**Tabla 19**

*Bebidas a base de café*

<b>Bebidas a base de café</b>			
<b>Producto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Costo</b>
<b>Capuchino</b>	Bebida a base de un shot de expreso, leche previamente espumada y cremada en partes iguales		2,00
<b>Americano</b>	Bebida a base de dos shots de expreso y una parte de agua.		1,50



<b>Latte</b>	Bebida a base de un shot de espresso, leche espumada y cremada pero servida con poca espuma.		3,00
<b>Mocachino</b>	Bebida a base de jarabe de chocolate, un shot de expreso y leche caliente previamente espumada y cremada.		3,00
<b>Latte helado</b>	Bebida a base de un shot de expreso, leche fría y hielos		3,00
<b>Latte de uvilla</b>	Bebida a base de café y leche decorada con uvilla deshidratada.		3,00

Nota. Imágenes tomadas de Google imágenes, 2021

## Tabla 20

### *Jugos naturales*

#### Jugos Naturales

<b>Producto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Costo</b>
<b>Jugo verde</b>	Bebida a base de Espinaca, manzana, jengibre y limón		3,00
<b>Jugo de uvilla</b>	Bebida de fruta de uvillas		2,00
<b>Jugo de guanábana</b>	Bebida a base de pulpa de guanábana		2,00
<b>Jugo de Remolacha</b>	Bebida a base de Remolacha, zanahoria, manzana y limón		3,00





Nota. Imágenes tomadas de Google imágenes, 2021

**Tabla 21**  
Infusiones

---

**Infusiones**


---

Producto	Descripción	Fotografía	Costo
<b>Manzanilla</b>	Flores de manzanilla		1,50
<b>Horchata</b>	Menta, manzanilla, cedrón, hierbaluisa, toronjil rosas, begonias, violetas, claveles, malvablanca y malvazorosa, ataco y escancel		1,80
<b>Llantén</b>	Llantén y linaza		2,00
<b>Infusión de la casa</b>	Planta de izo endulzada con miel		2,00

**Nota:** Imágenes tomadas de Google imágenes, 2021

**Tabla 22** Smoothie (Licuado de frutas)




Producto	Descripción	Fotografía	Costo
----------	-------------	------------	-------

<b>Smoothie bowl rosado</b>	<b>Bebida:</b> Mortiño, fresa, congelado y agua. <b>Topings:</b> granola, fresas, plátano y maracuyá		3,00
-----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	------

Nota. Imágenes tomadas de Google imágenes, 2021

**Tabla 23**

*Sándwiches*

<b>Sándwiches</b>			
<b>Producto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Costo</b>
<b>Sándwich vegetariano</b>	Zuquinni, zanahoria, Cebolla tomate lechuga, pan de molde		3,00
<b>Sándwich de cerdo</b>	Lomo de cerdo a la plancha, tomate, lechuga, pan de molde		2,50
<b>Sándwich de jamón y queso</b>	Pan de molde, jamón, queso mozzarella, tomate, orégano		2,50

<b>Sándwich de pollo</b>	Filete de pollo a la plancha, tomate , lechuga, salsa de yogurt griego		2,50
<b>Sándwich de carne</b>	Carne a la plancha, mozzarella, pimiento rojo, cebolla, champiñones y pan de molde		2,50

Nota. Los sándwiches vienen acompañados de salsa de mortino o uvilla. Imágenes tomadas de Google imágenes, 2021

**Tabla 24**

*Postres*

<b>Postres</b>			
<b>Producto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Costo</b>
<b>Torta de naranja y chocolate</b>	Naranja, cacao amargo.		3,00
<b>Torta de zanahoria y piña</b>	Zanahoria, piña en almibar, frosting de queso crema		3,00

---

<b>Galletas de avena y pasas</b>	Avena, frutos secos, en este caso tocte andino y endulzante		1,50
----------------------------------	-------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	------

---

Nota. Imágenes tomadas de Google imágenes, 2021

La cafetería ofrece también recorridos autoguiados por las áreas verdes en donde existe diferentes plantas nativas, mismas que son el ambiente de la cafetería. Se ofrecerá un recorrido por el jardín, mostrando las diferentes plantas nativas implementadas, dando a conocer beneficios, propiedades y características peculiares, es decir una interpretación de estas con un aproximado de 15 minutos en un total de 14 paradas



Las diferentes plantas han sido seleccionadas de acuerdo con su clima y altitud, es decir ubicado en zona la Ceja Andina que está comprendida en un rango altitudinal entre los 2000 y 4000 m.s.n.m. La temperatura varía entre los 0 y 25°C. Tomando en cuenta también un estudio llamado “Estudio Etnobotánico de las Especies de Flora Nativa Representativa de la Provincia de Imbabura” y la investigación de campo.

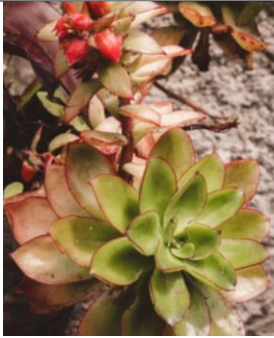



La propiedad en donde se implementará la cafetería también cuenta con una gran variedad de flora nativa siendo esta la principal fuente para el rescate de las plantas nativas como parte de la propuesta de la cafetería.

Se detalla a continuación las diferentes plantas a implementarse en el lugar, con su respectiva fotografía, nombre científico y propiedades y características más






representativas, datos que serán implementados en rótulos para que las personas lo puedan apreciar.




**Tabla 25**  
*Interpretación de la flora nativa de la zona*

Interpretación de la flora nativa				
Parada Nro	Nombre común	Fotografía	Nombre científico	Propiedades
1	Moradilla		Alternanthera sericea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento trepador llegando a los dos metros de altura</li> <li>• Florece todo el año</li> <li>• Bajo requerimiento de agua</li> </ul>
2	Hierba mora		Solanum sp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planta Comestible</li> <li>• La Utilizan para elaborar jalea</li> <li>• Dentro de la medicina sirve para calmar dolores.</li> <li>• Forraje.</li> </ul>

<p>3</p>	<p>Siempre viva</p> 	<p>Bryophyllum pinnatum</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se usa de forma ornamental</li> </ul>
<p>4</p>	<p>Ñacchasisa</p> 	<p>Bidens humilis</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizado para infusiones.</li> <li>• Su floración es en la época de lluvia.</li> </ul>
<p>5</p>	<p>Pumamaqui</p> 	<p>Oreopanax ecuadorense</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los cocimientos e infusiones de las hojas del pumamaqui son empleados en medicina tradicional.</li> </ul>
<p>6</p>	<p>Chilca</p> 	<p>Baccharis latifolia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizada por curanderos para hacer limpias</li> </ul>



7	Moradilla blanca		Alternant hera glauca	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subarbusto o arbusto</li> <li>• Pueden ser rosadas o amarillas pálidas o moradas (brácteas).</li> </ul>
8	Pacunga Amor seco		Bidens pilosa L.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las hojas se utilizan en infusión para curar enfermedades como las úlceras.</li> </ul>
9	SN		Aristegui etia glutinosa (cf.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbusto</li> <li>• Utilizada en la medicina tradicional como cicatrizante.</li> </ul>
10	Guarango		Cesalpin a spinosa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbusto utilizado con fines medicinales e industriales.</li> </ul>
11	Supirosa		Lantana sp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planta ornamental que atrae polinizadores</li> </ul>

<p>12</p> <p>Izo</p>		<p>Dalea coerulea</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbusto.</li> <li>• Infusión para para tratar afecciones fúngicas, pulmonía, gripe, tos y resfriados.</li> </ul>
<p>13</p> <p>Cholán</p>		<p>Tecoma stans</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene propiedades medicinales, con las hojas se preparan tisanas para estimular el apetito y calmar los nervios.</li> <li>• Especie recomendada para la recuperación de suelos.</li> </ul>
<p>14</p> <p>Yalomán</p>		<p>Delostoma integrifolium</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Especie recomendada para la recuperación de suelos.</li> <li>• Tiene propiedades medicinales, las</li> </ul>

---

flores hervidas se usan para tratar el sarpullido y afecciones de la piel; las hojas calientes se usan como emplasto para el dolor de estómago.

---

Nota. Las fotografías son de autoría propia. La información es recopilación documental y de campo.

### 3.2.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

En el siguiente apartado se detalla el proceso productivo de los productos como son las bebidas a base de café, jugos naturales, aguas aromáticas, *smoothies*, postres y sándwiches mismos que serán parte del menú a ofertar como también el servicio de recorrido por el jardín.

#### Tabla 26

*Proceso productivo bebidas de café*

---

<b>BEBIDAS A BASE DE CAFÉ</b>		
<b>Estado inicial</b>	<b>Proceso transformador</b>	<b>Producto final</b>

---

Insumos	Procesos	Productos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Café</li> <li>• Agua</li> <li>• Tazas</li> <li>• Servilleta</li> <li>• Azúcar</li> <li>• Cucharas</li> <li>• Leche</li> <li>• Infusor</li> <li>• Uvilla deshidratada</li> </ul>	<p><b>Expreso (un <i>shot</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limpiar máquina de café</li> <li>2. Moler el café</li> <li>3. Preseleccionar dosis del café</li> <li>4. Dosificar la dosis en el portafiltro</li> <li>5. Prensar el café</li> <li>6. Distribuir el café para un aspecto uniforme y limpiar residuos</li> <li>7. Colocar el portafiltro en el grupo</li> <li>8. Colocar la taza debajo del grupo</li> <li>9. Servir</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expreso</li> <li>• Americano</li> <li>• Latte</li> <li>• Capuchino</li> <li>• Mocachino</li> <li>• Latte helado</li> <li>• Café de la casa</li> </ul>
	<p><b>Americano</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparación de dos <i>shots</i> de expreso</li> <li>2. Diluir el expreso colocando agua a la taza</li> <li>3. Servir</li> </ol>	

---

### **Latte**

1. Preparar un shot de expreso
2. Calentar la leche en la máquina de café
3. Crear un diseño de latte art
4. Colocar espuma
5. Servir inmediatamente, con una cuchara para revolver.

---

### **Capuchino**

1. Preparar un shot de expreso
2. Calentar la leche
3. Verter la leche sobre el expreso con capa de espuma.
4. Crear latte art
5. Espolvorear chocolate o canela
6. Servir

---

### **Mocachino**

1. Verter jarabe de chocolate en un vaso
  2. Preparar un shot de expreso
  3. Espumar la leche
  4. Añadir el expreso al vaso
  5. Añadir la leche
  6. Servir
-

---

### **Latte helado**

1. Preparar azúcar líquido, disolviendo azúcar en agua
2. Llenar medio vaso con hielo
3. Preparar un shot de expreso y verter en el vaso
4. Colocar leche y endulzar con azúcar líquido
5. Servir

---

### **Café de la casa**

1. Preparar un shot de expreso
2. Calentar la leche
3. Colocar esencia de iso
4. Servir

---

#### **Suministros**

Máquina de café

Molino de café

Tamper

Portafiltro

Termómetro

Caja de golpes

Herramientas de limpieza

Hielera

Refrigeradora

---

#### **Equipo productivo**

Jarra

Jarra de acero

Dispensador de cocoa

Jarra de acero

Jarra de acero

Jarra

Bandeja para cubos de hielo

---

#### **Subproductos**

No existe ningún subproducto

<b>Organización</b>	<b>Residuos</b>
Mesero polifuncional	Desechos de café Agua Empaques y envolturas

**Tabla 27**

*Proceso productivo bebidas con frutas*

<b>BEBIDA A BASE DE FRUTAS</b>		
<b>Estado inicial</b>	<b>Proceso transformador</b>	<b>Producto final</b>
<b>Insumos</b>	<b>Procesos</b>	<b>Productos</b>
Espinaca	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Jugo verde, de uvillas, guanábana y jugo morado</b></li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desinfectar frutas y verduras</li> <li>2. pelar y picar en trozos</li> <li>3. Colocar todo en la licuadora</li> <li>4. Cernir</li> <li>5. Servir</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugos</li> <li>• <i>Smoothie</i></li> </ul>
Manzana		
Jengibre		
Limón		
Agua		
Uvillas		
Azúcar		

---

Pulpa de guanábana

Remolacha

Zanahoria

Manzana

Limón

Mortino

Fresa

Plátano

Agua

Granola

Maracuyá

• **Smoothie**

1. Preparar la granola
2. Desinfectar, limpiar la fresa y el mortino
3. Congelar de forma separada el plátano, fresas y mortino
4. Trocear las frutas
5. Colocar las frutas congeladas en la licuadora
6. Colocar en un *bowI*
7. Colocar sobre el *smoothie* la granola, el plátano en rebanadas, las fresas troceadas, maracuyá
8. Servir

---

**Suministros**

Licuadora

Desinfectante de frutas y hortalizas

Refrigeradora

**Equipo productivo**

Cuchillos

Cedazo

Jarras de vidrio

Sorbetes

*Smoothie*

Bolsas para guardar fruta congelada

Cuchillos

**Subproductos**

No existe

subproductos

---

**Organización**

Mesero polifuncional

**Residuos**

Restos de frutas y hortalizas

---



**Tabla 28**

Proceso productivo infusiones aromáticas

<b>INFUSIONES AROMÁTICAS</b>		
<b>Estado inicial</b>	<b>Proceso transformador</b>	<b>Producto final</b>
<b>Insumos</b>	<b>Procesos</b>	<b>Productos</b>
Flor de manzanilla deshidratada	1. Extraer agua caliente	• Infusión de manzanilla
Horchata	del dispensador de	
Llantén	agua	• Infusión de horchata
Planta de Izo	2. Revisar la limpieza	
Azúcar	del producto	• Infusión de llantén
Miel	3. Dosificar las hierbas	
Agua	aromáticas	• Infusión de Izo
	4. Colocar dentro del	
	infusor de té	
	individual	
	5. Servir	

<b>Suministros</b>	<b>Equipo productivo</b>	<b>Subproductos</b>
Dispensador de agua caliente	Hervidor	No existe
Infusor de té	Tetera	subproductos
Tazas medianas	Infusor	
Azúcar		
Cucharas		
	<b>Organización</b>	<b>Residuos</b>
	Mesero polifuncional	Restos de las hierbas aromáticas

**Tabla 29**  
Proceso productivo sándwiches

<b>SÁNDWICHES</b>		
<b>Estado inicial</b>	<b>Proceso transformador</b>	<b>Producto final</b>
<b>Insumos</b>	<b>Procesos</b>	<b>Productos</b>
Zuquinni baby	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sándwich vegetariano</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sándwich vegetariano</li> </ul>
Zanahoria	1. Preparar el pesto de aguacate	o
Cebolla	2. Desinfectar vegetales	• Sándwich
Tomate	1. Cortar el pan	de jamón y
Lechuga	2. Colocar en el pan dos capas de pesto en ambos lados.	queso
Aguacate	3. Colocar una capa de tomate, lechuga cebolla, zuquini y la zanahoria	• Sándwich de pollo
Pan de molde	4. Servir	• Sándwich de cerdo
Sal		• Sándwich de carne
Ajo		
Zumo de limón		
Aceite de oliva		
Pan de molde		
Jamón		

Queso mozzarella	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sándwich de jamón y queso, cerdo y carne</b></li> <li>1. Preparar salsa de uvilla y mortíño</li> <li>2. Cortar el pan</li> <li>3. Sazonar las carnes</li> <li>4. Saltear verduras</li> <li>5. Cortar vegetales</li> <li>6. Colocar capa de salda quesos, vegetales y carnes</li> <li>7. Calentar en la sanduchera u horno</li> <li>8. Servir acompañado de salsa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salsa de uvillas y mortíño</li> </ul>
Filete de pollo		
Yogur griego		
Perejil deshidratado		
Pimienta		
Lomo de cerdo		
Yogur griego		
Carne		
Pimiento rojo		
Champiñones		
Mortíño		
Uvilla		
Azúcar		
Canela		

<b>Suministros</b>	<b>Equipo productivo</b>	<b>Subproductos</b>
Microondas	Procesadora de alimentos	
Estufa	Sanduchera industrial	
Cuchillo de sierra	Espátula	
Cazuelas	Pinzas de cocina	
Tabla de cortar	Sartén	
Cuchillos		
<i>Bowls</i> de diferentes tamaños		

<b>Organización</b>	<b>Residuos</b>
Mesero polifuncional	Empaques
	Restos de alimentos

**Tabla 30**  
Proceso productivo postres

<b>POSTRES</b>		
<b>Estado inicial</b>	<b>Proceso transformador</b>	<b>Producto final</b>
<b>Insumos</b>	<b>Procesos</b>	<b>Productos</b>
Huevos	<b>Torta de naranja y chocolate y Torta de zanahoria y piña</b> 1. Preparar ingredientes 2. Preparar mezcla para cada caso 3. Hornear 4. Decorar 5. Colocar en vitrina	• Torta de naranja y chocolate
Azúcar		• Torta de zanahoria y piña
Aceite		
Naranja		
Harina		
Crema de leche	<b>Galletas de avena</b> 1. Mezclar productos secos y líquidos independientemente 2. Hornear 3. Colocar la mezcla prepara Hornear 4. Sacar y dejar enfriar 5. Colocar en vitrina	• Galletas de avena
Chocolate para Postres		
Miel		
Mantequilla		
Polvo para hornear		
Canela		
Vainilla		
Zanahoria		
Piña		
Limón		
Nuez moscada		
Clavo en polvo		
Jengibre en polvo		
Leche		
Nueces		
<i>Frosting</i> de queso crema		
Avena en hojuelas		
Harina de avena		
Mantequilla de maní		

Puré de plátanos maduros		
Almendras troceadas		
Uvas pasas		
<b>Suministros</b>	<b>Equipo productivo</b>	<b>Subproductos</b>
<i>Bowls</i>	Licuada	
Varillas	Molde para torta	
Rejilla para enfriar	Cuchillo	
Horno	Cedazo	
Tazas medidoras	Cuchara de madera	
	Cazuela	
	Batidora	
	Bandeja de horno	
	Papel encerado	
	<b>Organización</b>	<b>Residuos</b>
	Mesero polifuncional	Empaques y latas
		Restos de alimentos

**Tabla 31**

Prestación de servicio recorrido por Jardín Nativo

<b>RECORRIDOS</b>		
<b>Estado inicial</b>	Proceso transformador	Producto final
<b>Insumos</b>	<b>Proceso</b>	<b>Producto</b>
Plantas nativas	1. Proporcionar información sobre el recorrido por el jardín cuando los comensales pagan ya la cuenta	Recorridos autoguiados
Propiedades y usos de las plantas nativas	2. Las personas realizan el recorrido por el jardín	

---

### 3. Fin de recorrido

<b>Suministro</b>	<b>Equipo productivo</b>	<b>Subproducto</b>
Letreros informativos de madera Señalética	Letreros informativos de madera	
	<b>Organización</b>	<b>Residuos</b>
	Jardinero para el mantenimiento del jardín Persona polifuncional para proporcionar información	Basura generada por las personas

---

### 3.3. Ingeniería del proyecto

#### 3.3.1. Distribución de la planta

El establecimiento cuenta con una capacidad para 34 personas con el suficiente distanciamiento entre mesas. La planta se encuentra distribuida en las siguientes áreas:

##### 1. Área de cocina

Dentro de esta área se preparan los alimentos y bebidas que posteriormente serán servidos a los comensales, cuenta con la estufa y lavaplatos, estantes abiertos y cerrados para colocar la materia prima, utensilios y vajilla. Se encuentran también los electrodomésticos que serán utilizados para el proceso productivo.

En esta área se encuentra un espacio para la instalación de la máquina de café y el molino que será colocada de tal manera que las personas lo puedan apreciar y la cafetería tenga un flujo adecuado al momento del servicio.

## **2. Área de caja**

En esta área se encuentra una barra en donde se recibe a las personas que ingresan a consumir en el establecimiento y también donde se realizan los pagos correspondientes de consumo. En esta área se encontrará la caja registradora, y cierta papelería, además el espacio está destinado para jarrones de vidrio para almacenar los postres para que sea atractivo al público. En este lugar también se encontrará decorado con diferentes tamaños de maceteros dispuestos con flora nativa para no perder la temática de la cafetería.

## **3. Área de comedor**

El área de comedor se encuentra en los exteriores del inmueble ya que se pretende que forme parte de la flora nativa del lugar, el primero en la parte frontal del establecimiento, en la cual consta de dos mesas grandes para grupo de persona con seis sillas cada una junto a este se colocarán dos mesas para dos personas. El segundo lugar se encontrará en la parte trasera de la casa principal en donde se distribuirán cuatro mesas de cuatro puestos con sus respectivas sillas, como también dos bancas sin espaldar. Dentro de este espacio se encontrarán ubicadas estratégicamente las plantas nativas como decoración.

## **4. Área del jardín**

El jardín está ubicado en los costados de la casa principal, el cual cuenta con plantas nativas como árboles que serán distribuidas con una separación amplia la que permita dejarlas desarrollarse, también se encontrarán pequeños arbustos con

una separación corta para formar un ecosistema de flora nativa. Ciertas plantas ya forman parte de la propiedad por lo que el jardín necesitará ser adecuado para fines turísticos. El jardín también cuenta con rótulos que permiten al visitante conocer más acerca de las plantas del lugar.

## **5. Área de baños**

La cafetería contará con dos baños distribuidos uno en la parte de la administración y el segundo entre la recepción y el área de comedor para brindar al usuario una estancia placentera. Los baños cuentan con un sanitario, un lavamanos, dispensadores de papel y jabón en cada uno y estantes para la colocación de maceteros con plantas nativas.

## **6. Área de bodega**

En esta área se ubican estantes para colocar herramientas de jardinería ya que el establecimiento cuenta con plantas nativas distribuidas por toda la cafetería, mismas que necesitarán de cuidado, pero en menor proporción que las plantas exóticas. Además, en esta área se guardan repuestos varios y material de limpieza.

## **7. Área administrativa**

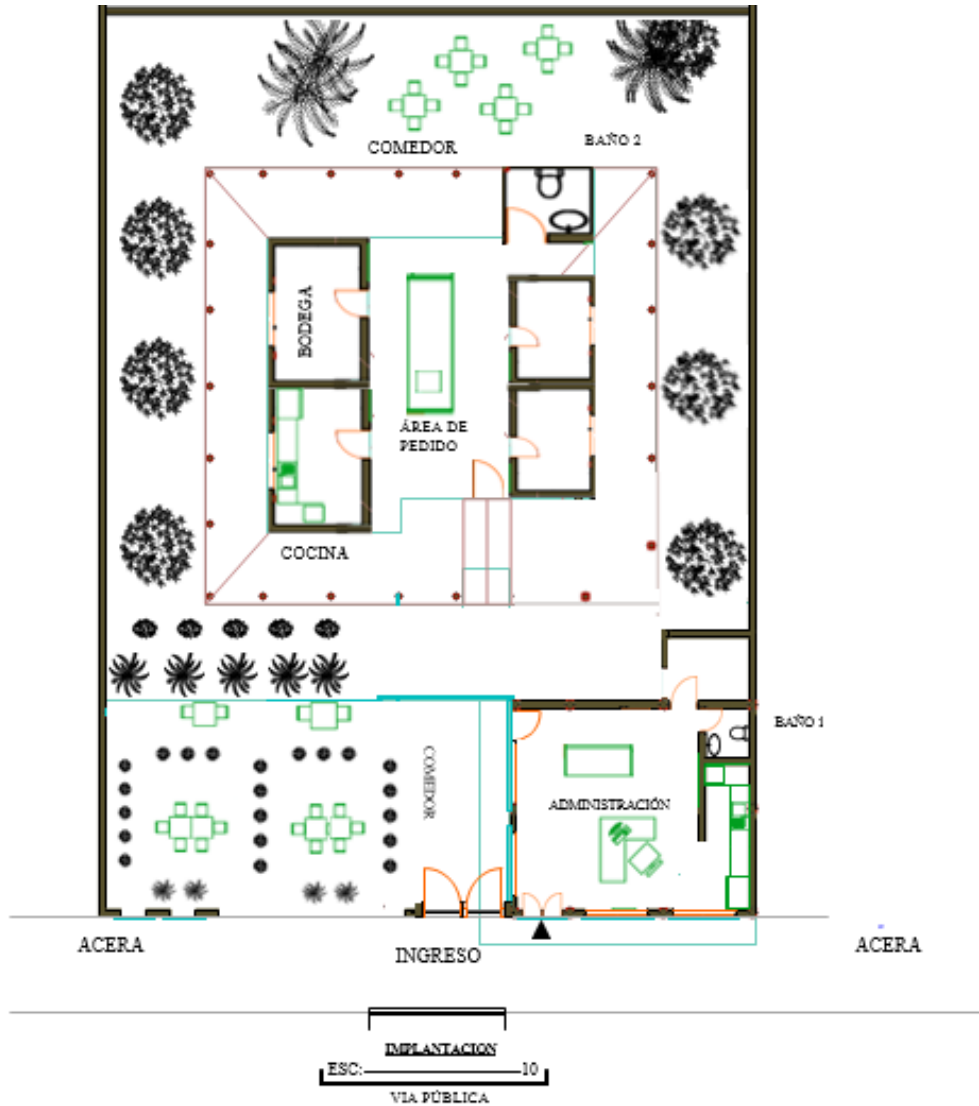
Dentro del área administrativa se encuentra un escritorio con su silla en donde se colocará la computadora y suministros de oficina, esta área está destinada para uso del gerente ya que su trabajo es esencial para el correcto funcionamiento de la cafetería, estará también ubicado un sofá cómodo para que el personal podrá descansar y guardar sus pertenencias.

### **3.3.2. Diseño planimétrico de la planta**



La planta arquitectónica de la cafetería está realizada tomando en cuenta las diferentes áreas a implementarse. La planimetría ayudará a distribuir mejor los espacios. Como se muestra en la siguiente figura.

**Figura 8**  
*Diseño planimétrico*



Nota. El plano arquitectónico fue realizado por una estudiante de arquitectura. Los detalles de las dimensiones de cada área y su dimensión total se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla 32***Áreas del establecimiento*

<b>Áreas de la cafetería</b>	
<b>Área</b>	<b>Dimensiones</b>
<b>Cocina</b>	20 m <sup>2</sup>
<b>Área de caja</b>	50 m <sup>2</sup>
<b>Comedor exterior 1</b>	23,4 m <sup>2</sup>
<b>Administración</b>	34,55 m <sup>2</sup>
<b>Baño 1</b>	0.78 m <sup>2</sup>
<b>Baño 2</b>	2,85 m <sup>2</sup>
<b>Comedor exterior 2</b>	23.16 m <sup>2</sup>
<b>Jardín</b>	32 m <sup>2</sup>
<b>Bodega</b>	20 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	206,74 m <sup>2</sup>

**3.3.3. Requerimientos por áreas**

Los requerimientos para la puesta en marcha del emprendimiento son la maquinaria, equipo, menaje, equipos de cómputo, papelería, entre otros, mismos que son detallados en las siguientes tablas.

**Tabla 33***Requerimientos área de cocina*

<b>Área de cocina</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Cafetera de dos grupos	1
IBERITAL IB7 de dos grupos	
Molino	1
Horno microondas 1,2pies digital panason	1

Refrigerador Vitrina Indurama	1
Fregadero empotrado doble	1
Mueble para fregadero	
Sandwichera Panini gourmet Hamilton Beach	1
Termo grande de 9.9l	1
Licuada Oster	1
Procesador de alimentos 10 tazas Oster	1
Batidora 5.7 Litros De Capacidad	1
Cocina a gas	1
Balanza digital	1
Estantes de pared	3
Mueble para cafetera	1
Escurreidor para platos 2 niveles Acero Cromado	1
Tacho reciclaje pika verde y negro	2
Infusor para 1 taza	10
Tetera 1 litro	3
Bowls de barro	10
Juego de plato y taza para espresso White Linen	10
Juego de tazas y platos para capuchino Wilmax x 6	3
Juego de 4 piezas taza y plato para café o té Cerámica Oslo Corona	5

Jarro galerie	24
Tazas de barro con su plato	5
Juego de taza y plato para té 2 unidades	5
Copa malteada mexicana	24
Tenedores 6 piezas	6
Cuchillos 4 piezas	7
Cuchara para café pequeña mango madera x 6	10
Salero	10
Azucarero	10
Frascos de cristal para almacenar	6
Platos tendidos para postre	20
Platos tendidos grandes	20
Bandeja plana de repostería	2
Molde rectangular para torta 26 cm	2
Molde Redondo – desmoldable de 27,50 cm	2
Espátula para torta	3
Cortador Nivelador para pastel 10" / 25 cm Wilton	1
Cucharas graduadas	1
Espátula grande	1
Espátula mini inclinada de silicón Novo	1
Espátulas para repostería	1
Brocha de silicón Novo	1

Juego de coladores metálico	1
Tabla para picar	1
Base para botellón de agua	1
Rodillo	1
Papel encerado	3
Cuchillo de cocina tramontina	2
Cuchillo para decorar torta	1
Tapete de silicona	2
Juego de 2 ollas y 2 sartenes	1
Parrilla eléctrica daewoo	1
Guantes acolchados	1
Ralladora	1
Barillas	2
<i>Bowl</i> grande	3
<i>Bowl</i> pequeño	3
Cuchillo de sierra para pan	1

**Tabla 34**

*Requerimientos área de caja para cafetería Jardín nativo*

<b>Área de caja</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Barra de madera	1
Bases para tortas	4
Frasco para galletas	1
Caja registradora	1

Maceta cerámica circular 24 cm	5
Maceta rectangular grande	5
Maceta circular 19 cm cerámica	15
Maceta de barro y base de madera	3
Maceta metálica colgante 12"	10
Anaqueles para plantas	1

**Tabla 35**

*Requerimiento administración para cafetería Jardín nativo*

<b>Administración</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Laptop Lenovo	1
Impresora EPSON L4160	1
Silla de oficina	1
Escritorio	1
Sofá	1
Celular	1

**Tabla 36**

*Requerimientos área de comedor para cafetería Jardín Nativo*

<b>Comedor</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Mesas de madera 4 puestos	4
Mesas rectangulares de madera 6 puestos	2
Bancas para exterior	2

Mesas de madera 2 puestos	3
Parasol cuadrado 2x2 m con base	6
Equipo de sonido	1
Maceta cerámica circular 24 cm	5
Maceta rectangular grande	5
Maceta circular 19 cm cerámica	15
Maceta de barro y base de madera	3
Maceta metalica colgante 12"	10
Anaqueles para plantas	1

**Tabla 37**

*Requerimientos bodega cafetería Jardín Nativo*

<b>Bodega</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Estante de pared	1

**Tabla 38**

*Requerimientos baños cafetería Jardín Nativo*

<b>Baños</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Estante	3

Maceta cerámica circular 24 cm	5
Cepillo para inodoro	2
Dispensador de jabón	2
Dispensadores para toallas de mano	1
Dispensador de plástico de papel Jumbo	2
Tacho metalizado c/pedal	2

**Tabla 39**

*Requerimientos Jardín de cafetería Jardín Nativo*

<b>Jardín</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Rótulos de madera	15

**Tabla 40**

*Requerimientos señalética para Cafetería Jardín Nativo*

<b>Señalética</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Letrero nombre cafetería	1
Señalética Baños hombre y mujer	1
Señalética administración	1
Señalética Cocina	1
Señalética Jardín	1
Señalética protocolo de bioseguridad	1



Señalética salida de emergencia	1
Letrero Piso Señalización Limpieza Mantenimiento	2
Letrero abierto/cerrado	1
Letrero publicidad	2

**Tabla 41**

*Requerimientos suministros de oficina*

<b>Suministros de oficina</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Bolígrafos x 12	1
Resma de papel bond	1
Grapadora	1
Carpetas	2

Los requerimientos de las diferentes áreas del establecimiento darán vida al proyecto, por lo que es vital que se tomen aspectos como la cercanía del proveedor, calidad y otros aspectos que harán de la cafetería igualmente de calidad.

### **3.4. Inversiones y capital de trabajo**

#### **3.4.1. Obra civil necesaria**

El establecimiento se encontrará en una infraestructura ya construida, con un área de 206,74 m<sup>2</sup> y está valorada en 25.000 dólares. La infraestructura consta de dos casas en donde se distribuirá el área de administración, área de pedido y cocina y con un área exterior en donde se diseñará el jardín con plantas nativas y un espacio dispuesto para la colocación de las mesas con sus respectivas sillas.

El inmueble tiene los servicios urbanos como la red de abastecimiento de agua potable, red de saneamiento, instalación de energía eléctrica e instalación de

telecomunicaciones, además de una conexión 220 voltios para la cafetera profesional.

Las adecuaciones fueron cotizadas por un maestro albañil, en el cual se remodelará con pintura la fachada ya que se ha desgastado con el tiempo,

**Tabla 42**  
*Cotización adecuación cafetería*

Área	Adecuación	Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Área exterior	Limpieza del terreno	-	-	-	-
Área exterior	Siembra de plantas y colocación de adoquines para senderos	Piedras decorativas (Piedra Natural Carolina)	1 tonelada	0,39	390
Fachada	Remodelación de paredes.	Super corona premium blanco CN 1GL	1GL	147,15	147,15
TOTAL					537,15

Nota: Cotización realizada por un maestro albañil

### 3.4.2. Maquinaria y equipos

Dentro de esta sección se presenta una tabla en donde se detalla la maquinaria y equipos con su respectiva cantidad, proveedor, valor unitario y valor total, que son fundamentales para la producción y transformación de materia prima que está realizada de acuerdo con las diferentes áreas del establecimiento.

**Tabla 43**

*Maquinaria y equipos para área de cocina*

<b>Cocina</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedores</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Cafetera de dos grupos</b>				
<b>IBERITAL IB7 de dos grupos+instalación</b>	1	MainCoffee	3.544,4	3.544,4
<b>Molino</b>	1	MainCoffee	229,6	229,6
<b>Horno microondas 1,2pies digital panason</b>	1	Kywi	470	470
<b>Refrigerador Vitrina Indurama</b>	1	Comandato	978,89	978,89
<b>Fregadero empotrado doble</b>	1	Kywi	65,65	65,65
<b>Mueble para fregadero</b>		Luis Heredia Heredia Lema	480	480
<b>Sandwichera Panini gourmet Hamilton Beach</b>	1	Sukasa	79,19	79,19
<b>Termo grande de 9.9l</b>	1	Megaplas	28	28
<b>Licuada Oster</b>	1	Créditos económicos	227,8	227,8

<b>Procesador de alimentos 10 tazas Oster</b>	1	Sukasa	89,99	89,99
<b>Batidora 5.7 Litros De Capacidad</b>	1	Sukasa	340	340
<b>Cocina a gas</b>	1	Kywi	332	332
<b>Balanza digital</b>	1	Kywi	13,45	13,45
<b>Estantes de pared</b>	3	Luis Heredia Heredia Lema	60	180
<b>Mueble para cafetera</b>	1	Luis Heredia Heredia Lema	150	150
<b>Escurridor para platos 2 niveles Acero Cromado</b>	1	Sukasa	24,99	24,99
<b>Tacho reciclaje pika verde y negro</b>	2	Megaplas	18	36
<b>Infusor para 1 taza</b>	10	Amatea	5,95	59,5
<b>Tetera 1 litro</b>	3	Sukasa	40	120
<b>Bowls de barro</b>	10	Allpa Manka	2,5	25
<b>Juego de plato y taza para espresso White Linen</b>	10	Sukasa	8,64	86,4
<b>Juego de tazas y platos para capuchino Wilmax x 6</b>	3	Sukasa	48,59	145,77
<b>Juego de 4 piezas taza y plato para café o té Cerámica Oslo Corona</b>	5	Sukasa	17,99	89,95
<b>Jarro galerie</b>	24	Megaplas	1,24	29,76
<b>Tazas de barro con su plato</b>	5	Allpa Manka	5	25
<b>Juego de taza y plato para té 2 unidades</b>	5	Sukasa	12,59	62,95
<b>Copa malteada mexicana</b>	24	Megaplas	4.12	98,88

<b>Tenedores 6 piezas</b>	6	Supermercado s Santa María	6,44	38,64
<b>Cuchillos 4 piezas</b>	7	Supermercado s Santa María	7,79	54,53
<b>Cuchara para café pequeña mango madera x 6</b>	10	Supermercado s Santa María	6,44	64,4
<b>Salero</b>	10	Supermercado s Santa María	2	20
<b>Azucarero</b>	10	Supermercado s Santa María	2	20
<b>Frascos de cristal para almacenar</b>	6	Almacenes tía	5	30
<b>Platos tendidos para postre</b>	20	Sukasa	2,03	40,6
<b>Platos tendidos grandes</b>	20	Sukasa	7,99	159,8
<b>Bandeja plana de repostería</b>	2	La alacena del pastelero	2	4
<b>Molde rectangular para torta 26 cm</b>	2	La alacena del pastelero	4,20	8,40
<b>Molde Redondo – desmoldable de 27,50 cm</b>	2	La alacena del pastelero	7,45	14,9
<b>Espátula para torta</b>	3	Almacenes tía	1,99	5,97
<b>Cortador Nivelador para pastel 10" / 25 cm Wilton</b>	1	Sukasa	14,39	14,39
<b>Cucharas graduadas</b>	1	La alacena del pastelero	2,90	2,90
<b>Espátula grande</b>	1	Sukasa	1,94	1,94
<b>Espátula mini inclinada de silicón Novo</b>	1	Sukasa	2,95	2,95
<b>Espátulas para repostería</b>	1	Sukasa	5,39	5,39

<b>Brocha de silicón Novo</b>	1	Sukasa	2,52	2,52
<b>Juego de coladores metálico</b>	1	Megaplas	7	7
<b>Tabla para picar</b>	1	Almacenes Tía	5	5
<b>Base para botellón de agua</b>	1	Comercial Génesis	9,24	9,24
<b>Rodillo</b>	1	Supermercado s Santa María	2	2
<b>Cuchillo de cocina tramontina</b>	2	Almacenes Tía	9,99	19,98
<b>Cuchillo para decorar torta</b>	1	Sukasa	4,47	4,47
<b>Tapete de silicona</b>	2	La alacena del pastelero	2,90	5,8
<b>Juego de 2 ollas y 2 sartenes</b>	1	TVentas	73,50	73,50
<b>Parrilla eléctrica daewoo</b>	1	TVentas	79	79
<b>Guantes acolchados</b>	1	Sukasa	4,49	4,49
<b>Ralladora</b>	1	Almacenes Tía	4,99	4,99
<b>Barillas</b>	2	Almacenes Tía	2,99	5,98
<b>Bowl grande</b>	3	Almacenes Tía	5	15
<b>Bowl pequeño</b>	3	Almacenes Tía	2	6
<b>Cuchillo de sierra para pan</b>	1	Sukasa	6,29	6,29
<b>TOTAL</b>				8.753.24

**Tabla 44**

Maquinaria y equipos área de pedido

<b>Área de caja</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Barra de madera</b>	1	Luis Heredia Heredia Lema	120	120
<b>Bases para tortas</b>	4	Casa Paz	22	88

<b>Frasco para galletas</b>	1	Almacenes Tía	10	10
<b>Caja registradora</b>	1	Electromáquinas	340	340
<b>Maceta cerámica circular 24 cm</b>	10	Kywi	8,97	44,85
<b>Maceta rectangular grande</b>	5	Kywi	7,49	37,45
<b>Maceta circular 19 cm cerámica</b>	15	Kywi	2,98	44,7
<b>Maceta de barro y base de madera</b>	3	Life en Boxes Designs	39	117
<b>Maceta metalica colgante 12"</b>	10	Kywi	6,45	64,5
<b>Anaqueles para plantas</b>	1	Luis Heredia Heredia Lema	500	500
TOTAL				1366,5

**Tabla 45**

*Maquinaria y equipos administración*

<b>Administración</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Laptop Lenovo</b>	1	Almacenes Point	639	639
<b>Impresora EPSON L4160</b>	1	World Computers	300	300
<b>Silla de oficina</b>	1	Luis Heredia Heredia Lema	50	50
<b>Escritorio</b>	1	Luis Heredia Heredia Lema	410	410
<b>Sofá</b>	1	Arte Muebles - Estilo y Elegancia	100	100
<b>Celular</b>	1	CNT	339	339
TOTAL				1.838

**Tabla 46***Maquinaria y equipo área de comedor*

<b>Comedor</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Mesas de madera 4 puestos</b>	4	Luis Heredia Heredia Lema	570	2.280
<b>Mesas rectangulares de madera 6 puestos</b>	2	Luis Heredia Heredia Lema	370	740
<b>Bancas para exterior</b>	2	Luis Heredia Heredia Lema	120	360
<b>Mesas de madera 2 puestos</b>	3	Luis Heredia Heredia Lema	220	660
<b>Parasol cuadrado 2x2 m con base</b>	6	Sukasa	267.29	1603,74
<b>Equipo de sonido</b>	1	Comandato	200	200
<b>TOTAL</b>				<b>5843,65</b>

**Tabla 47***Requerimientos bodega cafetería Jardín Nativo*

<b>Bodega</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Estante de pared</b>	1	Luis Heredia Heredia Lema	150	150
<b>TOTAL</b>				<b>150</b>



**Tabla 48***Requerimientos baños cafetería Jardín Nativo*

<b>Baños</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>	
<b>Estante</b>	3	Luis Heredia Heredia Lema	20	60	
<b>Maceta cerámica circular 24 cm</b>	5	Kywi	8,97	44,85	
<b>Cepillo para inodoro</b>	2	Kywi	3,17	6,34	
<b>Dispensador de jabón</b>	2	Proquimec	14	28	
<b>Dispensadores para toallas de mano</b>	1	Proquimec	15	15	
<b>Dispensador de plástico de papel Jumbo</b>	2	Proquimec	15	30	
<b>Tacho metalizado c/pedal</b>	2	Megaplas	11,45	22,9	
<b>TOTAL</b>				<b>207,09</b>	

**Tabla 49***Requerimientos Jardín de cafetería Jardín Nativo*

<b>Jardín</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>	
<b>Rótulos de madera</b>	15	Arte Naya	20	300	
<b>TOTAL</b>				<b>300</b>	

**Tabla 50***Requerimientos señalética para Cafetería Jardín Nativo*

<b>Señalética</b>					
<b>Detalle</b>		<b>Cantida</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
		<b>d</b>			
<b>Letrero</b>	<b>nombre</b>	1	Arte Naya	80m	80
<b>cafetería</b>					
<b>Señalética</b>	<b>Baños</b>	1	Papelería	3,5	3,5
<b>hombre y mujer</b>			Monserrath		
<b>Señalética</b>		1	Papelería	3,5	3,5
<b>administración</b>			Monserrath		
<b>Señalética</b>	<b>Cocina</b>	1	Papelería	3,5	3,5
			Monserrath		
<b>Señalética</b>	<b>Jardín</b>	1	Papelería	3,5	3,5
<b>Señalética</b>	<b>protocolo</b>	1	Papelería	7	7
<b>de bioseguridad</b>			Monserrath		
<b>Señalética</b>	<b>salida de</b>	1	Papelería	3,5	3,5
<b>emergencia</b>			Monserrath		
<b>Letrero</b>	<b>Piso</b>	2	Papelería	8,5	17
<b>Señalización Limpieza</b>			Monserrath		
<b>Mantenimiento</b>					
<b>Letrero</b>		1	Papelería	3,5	3,5
<b>abierto/cerrado</b>			Monserrath		
<b>Letrero</b>	<b>publicidad</b>	2	Arte Naya	200	400
<b>TOTAL</b>					<b>525</b>

**Tabla 51***Requerimientos suministros de oficina*

<b>Suministros de oficina</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Bolígrafos x 12</b>	1	Papelería Monserrath	3,48	3,48
<b>Resma de papel bond</b>	1	Papelería Monserrath	3,20	3,20
<b>Grapadora</b>	1	Papelería Monserrath	5	5
<b>Carpetas</b>	2	Papelería Monserrath	2,50	5
<b>TOTAL</b>				<b>13,64</b>

**Tabla 52***Insumos cafetería Jardín Nativo*

<b>Insumos</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
<b>Escoba</b>	2	Kywi	1,78	3,56
<b>Trapeador</b>	1	Kywi	6,29	6,29
<b>Recogedor</b>	1	Kywi	3,19	3,19
<b>Panio Cocina</b>	5	Kywi	9,5	47,5
<b>Esponja</b>	2	Kywi	1,84	3,68
<b>Panio microfibra unidades</b>	4	Kywi	5,05	5,05
<b>Lavavajilla 450 gr</b>	3	Almacenes Tía	1,65	4,95

<b>Limpiador polvo tips 450gr</b>	3	Kywi	1,46	4,38
<b>Papel higiénico JUMBO</b>	6	Almacenes Tía	2,99	17,94
<b>Papel toalla de cocina</b>	3	Almacenes Tía	1	3
<b>Papel de manos</b>	3	Kywi	4,64	13,62
<b>Alcohol antibacterial 1 GL personal care</b>	3	Kywi	10,99	32,97
<b>Jabón líquido 1GL Weir</b>	3	Kywi	9,33	27,99
<b>Desinfecte multisuperficie hogar sano 500ml</b>	3	Kywi	3,63	10,89
<b>Cloro Tips 3,78 LT</b>	3	Kywi	3,75	11,25
<b>Sorbete Cartón 10 unidades</b>	10	Megaplas	0,46	13,50
<b>Servilleta x300</b>	6	Megaplas	1,95	11,70
<b>Sorbete Cartón 10 unidades</b>	10	Megaplas	0,45	13,50
<b>Funda de basura 10 unidades grande</b>	10	Kywi	1,38	12,42
<b>Funda de basura pequeña 10 unidades</b>	10	Supermercado s Santa María	0,44	13,20
<b>Desinfectante de verduras</b>	3	Supermercado s Santa María	2,87	8,61
<b>Guantes de látex</b>	1	Supermercado s Santa María	1,34	1,34
<b>Tijera 2 manos 23" p/podar aquacraft</b>	1	Kywi	19,85	19,85
<b>Filtro natural grande para macetas</b>	10	Kywi	1,13	11,3
<b>Papel encerado</b>	3	Megaplas	2,14	6,42
<b>TOTAL</b>				308,1

### 3.4.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo permite que la empresa pueda realizar sus operaciones con normalidad dentro de un corto periodo de tiempo.

A continuación, se muestra la materia prima, servicios básicos, permisos de funcionamiento de las diferentes entidades, gastos de marketing y otros requerimientos de la cafetería.

**Tabla 53**

*Materia prima cafetería Jardín Nativo*

<b>Producto</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Canti dad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitari o</b>	<b>Cost o total</b>
<b>Café</b>	Café Cosecha Roja	1	kg	8	168
<b>Azúcar blanca</b>	Supermercados Santa María	1	kg	1,99	5,97
<b>Panela molida</b>	Supermercados Santa María	1	kg	1,36	4,08
<b>Aguacate</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”	4	pz	1	90
<b>Manzana</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”	1	kg	2,25	90
<b>Guanábana</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”	1	pz	1	32
<b>Zanahoria</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”	5	pz	0,50	45
<b>Tomate</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”	1	kg	1	90

<b>Cebolla</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		4	pz	0,50	61
<b>Ajo</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	pz	1	9
<b>Limón</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	pz	0,15	4,5
<b>Jengibre</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	pz	0,50	1,5
<b>Frutillas</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	kg	1,50	18
<b>Mortiño</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	kg	2	24
<b>Maracuyá</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		5	pz	1	3
<b>Pollo</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	kg	2,75	165
<b>Pepas de sambo</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		1	lb	5	15
<b>Plátano</b>	Mercado “Pacha Mama nos alimenta”		10	pz	0,75	27
<b>Coco rayado</b>	Supermercados Santa María		80	gr	1,66	4,98
<b>Polvo para hornear</b>	Supermercados Santa María		120	gr	1,80	1,8
<b>Crema de leche Reyqueso 250 gr</b>	Supermercados Santa María		250	gr	2,40	28,8
<b>Crema para batir</b>	Supermercados Santa María		200	gr	1,20	1,2

<b>Azúcar impalpable</b>	Supermercados María	Santa	500	gr	0,89	2,67
<b>Nuez moscada</b>	Supermercados María	Santa	50	gr	3,20	9,6
<b>Sal</b>	Supermercados María	Santa	1	kg	0,55	1,65
<b>Botellón de agua</b>	Bodega "Santellán"		20	lt	2,50	7,5
<b>Horchata</b>	Supermercados María	Santa	31	gr	0,59	21,24
<b>Avena</b>	Supermercados María	Santa	1	kilo	1	15
<b>Pan de molde</b>	Alpha Bakery		25	piezas	0,80	720
<b>Queso Mozzarella</b>	Supermercados María	Santa	400	gr	4,16	49,92
<b>Miel</b>	Ñawi		500	ml	9,99	29,97
<b>Carne</b>	El Torito		1	kg	6,40	76,8
<b>Canela en rama</b>	Aromas y Sabores Jimmy	Don	1	kg	4	4
<b>Canela en polvo</b>	Aromas y Sabores Jimmy	Don	100	gr	2,25	2,25
<b>Harina de trigo</b>	Supermercados María	Santa	1	kg	2	24
<b>Aceite de girasol</b>	Supermercados María	Santa	2	lt	7,32	21,96
<b>Frutos secos Mix</b>	Supermercados María	Santa	200	kg	5	450
<b>Leche entera</b>	Supermercados María	Santa	1	lt	0,80	72

<b>Cubeta grandes unidades</b>	<b>Huevos 30</b>	Supermercados María	Santa	1	pz	4,67	56,04
<b>Champiñones</b>		Supermercados María	Santa	220	gr	3,96	95,04
<b>Yogurt Zeus</b>	<b>griego</b>	Supermercados María	Santa	225	gr	1,75	42
TOTAL						94,9	2591,47

Los valores presentados en la tabla previa representan los costos por materia prima para el periodo de un mes de acuerdo con datos obtenidos en el mercado y en los supermercados donde se realizará la compra.

**Tabla 54**

*Permisos de funcionamiento*

<b>Permisos de funcionamiento</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Gastos</b>
<b>Patente Municipal</b>	60
<b>Permiso de cuerpo de bomberos</b>	2
<b>ARCSA</b>	96,00
<b>Registro del Mintur</b>	45
<b>Licencia de funcionamiento</b>	139,9
<b>Registro de marca</b>	208
<b>TOTAL</b>	<b>550,9</b>

Nota. Los permisos que se muestran a continuación se pagan solo una vez por ser establecimiento nuevo dentro del mercado.

**Tabla 55**

*Salario*



<b>Salario</b>				
<b>Personal</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Salario</b>	<b>3 meses</b>
<b>Administración</b>	Gerente	1	400	1200
<b>Producción</b>	Barista	1	400	1200
<b>Servicio</b>	Persona polifuncional	1	400	1200
TOTAL			1200	3600

**Tabla 56**

*Servicios básicos*

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>3 meses</b>
<b>Agua (comercial)</b>	4,14	12,42
<b>Luz (comercial)</b>	13,00	39,00
<b>Teléfono</b>	17,90	53,7
<b>Internet</b>	35,00	105
<b>Gas</b>	2,50	7,50
TOTAL		217,62

**Tabla 57**

*Presupuesto de marketing*

<b>Presupuesto de marketing</b>			
<b>CANTID AD</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>1000</b>	Tarjetas de presentación	40	40
<b>3 meses</b>	Publicidad en Facebook	150	450
<b>3 meses</b>	Instagram	150	450
<b>1 AÑO</b>	Hosting web	56	56
<b>1</b>	Registro de dominio	12	12
<b>1</b>	Diseño página web	400	400

TOTAL	1408
-------	------

La presente tabla muestra el presupuesto de las actividades a realizarse para el marketing, en donde se incluye la forma física y prestando mucha atención a la parte digital ya que hoy en día es muy competitiva.

#### 3.4.4. Total de inversión

Luego de haber descrito los requerimientos de la cafetería se procede a colocar realizar el cálculo del total de la inversión, como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 58**

*Total de la inversión*

<b>Total de la inversión</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Obra civil	537,15
Maquinaria y equipos	18.997,21
Insumos	268,26
Capital de trabajo	6.959,99
Marketing	1.408
<b>TOTAL</b>	<b>28.154,22</b>

Nota. Realizada a partir del punto número 3.3.4.

#### 3.4.5. Plan de financiación

Para la financiación del proyecto es necesario solicitar un crédito a una entidad financiera, en este caso se lo realizará mediante la Corporación financiera Nacional (CFN) por un monto de 20.000 dólares. La cantidad restante de la inversión total será capital propio, es decir la cantidad 3.154 dólares. La tasa anual dentro de esta entidad es del 11,38%.

### **3.5. Estructura organizativa y administrativa**

#### **3.5.1. Misión**

Somos una cafetería temática que ofrece bebidas, postres, alimentos salados y recorridos al aire libre, donde el ambiente, la gastronomía y el servicio personalizado se combinan para ofrecer un producto de calidad con el fin de satisfacer tanto a nuestros clientes como a nuestro equipo de trabajo.

#### **3.5.2. Visión**

Llegar a ser una cafetería referente a nivel local por su amplia gama de bebidas y alimentos y un ambiente acogedor en los próximos 5 años, ofreciendo productos de alta calidad y con un excelente servicio.

#### **3.5.3. Políticas**

- Llevar un proceso de higiene en todas las áreas del establecimiento, muebles, equipo de trabajo y alimentos.
- Brindar un servicio eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento con el cliente.
- Presentar al cliente el menú de bebidas y alimentos con los precios claramente diferenciados.
- Capacitación constante del personal para ofrecer un producto diferenciado.
- Trabajar en conjunto con los proveedores de insumos y estar partícipes en todo el proceso.

#### **3.5.4. Valores**

**Compromiso:** con nuestros clientes ofreciendo productos y un servicio de calidad, también el compromiso por parte de todos los integrantes del equipo de trabajo y por último el compromiso con nuestros proveedores.

**Ambiente:** brindamos un espacio diseñado con plantas nativas para brindar un ambiente único al cliente.

**Esfuerzo y dedicación:** Aplicamos todo nuestro esfuerzo y dedicación diariamente en cada actividad, para que el restaurante refleje calidad hacia nuestros consumidores.

**Actitud positiva:** se promueve una actitud positiva a los trabajadores para transmitirlo hacia el cliente y que se sienta como en casa.

### 3.5.5. Imagen corporativa

El siguiente gráfico representa el logo realizado para el emprendimiento:

**Figura 9**

*Imagen corporativa*

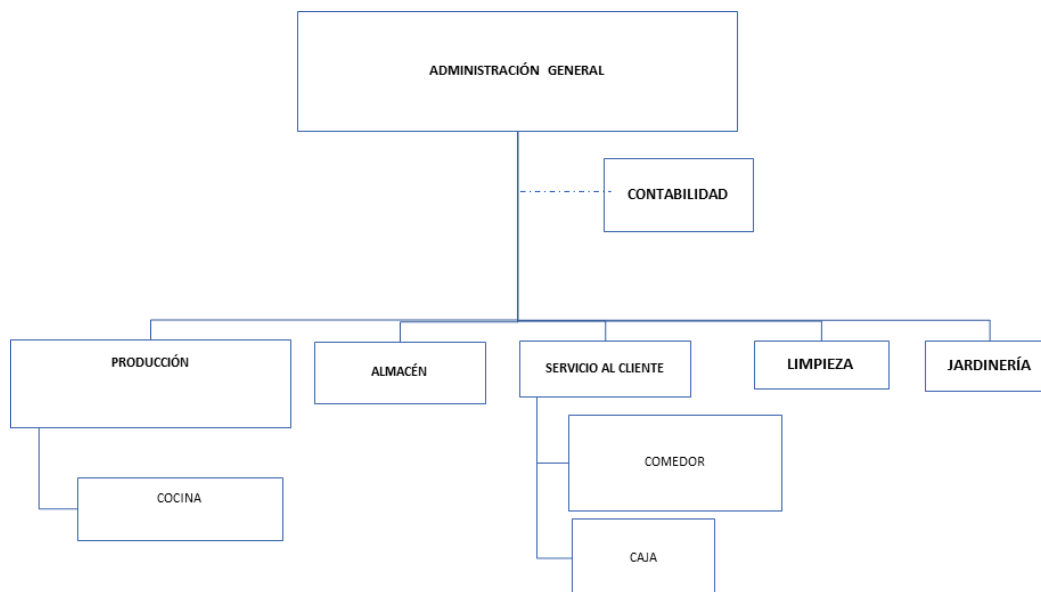


### 3.5.6. Organigrama

#### Organigrama de funciones

El organigrama de funciones de la cafetería Jardín Nativo está distribuido de manera jerárquica y de forma vertical para su mejor apreciación y por consiguiente realizar su respectivo manual de funciones.

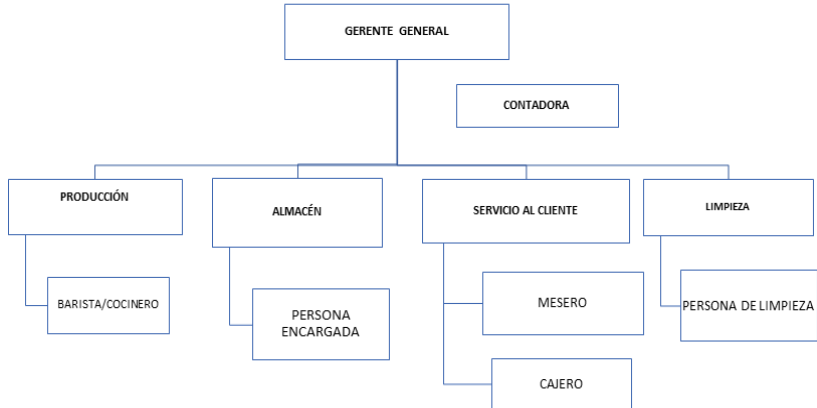
**Figura 10**  
*Organigrama de funciones*



**Nota:** Las líneas entrecortadas representan que será dirigida por personal externo.

En el próximo cuadro se presenta el diagrama de puestos, en donde se especifica las personas que laboran dentro de la cafetería.

**Figura 11**  
*Organigrama de puestos*



Nota. Las líneas entrecortadas representan que será dirigida por personal externo.


En el diagrama de funciones ayudará a la cafetería a organizar mejor el trabajo administrativo y operativo, se asigna funciones den orden jerárquico para que de esta manera cada miembro de la organización lleve su trabajo de la mejor manera posible y lograr el progreso de la empresa.

### 3.5.7. Manual de funciones

A continuación, se presentan las fichas para levantar información de los diferentes puestos de trabajo del emprendimiento, es decir del gerente, barista, mesero polivalente y que servirá para elaborar el manual de funciones.

**Tabla 59**

*Puesto de trabajo: Gerente*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:

**GERENTE**

FUNCIONES:

Compras	Contabilidad / Finanzas
Control	RR.HH. / Administración
Calidad	Mantenimiento & Almacén
Logística externa	Logística interna
Dirección	Planeación
Diseño del proceso	Organización

**RESPONSABILIDADES:**

- Desarrollar estrategias de mercado, implementar campañas de publicidad
- Mantener registros actualizados de los ingresos y gastos diarios, semanales y mensuales
- Comunicarse con los clientes
- Coordinar el suministro de alimentos, bebidas y demás insumos necesarios para la operatividad del establecimiento.
- Velar por el cumplimiento de los estándares y legislación sanitaria y de manipulación de alimentos, además de las políticas establecidas por el establecimiento
- Garantizar que todas las zonas de la cafetería estén limpias y ordenadas
- Fomentar la buena relación entre compañeros de trabajo
- Capacitar a los empleados en diferentes ámbitos

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

FORMACIÓN

Carrera afín a administrador de empresas o turismo, conocimientos sobre la cultura del café, conocimientos sobre equipos de café, conocimiento de plantas especialmente del Ecuador

EXPERIENCIA

Experiencia en el sector turístico o gastronómico

APTITUDES

Pensamiento crítico, comunicación, autocontrol, capacidad para planificar, trabajo en equipo, liderazgo.


OBSERVACIONES:

Firma:

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

**Tabla 60**

*Puesto de trabajo: Barista*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
<b>BARISTA</b>			
FUNCIONES:			
<input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input checked="" type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	al	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza de área de trabajo	
RESPONSABILIDADES:			



- Preparación de café y de bebidas a base de este por medio de diferentes métodos
- Preparación de alimentos previamente para ser ofertados en el establecimiento
- Limpieza de máquina de café
- Comunicar novedades sobre fallas en máquina de café.
- Mantener limpia la zona del bar
- Mantener los platos y tazas limpios
- Comprobar si las máquinas de café funcionan adecuadamente e informar de cualquier necesidad de mantenimiento
- Gestión eficiente de ingredientes a utilizarse

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

FORMACIÓN

Curso profesional en barismo, conocimientos en manipulación de alimentos

EXPERIENCIA

Experiencia con máquinas de café, experiencia previa como barista o camarero/a

APTITUDES

Disciplina, responsabilidad, flexibilidad


OBSERVACIONES:

Firma:

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

**Tabla 61**

*Puesto de trabajo: Mesero polifuncional*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;"><b>Mesero/a polivalente</b></p>			
FUNCIONES:			

Compras	Contabilidad / Finanzas
Comercial / Atención al cliente	RR.HH. / Administración
Calidad	Mantenimiento & Almacén
Logística externa	Logística interna
Producción	Limpieza
Diseño del proceso	Administrar y procesar los pagos.

#### RESPONSABILIDADES:

- Encargado de recibir a los clientes
- Apertura y cierre de caja
- Entregar la carta de bebidas a los clientes, hacer recomendaciones y solventar dudas sobre ingredientes
- Tomar las comandas prestando atención a los detalles.
- Servir bebidas y comida preparada a las mesas
- Manejo de las cuentas
- Limpieza del establecimiento en los horarios asignados
- Administrar quejas y cumplidos
- Mantener limpio el área de cocina, comedor y área exterior
- Calcular el pago que debe efectuar cada mesa, manejar todas las formas de pago que usa el restaurante, facturar pedidos, procesar devoluciones.
- Llevar el control de las comandas o notas de consumo y elaborar facturas
- Organización de la despensa

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

#### FORMACIÓN

Conocimientos básicos sobre bebidas y alimentos, conocimientos sobre atención al cliente,

#### EXPERIENCIA

Experiencia en restauración o turismo

#### APTITUDES

Trabajo en equipo, habilidades comunicativas, atención al cliente, versatilidad

OBSERVACIONES:

Firma:

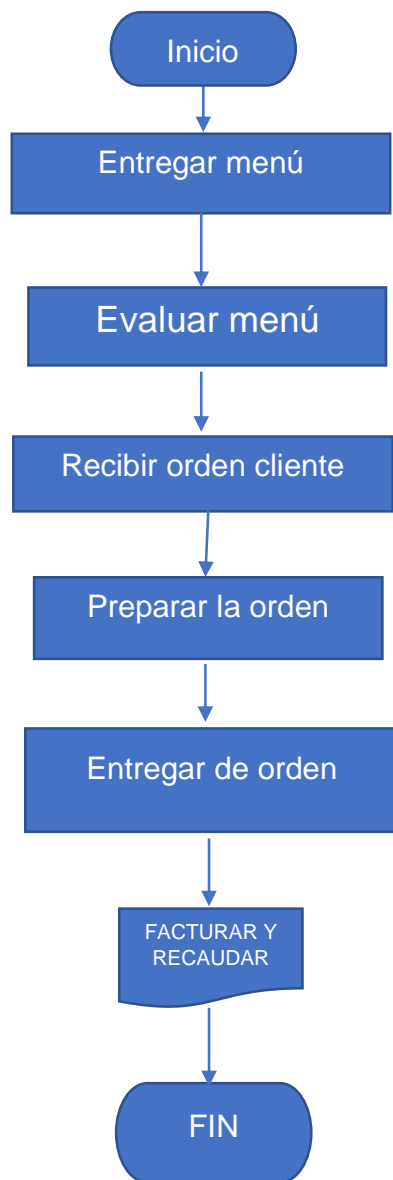
Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

### **3.5.8. Flujograma de actividades**

En esta sección, se plasma los distintos procesos dentro de la cafetería temática mediante representaciones gráficas llamadas flujogramas. Se presenta a continuación el flujograma del proceso de servicio.

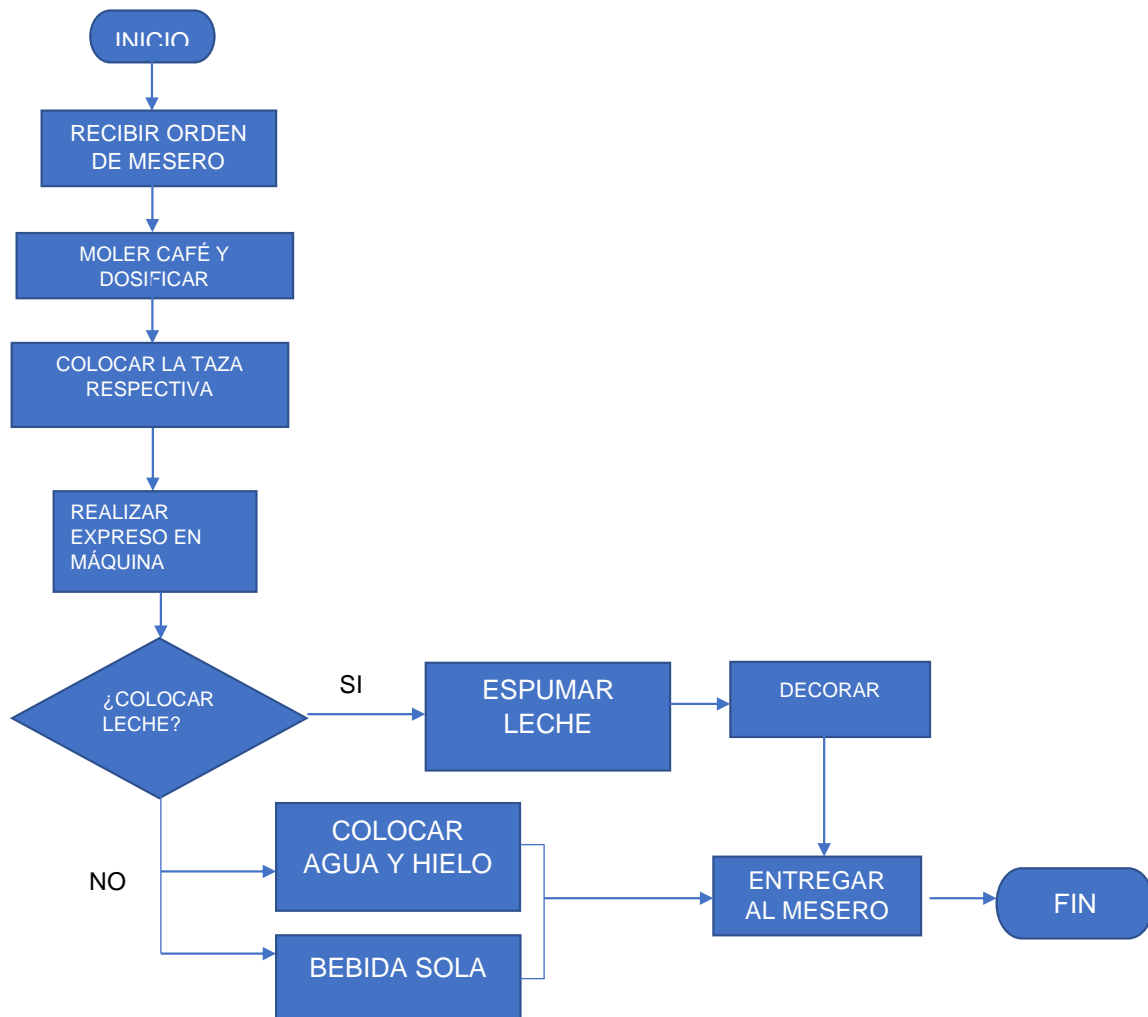
**Figura 12**

*Flujograma del servicio*



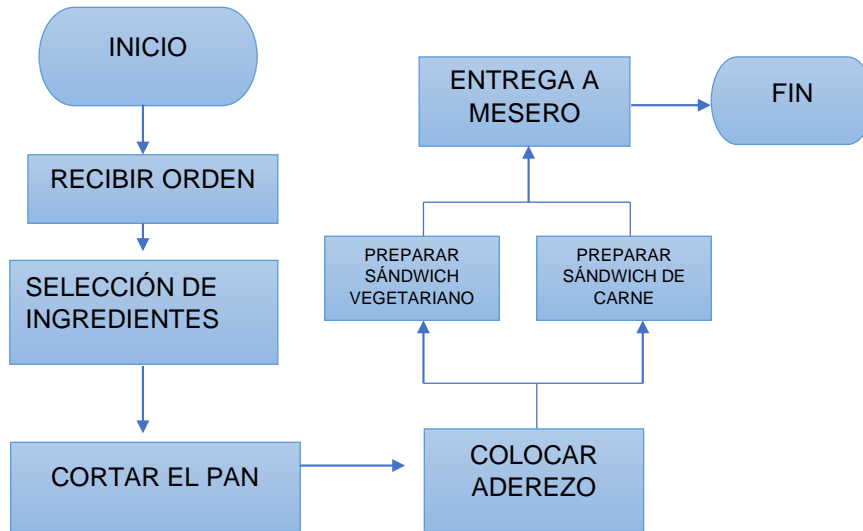
**Figura 13**

*Flujograma de preparación de bebidas a base de café*



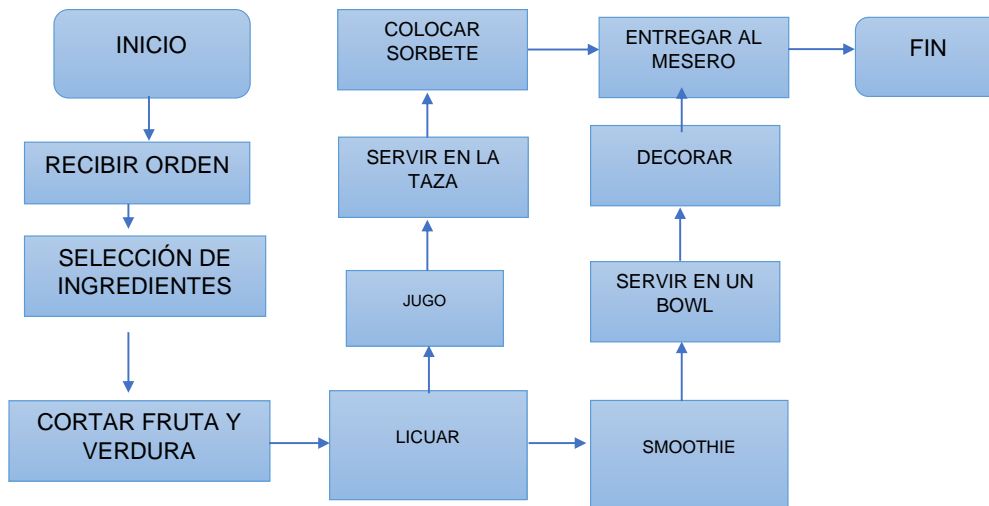
**Figura 14**

Flujograma preparación de sándwiches



**Figura 15**

Flujograma preparación de bebidas



### **3.5.9. Descripción del diagrama de flujo**

El gráfico de proceso de llegada y salida del usuario empieza cuando el cliente llega y se dirige a la mesa de su elección, y el mesero se dirige cordialmente para saludar y entregar el menú. Luego el cliente analiza el menú, para así el mesero tomar la orden y entregar en el área de la cocina, luego de un tiempo determinado se realiza la entrega del pedido en la respectiva mesa. Por último, se realiza la respectiva facturación y el cobro de dinero por el servicio prestado.

Para las bebidas a base de café se procede en primer lugar a recibir la orden por parte del mesero, luego se procede a realizar la bebida del expreso de acuerdo con las especificidades, se procede a moler los granos de café, dosificar y colocar en la máquina la respectiva taza para preparar el expreso. Seguido se realiza las bebidas con o sin leche, en el primer caso se espuma la leche, se decoran y se entregan al mesero, y en el segundo caso se le puede colocar más agua, hielo o solamente el expreso para luego entregarlo al mesero, es así como termina todo el proceso.

La preparación del sándwich es muy fácil, el proceso comienza cuando el cocinero recibe el pedido por parte del mesero. El cocinero selecciona los ingredientes, para proceder a cortar el pan de molde para luego colocar los respectivos aderezos preparados previamente, enseguida se procede a realizar sándwiches vegetarianos o con carne, siendo así para los vegetarianos se cortan verduras y se colocan crudas o también se las saltean, para luego colocar dentro del pan y está listo para entregar al mesero. En el caso de los sándwiches de carnes & aves, se prepara previamente a la plancha el pollo, la carne de res o el cerdo. Y por último emplatarlo en papel encerado, colocarlo en un plato tendido y entregarlo al mesero.

El proceso de preparación de las bebidas a base de frutas, en donde primero se analiza el pedido, luego se seleccionan los ingredientes ya que se diferencian los

jugos y los *smoothies*, seguido de eso se corta la fruta y se procede a licuarla para luego servir en los respectivos recipientes y colocar detalles finales en cada preparación, y para terminar se lo entrega al mesero que será el encargado de llevar a la mesa de los comensales.

### **3.5.10. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual**

La cafetería JARDÍN NATIVO se constituirá como una EMPRESA UNIPERSONAL, por el hecho de que solo hay una persona como propietario. Para su constitución se necesita cumplir ciertos requisitos dispuesto en el Servicio de Rentas internas (SRI) y que son detallados a continuación:

1. Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, apoderado o liquidador designado, según corresponda.
2. Original y copia simple de la Escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
3. Original y copia simple del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
4. Original y copia simple
5. Documento de Identificación del Representante Legal y documento de ubicación de la sociedad

Una de las observaciones específicas es que, en el caso de trámites electrónicos presentados por SRI en línea, no se requerirá que el formulario se encuentre firmado electrónicamente.

La empresa también necesita registrar su marca, esto se lo realizará en la dependencia correspondiente llamada SENADI. “El trámite de Registro de Marcas



de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras está orientado al registro de una marca que sea signo suficientemente distintivo y susceptible de representación gráfica” (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020).

Los requisitos para el registro de la marca son:

**Requisitos Obligatorios:**

- Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
- Comprobante de pago de tasa.
- Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

**Requisitos Especiales:**

- Certificado Financiero para descuento
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
- Documento de Prioridad

(SENADI, 2020)

## 4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

### 4.3. Nombre comercial

El nombre comercial de la cafetería se denominará JARDÍN NATIVO en relación con la temática del lugar. la marca girará en torno al diseño del logo, como se muestra a continuación:

**Figura 16**  
*Logo*



Nota. Realizado en la plataforma CANVA

En cuanto al logo es un imagotipo, en el cual consta la imagen de una planta en donde las dos hojas laterales representan los granos de café, materia prima de una cafetería. El nombre de la empresa ha sido diseñado en base a la ambientación que tendrá, es decir un jardín, además con la palabra nativo hace alusión a las plantas nativas utilizadas en dicha decoración.

Como slogan se encuentra dos palabras en idioma ingles ya que es un idioma internacional, permitiendo así que personas de otros países pueden familiarizarse más con la marca dentro de la web o por otros espacios. Las palabras son: coffee

& garden, el primero por el producto principal que se ofrece y el segundo por el ambiente que tendrá la cafetería, un jardín con plantas nativas.

Los colores del logo son dos, en primer lugar, el color verde representa a la naturaleza misma que forma parte de la cafetería, además refleja armonía, paz, frescura, tranquilidad, en segundo lugar, está el color negro que significa elegancia y alta calidad. en cuanto a la tipografía se utilizó de serifas denominada Noto Serif, un tipo de letra muy tradicional.

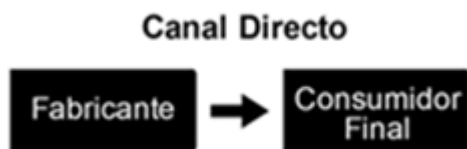
En cuanto a los colores corporativos se estableció que los principales sean el color verde y el negro, además que el color blanco será utilizado la mayor parte del tiempo como base. Se pretende que la marca en su conjunto pueda transmitir al público la esencia y filosofía del lugar, es decir la pasión por el café, la sencillez, la naturaleza y la cocina.

#### 4.4. Canales de distribución

Los canales de distribución de la cafetería se basan en los criterios de los autores, y que en un futuro se puede ampliar los canales a través de mayoristas o minoristas.

**Figura 17**

*Canal de distribución*



Nota. Obtenido de Guía de emprendimiento específica, 2020

El canal de distribución del emprendimiento es directo ya que el fabricante es decir la cafetería venderá directamente al consumidor, es decir el consumidor se

acercará al establecimiento motivado por diferentes razones para consumir dentro del mismo.

Además, el contacto directo será a través del teléfono, cuando las personas se comuniquen para pedir información sobre el establecimiento, el contacto vía e-mail, por Messenger, a través de mensajes de Instagram, contacto por chat de WhatsApp y sitio web propio, es decir que, aunque la persona no esté cara a cara con los empleados de la cafetería, no existe nadie de por medio para comunicarse con la cafetería.

El canal directo ayudará a tener mejor comunicación dentro de la empresa como también con los consumidores y por ende la coordinación de las actividades será mucho más rápida.

#### **4.5. Publicidad**

La publicidad forma parte del día a día de la cafetería ya que atrae posibles clientes y por otro lado fideliza a los clientes. Se ha establecido que el medio más idóneo para dicha publicidad es la forma física como son las tarjetas de presentación y en los rótulos dispuestos dentro y fuera del establecimiento, y la parte digital mediante diferentes plataformas.

##### **4.5.1. Infraestructura**

Para la publicidad física se establece que se colocarán vallas publicitarias en propiedades privadas previamente consultadas dentro de dos puntos estratégicos, el primero en la entrada del barrio Obraje de la comunidad de Peguche ya que es la parada última antes de llegar al Bosque Protector “Cascada de Peguche” lo cual favorece por su cercanía y el segundo en la entrada de la comunidad por la panamericana norte sentido norte-sur.

Dentro de estos rótulos se ubicará el nombre, ubicación, imagen representativa, logo, horarios y los respectivos contactos. En la siguiente imagen se presenta el modelo para dicho anuncio.

**Figura 18**  
*Valla publicitaria*



Nota. Modelo valla publicitaria. Realizado en la plataforma CANVA.

#### 4.5.2. Publicidad física

##### Tarjetas de presentación

Un modo físico de marketing son las tarjetas de presentación, con las cuales el cliente tendrá a la mano dirección, contactos y redes sociales de la cafetería. De este modo se diseñó el modelo de las tarjetas de presentación mismas que serán colocadas en una parte visible del área de pedido para que los usuarios adquieran uno.

## Figura 19

### Tarjeta de presentación



Nota. Modelo tarjeta de presentación. Realizado en la plataforma Canva.

Dentro del marketing digital no solo incluye publicidad sino va más allá, esta forma de marketing utiliza muchas más herramientas utilizadas para el análisis y el seguimiento para atraer a los clientes potenciales, prestando atención al segmento de mercado y también fidelizar a los clientes actuales. Para lo cual se establece las siguientes herramientas:

### 4.5.3. Marketing digital

#### Página web

Es necesario iniciar con crear la página web para la cafetería ya que, a diferencia de las redes sociales, es una herramienta que ayuda además nos ayuda a ser visibles en los buscadores, si se utiliza las palabras clave apropiadas, permite llegar a mercados mucho más lejanos y por último y el más esencial que tener página web es tener control absoluto como lo menciona WebCorp Ecuador (2020) “Tener tu propio sitio web es tener el control total. Todo lo que publiques en tu sitio es tuyo, puedes reutilizar contenido, puedes incluso monetizarlo”

Dentro de la página web se presenta textos, videos, imágenes, testimonios, blogs, entre otras cosas, que permitirán generar confianza con los usuarios. La página web creada en la plataforma digital Wix, permite hacerlo de forma gratuita y con la opción de pago se podrá contar con más herramientas que permitan la interacción más cercana con el usuario.

## Figura 20

### Página Web



Nota. Obtenido de la plataforma WIX

Las redes sociales como su nombre lo mencionan es un medio para socializar con las personas, más que todo para llegar a los sentimientos de las personas, es así que la presente empresa se enfocará en interactuar con las personas, pero no tomar a las redes como un medio principal para vender.

### Página en Facebook

Se creó una página de Facebook para promocionar mediante los anuncios que serán dispuestos de forma periódica para traer tráfico a la red social, como también aumentar visitas a la página web y WhatsApp.

Dentro de esta plataforma se publicará fotografías sobre las diferentes áreas del establecimiento, testimonios, entrevistas, información relevante, entre otras, para mantener informados a los clientes.

Como se muestra en la siguiente figura, la página de Facebook será en este modelo.

**Figura 21**

*Página de Facebook*



## Instagram

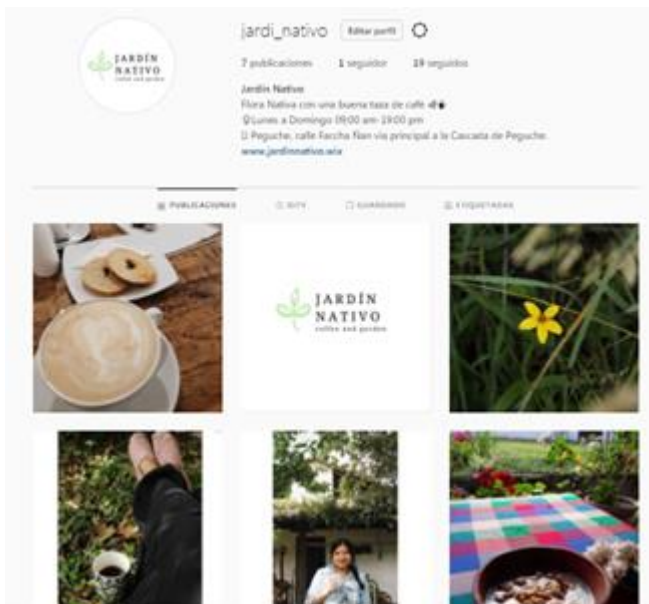
Esta red social está en tendencia y permite conectar a la empresa con la audiencia mediante a través de fotografías y videos, más no bombardear con demasiadas promociones u ofertas; para lo cual se crean contenido periódicamente con fotografías sobre los productos a ofrecer, diferentes áreas del establecimiento,



clientes, proveedores, y el valor agregado que son las plantas nativas que aportarán belleza a la galería e inculcación a la audiencia.

A continuación, se presenta el *feed* de Instagram para la cafetería Jardín Nativo:

**Figura 22**  
*Página de Instagram*



## WhatsApp Business

La plataforma de WhatsApp es en donde las personas interactúan con los posibles consumidores y clientes para brindarles información oportuna, mostrar los productos y solventar dudas. Esta herramienta permite crear una base de datos amplia, en donde se pueda promocionar fácilmente nuevos productos, lanzar campañas o informar sobre las promociones.

Para lo cual se procederá a configurar la plataforma:

1. Colocar con el logo de la cafetería

2. Configurar con el nombre la cafetería descripción, los horarios de atención, y ubicación
3. Colocar correo electrónico de la empresa y la página web
4. Configurar los mensajes de bienvenida y a quién va dirigido

**Mensaje Modelo:** ¡Hola! te saluda Lesly de Cafetería Jardín Nativo, ¿Cómo te llamas?

Este mensaje es dirigido a las personas que escriben por primera vez, o después de 14 días sin haber escrito.

5. Configurar mensaje de ausencia

De la misma manera como el mensaje de bienvenida, se necesita realizar las respectivas configuraciones, como el horario de disponibilidad para responder mensajes como el propio mensaje, como se muestra a continuación:

**Mensaje Modelo:** ¡Hola! En estos momentos no estamos disponibles, pero responderemos cuando volvamos, cuéntanos ¿Cómo te llamas y cómo podemos ayudarte?

6. Realizar el catálogo de los productos, con las respectivas fotografías para que las personas puedan mirar descripción y precios.

#### **4.5.4. Promociones**

Las promociones se realizarán en fechas especiales, dirigidas al público nacional y extranjero, además que se tendrá la oportunidad de entablar relaciones más profundas con los clientes. Las fechas especiales consideradas son:

- **Día de la madre:** ya que es una celebración muy importante dentro del Ecuador. La promoción consiste que la cafetería ofrecerá un postre gratis por la compra de una bebida a base de café.

- **Día del padre:** fecha también importante, en donde la promoción consiste en una bebida y postre gratis para el padre e hijo que vayan juntos.
- **Día del medio ambiente:** ya que se pretende inculcar a la ciudadanía sobre el cuidado del medio ambiente, rescate de ecosistemas nativos, etc. Este día habrá una promoción especial que consiste en una bebida gratis a las 50 primeras personas que visiten la cafetería.

Las principales razones para realizar este tipo de promociones son porque en primer lugar si es día festivo en el Ecuador las personas suelen salir de paseo, salen a comer fuera de casa o simplemente buscan un capricho para consentir a alguien o consentirse.

#### **4.5.5. Material fotográfico**

El material fotográfico de la cafetería será realizado por la propia empresa, mediante el cual se realizarán fotografías de producto, de los consumidores, preparación de alimentos, ingredientes para los productos, proveedor de café, instalaciones, flores nativas del establecimiento. Además, se creará imágenes rápidas para publicar promociones o mensajes importantes.

Para la edición o creación se ha propuesto la utilización de la plataforma Canva para crear diseños como también el editor VSCO para editar fotos. Dicho material se lo publicará en las diferentes plataformas digitales como son la página web, las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp.

#### **4.5.6. Material videográfico**

Para el material videográfico se realizarán diferentes videos que se promocionarán dentro de las páginas web y las redes sociales. Se lo realizará por medio de una cámara digital promocional. El contenido de estos videos será

haciendo *tours* a través de la cafetería, explicando su ambientación y los espacios que se encuentran dentro, también se realizará videos sobre datos curiosos sobre alguna bebida o planta nativa.

Otro de los contenidos será en formato de video corto a través de *IGTV, Reel o historia* dentro de la red social Instagram y Facebook en donde se compartirá ciertos procesos de la preparación de alimentos, recomendaciones, consejos en torno al tema del café.

#### **4.6. Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.**

##### **Estrategia marketing digital**

Esta estrategia es muy efectiva en el mundo actual, no se trata solamente de administrar redes sino más bien es una planificación y un trabajo constantes.

En primer lugar, se necesita pensar en el segmento de mercado a donde se va a dirigir el marketing, y luego las herramientas que son apropiadas para la cafetería, en este caso las elegidas son Facebook e Instagram, página web y WhatsApp ya que son medios populares y en donde se puede interactuar con las personas, publicar fotos y videos. Esta estrategia se enfoca en la creación de contenido como son la creación de fotos, infografías, videos, mismo que cuentan con texto que será planteado de manera inteligente para llegar a las personas que visitan las plataformas digitales.

##### **Viajes de familiarización o *Fam trips***

La estrategia que se va a realizar son los viajes de familiarización de tipo Blogger en donde irá dirigida a *influencers* especialmente de la ciudad de Quito como también de la provincia de Imbabura, quienes abarcan un mercado muy amplio. Estos *influencers* o *bloggers* como son conocidos actualmente deben estar enfocados en temas relacionados a gastronomía, turismo rural, turismo cultural y turismo de naturaleza y que también tenga numerosos seguidores y trayectoria.

El *fam trip* pretende no solo mostrar la cafetería, sino que también busca desarrollar el turismo en la zona, mostrando sus pequeños emprendimientos y atractivos naturales. Quien nos visita podrá disfrutar de un entorno rural alejado del estrés de la ciudad durante un día entero; la cafetería brindará experiencias en torno al café y otros productos de la cafetería, como también sobre los conocimientos sobre plantas nativas.

El paquete que se ofrecerá incluye, transporte, ingresos a diferentes atractivos turísticos y alimentación, en la cual se recorrerá diferentes partes de Peguche, en donde el mayor protagonista y donde se realizará actividades será la cafetería JARDÍN NATIVO.

## 5. ESTUDIO ECONÓMICO

Para la puesta en marcha de la cafetería “Jardín Nativo” se necesita de inversión, que es fundamental para el funcionamiento de la cafetería.

### 5.1. Estado de situación inicial

En el presente Estado de Situación Inicial se destacan 3 cuentas principales que son activos, pasivos y patrimonio, mismas que ayudan a dar a conocer cuanto tiene la cafetería en cuanto a activos fijos, cuál es su nivel de deudas y su patrimonio financiero.

**Tabla 62**

*Estado de situación inicial*

<b>JARDÍN NATIVO</b>				
<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>				
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>				
<b>CAJA</b>	1.000	<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>		20.803
<b>BANCOS</b>	7.106			
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	8.106,33			
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>				
<b>Terrenos</b>	15.000	<b>TOTAL PASIVOS</b>		20.803
<b>Edificios</b>	25.000			
<b>Mobiliario y equipo</b>	8.341			

<b>Marketing</b>	<b>868</b>			
<b>Construcciones</b>	342,15			
<b>Maquinaria</b>	6.321	<b>PATRIMONIO</b>		50.000
<b>Equipos de cómputo</b>	1.618	<b>CAPITAL SOCIAL(PROPIO)</b>		5.000
<b>Gastos de instalación</b>	50			
<b>Papelería y útiles</b>	139	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		55.000
<hr/>				
<b>OTROS ACTIVOS</b>	0			
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	0			
<hr/>				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	68.154	<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		68.154

Nota. Obtenido en base a los detalles de activos fijos, capital de trabajo y patrimonio del establecimiento.

Es así como el activo circulante es de \$8.106,33 que representa a cajas y bancos, el total de activos representa \$60.048 por las adecuaciones, maquinaria, equipo, mobiliario, entre otros activos, lo cual el total de activos asciende a \$ 68.154. El total de pasivos es de \$20.803 y el patrimonio total es de \$55.000 que representa el patrimonio más el capital social.

### **Tabla de amortización**

El crédito será otorgado por la Corporación Nacional Financiera (CFN), para un monto de \$23.154 con un plazo de 5 años es decir 60 meses, con una tasa anual de 11,38% porcentaje dispuesto por la entidad para créditos productivos, como consecuencia la tasa mensual es de 0,95% con un pago mensual de \$507,83.

La tabla de amortización se encuentra en ANEXOS 8.

**Tabla 63**

*Costo de capital*

<b>CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL</b>					
	<b>VALORES</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>EQUIVALENCIA</b>	<b>COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN</b>
<b>INVERSIÓN</b>	68.154	100%		7,79%	7,79%
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>				0%	
<b>CAPITAL PROPIO</b>	45.000	66%	5,95%	3,93%	
<b>FINANCIAMIENTO</b>	23.154	34%	11,38%	3,87%	
<b>ENTO</b>			%		

El costo del capital es de 7,79 % entre el capital propio más el financiamiento dato que refleja que el proyecto es factible ya que el costo no es muy alto si se compara con la tasa anual de la CFN a un año que es de 11,38 %.

## **5.2. Flujo de efectivo**

Dentro de esta sección se observa los ingresos y egresos para el Año 1, el cual muestra la liquidez que tiene el negocio. Los datos obtenidos ayudan a identificar la factibilidad de este.



**Tabla 64**

*Flujo de efectivo*

INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
<b>Bebidas a base de café</b>	3	1200	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	43200
<b>Jugos Naturales</b>	3	900	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	32400
<b>Smoothies</b>	3	450	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	16200
<b>Infusiones</b>	2	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
<b>Sándwiches</b>	3	1200	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
<b>Tortas</b>	2,5	900	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000
<b>Galletas</b>	1,5	450	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
<b>TOTAL INGRESOS</b>			12525	12525	12525	12525	12525	12525	12525	12525	12525	12525	12525	12525	150300
<b>EGRESOS</b>															
<b>Costo bebidas a base de café</b>			1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600
<b>Costo jugos naturales</b>			2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	32400
<b>Costo smoothies</b>			1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	16200
<b>Costo infusiones</b>			31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	378
<b>Costo sándwiches</b>			1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	16200
<b>Costo tortas</b>			1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	13500
<b>Costo galletas</b>			540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480
<b>Insumos varios</b>			68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78	

<b>Sueldos y salarios</b>	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
<b>Permisos</b>													550,9	550,9
<b>Publicidad</b>	190	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1840
<b>Servicios Básicos</b>	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	217,62	2611,44
<b>PAG DE PRESTAMO</b>	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	\$507,83	6093,934683
<b>TOTAL EGRESOS</b>	11080,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11040,73	11591,63	132254,27
<b>FLUJO DE CAJA</b>	1444,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	1484,27	933,37	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	1444,27	2928,54	4412,82	5897,09	7381,36	8865,63	10349,90	11834,18	13318,45	14802,72	16286,99	17220,37	18045,73	

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingreso proyectados y egresos de efectivo proyectados, constituyendo en el circulante que tiene la empresa para continuar con su operación.

La empresa en un año se proyecta de la siguiente manera:

Con un total anual de ingresos \$150.300 y 55500 unidades vendidas dentro del primer año de funcionamiento, conociendo que la cafetería ofrece 7 productos: bebidas a base de café jugos naturales, sándwiches y *smoothies* con un precio promedio de \$3, como también infusiones a \$2 y galletas a \$1,50 y que los días de más consumo son en feriados y fines de semana ya que la cafetería se ubica en un lugar turístico.

El total de egresos por costo fijos y variables proyectado para el primer año de funcionamiento de la cafetería, dentro de estos costos se encuentran el costo de los productos, insumos, materia prima, permisos, publicidad, servicios básicos, sueldos y salarios y el pago del préstamo.

Por consecuencia el flujo de efectivo acumulado \$18045,73.

### **5.3. Proyección de ingresos y gastos**

El flujo de caja proyectado se lo realizó para los próximos 5 años con un costo de capital de 7,79% y con una inversión de \$68149,75, datos que servirán para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y la Taza Interna de retorno (TIR).

En la siguiente tabla se observa que en el año 4 se alcanza el total de la inversión:

.

**Tabla 65***Proyección ingresos y egresos*

	<b>Detalle</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
	<b>Ingresos</b>	150300	154433,25	158680,1 64	163043,8 69	167527,575
	<b>Egresos</b>	132253,1 0	135890,05 84	139627,0 35	143466,7 79	147412,115
	<b>Flujo de caja</b>	18046,90 18	18543,191 57	19053,12 93	19577,09 04	20115,4604
<b>DATOS PARA LA TIR</b>	- 68149,75	18046,90 18	18543,191 57	19053,12 93	19577,09 04	20115,4604
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		18046,90 18	36590,093 34	55643,22 27	75220,31 31	95335,7735

**5.4. Cálculo de VAN y TIR****Tabla 66***Cálculo VAN y TIR*

<b>Incremento anual</b>	<b>3%</b>
<b>Costo de capital</b>	7,79%
<b>Inversión</b>	68149,75
<b>VAN</b>	8083,33
<b>TIR</b>	12,09%

El VAN representa 8083,33 es decir mayor a 0 y La TIR con un porcentaje de 12,09% lo cual muestra la rentabilidad del proyecto.

## 5.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se alcanzará en el año 4, en donde la cafetería empezará a obtener ganancias. En la siguiente tabla se muestra a más detalla sobre los productos en dicho año:

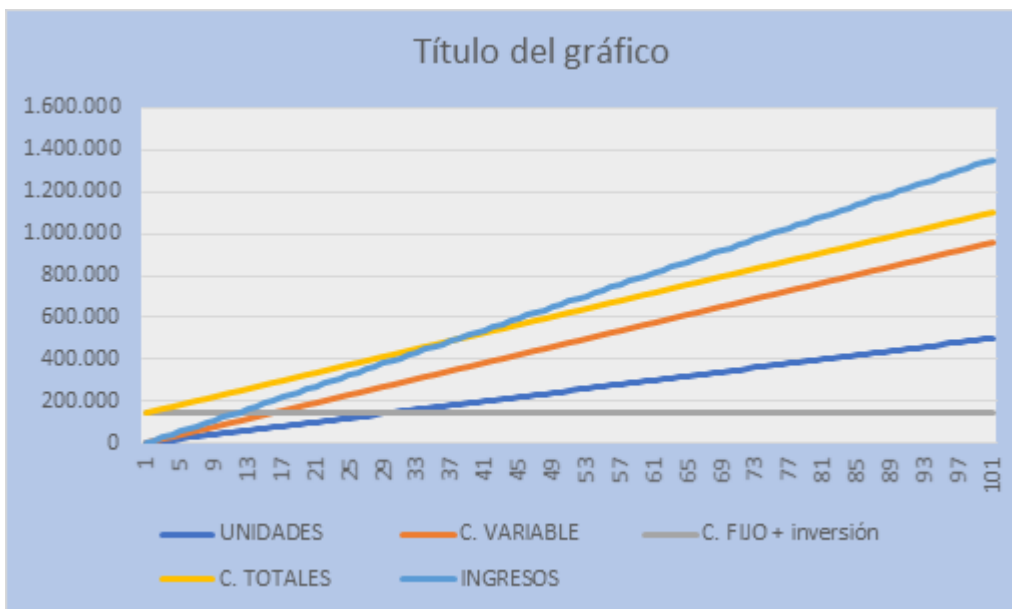
**Tabla 67**

*Punto de equilibrio*

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7
<b>UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO</b>	57.600	43.200	21.600	10.800	24.000	43.200	21.600
<b>TOTAL UNIDADES</b>	222.000						
<b>%</b>	25,95%	19,46%	9,73%	4,86%	10,81%	19,46%	9,73%
<b>PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO</b>							
<b>PRECIO VENTA UNITARIO</b>	\$3	\$3	\$3	\$2	\$3	\$3	\$2
<b>COSTO VENTA UNITARIO</b>	\$1,50	\$3,00	\$3,00	\$0,14	\$2,70	\$1,25	\$1,20
<b>PRECIO PROMEDIO PONDERADO</b>	\$2,71						
<b>COSTO PROMEDIO PONDERADO</b>	\$1,92						
<b>COSTO FIJO DEL PERÍODO</b>	\$75.406						
<b>INVERSIÓN</b>	\$68.154						
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	\$1,50	\$0,00	\$0,00	\$1,86	\$0,30	\$1,25	\$0,30
<b>MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO</b>	\$0,78						
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b>	182.986						
<b>PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS</b>	\$495.546						
<b>PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES</b>	47.477	35.608	17.804	8.902	19.782	35.608	17.804
<b>PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES</b>	\$142.432	\$106.824	\$53.412	\$17.804	\$59.347	\$89.020	\$26.706

Entonces, el margen de contribución ponderado es de \$0,78, el punto de equilibrio en unidades es en 182.986 y el punto de equilibrio en ingresos es de \$495.546, entonces el negocio será sostenible en el tiempo.

**Figura 23**  
*Punto de equilibrio*



En el siguiente gráfico de punto de equilibrio que muestra el punto exacto donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la producción y venta del producto.

Es decir que para lograr el punto de equilibrio en el año 4 es necesario contar con un total de 501.000,00 en ingresos y 185.000 unidades. Mirar Anexos.13.

## 6. ESTUDIO AMBIENTAL

### 6.1. Descripción de las acciones/actividades del emprendimiento

Se debe identificar las acciones del proyecto en sus diferentes fases; construcción y operación, si generan impactos sobre los factores ambientales, socioeconómicos y culturales.

**Tabla 68**

*Identificación de Acciones/actividades*

<b>Etapa</b>	<b>Actividades</b>
<b>Construcción</b>	Diseño del jardín
	Recolección de flora nativa
	Limpieza y siembra de plantas nativas
	Remodelación de paredes
<b>Operación</b>	Preparación de alimentos
	Compra de insumos y materia prima
	Recorrido por el jardín
	Interpretación de flora nativa
	Utilización de baños y lavamanos
	Mantenimiento de instalaciones y equipos
	Mantenimiento de plantas y áreas verdes

Nota. Elaborado por la autora

#### 6.1.1. Factores ambientales

Para poder identificar los impactos ambientales del proyecto que se derivan de las actividades anteriormente mencionadas, se enlistarán los factores ambientales que se afectarán.

**Tabla 69**

*Factores ambientales*

<b>Factores ambientales</b>	<b>Biofísico</b>	Agua
		Suelo
		Aire
	<b>Biótico</b>	Flora
		Fauna
		Paisaje
	<b>Socioeconómico</b>	Económico
	<b>Turismo</b>	Restauración

Nota. Elaborado por la autora



### 6.1.2. Identificación de los Impactos Ambientales

**Tabla 70**

*Identificación de impactos ambientales*

IMPACTOS AMBIENTALES \ ACTIVIDADES			CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN						Σ IA TOTAL	
			Diseño de jardín	Recolección de flora nativa	Limpieza y Plantación de especies recolectadas	Remodelación de paredes	Preparación de alimentos	Compra de insumos y materia prima	Recorrido por el jardín	Interpretación de la flora nativa	Utilización de baños	Mantenimiento de instalaciones y equipos		Mantenimiento de plantas y áreas verdes
Biofísico	Agua	Incremento del consumo de agua					-				-	-	-	4
		Alteración de calidad de agua				-	-				-	-		4
	Suelo	Generación de residuos sólidos		-	-	-							-	5

<b>Biótico</b>	Aire	Contaminación por partículas de polvo			-	-						-	-	4	
		Emisión de olores				-	-					-	-	4	
	Flora	Conservación del patrimonio natural	+	+	+				+	+				+	6
		Apreciación de especies florísticas	+	+					+	+					4
	Fauna	Conservación de la fauna nativa	+		+				+						3
<b>Económico</b>	Socioeconómico	Generación de empleo	+		+		+	+					+	+	6
<b>Turismo</b>	Restauración	Generación de abono orgánico					+								1
		Generación de desecho sólidos					-	-							2
<b>Σ TOTAL</b>														43	

Nota. Elaborado por la autora

La matriz de la identificación de impactos ambientales dio como resultado que hay 43 interacciones entre las actividades del proyecto en las dos fases como son la de construcción y operación con los factores ambientales.

## **6.2. Descripción del método a aplicar**

### **6.2.1. Matriz de interacción**

La elección y aplicación del método de evaluación de Impactos Ambientales es muy determinante para la eficiencia del proceso de Evaluación de Impacto Ambiental, en este sentido se procede a realizar la Matriz de interacción.

Según International Institute for Sustainable Development (2016) es uno de los más utilizados. Las matrices toman la forma de una rejilla o tabla que permite la evaluación de los vínculos o impactos entre las cuestiones enumeradas en las filas y columnas, lo cual incluye, impactos en todas las etapas del proyecto, desarrollo, operación y cierre, para cada uno de los elementos del medio ambiente y la sociedad. Las matrices pueden mostrar información cuantitativa y cualitativa. La información introducida en las matrices se puede basar en todos los métodos ya analizados. Estas matrices proporcionan una representación visual fácil de entender a través de todos los impactos (p. 2).

Mediante este método se logra observar los impactos ambientales del proyecto y las interacciones con el medio en el que se va a implementar la cafetería y corregir oportunamente falencias o errores a tiempo.

### **6.2.2. Tipología: Magnitud**

A continuación, se procede a realizar la matriz de interacción con la tipología Magnitud, misma que será utilizada para identificar y valorar los impactos ambientales del proyecto de una manera rápida y fácil.

### 6.2.3. Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA

**Tabla 71**

*Escala de valoración cuantitativa*

Magnitud	(+ o -)
1	1
2	3
3	5
4	7
5	10

Nota. Elaborado por la autora

**Tabla 72**

*Escala de valoración cualitativa con impactos negativos*

Impactos negativos	Criterios
-10	Crítico
-7	Severo
-5	Moderado
-3	Medio
-1	Bajo

Nota. Elaborado por la autora

**Tabla 73**

*Escala de valoración cualitativa con impactos positivos*



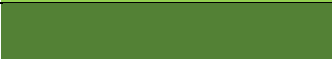

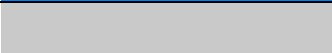
Impactos positivos	Criterios
+10	Alto
+7	Significativo
+5	Moderado
+3	Medio

<b>+1</b>	Bajo
-----------	------

Nota: elaborado por la autora

**Tabla 74**





*Representación cromática para impactos positivos*

<b>Impactos Positivos</b>	<b>Color</b>
+10	
+7	
+5	
+3	
+1	

Nota. elaborado por la autora

**Tabla 75**

*Representación cromática para impactos negativos*

<b>Impactos Negativos</b>	<b>Color</b>
-10	
-7	
-5	
-3	
-1	

Nota. elaborado por la autora

### 6.3. Ampliación del método de interacción y la valoración de los impactos ambientales.

**Tabla 76**

*Método de interacción y escalas*

IMPACTOS AMBIENTALES \ ACTIVIDADES			CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN									
			Diseño de jardín	Recolección de flora nativa	Limpieza y Plantación de especies recolectadas	Remodelación de paredes	Preparación de alimentos	Compra de insumos y materia prima	Recorrido por el jardín	Interpretación de la flora nativa	Utilización de baños	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Mantenimiento de plantas y áreas verdes	Σ IA -	Σ IA +	Σ IA TOTAL
Biofísico	Agua	Incremento del consumo de agua					-5				-5	-5	-1	-16		-16
		Alteración de calidad de agua				-1	-5				-5	-5		-16		-16
	Suelo	Generación de residuos sólidos		-1	-5	-3								-1	-15	-15

<b>Biótico</b>	Aire	Contaminación por partículas de polvo			-3	-3						-5	-1	-12		-12	
		Emisión de olores				-3	-5					-3	-3		-14		-14
	Flora	Conservación del patrimonio natural	<b>+7</b>	<b>+5</b>	<b>+10</b>					<b>+10</b>	<b>+10</b>			<b>+10</b>		<b>52</b>	<b>52</b>
		Apreciación de especies florísticas	<b>+7</b>	<b>+7</b>						<b>+10</b>	<b>+10</b>					<b>34</b>	<b>34</b>
	Fauna	Conservación de la fauna nativa	<b>+3</b>		<b>+10</b>					<b>+5</b>						<b>18</b>	<b>18</b>
<b>Económico</b>	Socioeconómico	Generación de empleo	<b>+3</b>		<b>+7</b>		<b>+10</b>	<b>+10</b>					<b>+5</b>	<b>+5</b>		<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Turismo</b>	Restauración	Generación de abono orgánico					<b>+10</b>									<b>10</b>	<b>10</b>
		Generación de desecho sólidos					<b>-5</b>	<b>-5</b>							<b>-10</b>		<b>-10</b>
$\Sigma$ IA -														<b>-83</b>			
$\Sigma$ IA +															<b>144</b>		





#### 6.4. Aplicación de la matriz de interacción cromática

**Tabla 77**

*Matriz de interacción cromática*

IMPACTOS AMBIENTALES \ ACTIVIDADES			CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN									
			Diseño de jardín	Recolección de flora nativa	Limpieza y Plantación de especies recolectadas	Remodelación de paredes	Preparación de alimentos	Compra de insumos y materia prima	Recorrido por el jardín	Interpretación de la flora nativa	Utilización de baños	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Mantenimiento de plantas y áreas verdes	Σ IA -	Σ IA +	Σ IA TOTAL
Biofísico	Agua	Incremento del consumo de agua					-5				-5	-5	-1	-16		-16
		Alteración de calidad de agua				-1	-5				-5	-5		-16		-16
	Suelo	Generación de residuos sólidos		-1	-5	-3								-5		-15

<b>Biótico</b>	Aire	Contaminación por partículas de polvo			-3	-3					-5	-1	-12		-12	
		Emisión de olores				-3	-5				-3	-3		-14		-14
	Flora	Conservación del patrimonio natural	+7	+5	+10				+10	+10			+10		52	52
		Apreciación de especies florísticas	+7	+7					+10	+10					34	34
	Fauna	Conservación de la fauna nativa	+3		+10				+5						18	18
<b>Económico</b>	Socioeconómico	Generación de empleo	+3		+7		+10	+10				+5	+5	30	30	
<b>Turismo</b>	Restauración	Generación de abono orgánico					+10							10	10	
		Generación de desecho sólidos					-5	-5					-10		-10	
$\Sigma$ IA -													-83			
$\Sigma$ IA +														144		



## 6.5. Jerarquización de los impactos ambientales

**Tabla 78**

*Jerarquización de impactos ambientales*

Carácter	Valor	Impacto
+	52	Conservación del patrimonio natural
	34	Apreciación de especies florísticas
	30	Generación de empleo
	18	Conservación de la fauna
	10	Generación de abonos orgánicos
-	-16	Incremento del consumo de agua
	-16	Alteración de calidad de agua
	-15	Generación de residuos sólidos
	-14	Emisión de olores
	-12	Contaminación por partículas de polvo
	-10	Generación de residuos en la cocina

Es así que el impacto positivo que más destaca es la conservación del patrimonio natural, el cual favorece a por que minimiza impactos negativos causados por la operación de la cafetería, los impactos negativos más fuertes son el incremento de agua y la alteración de la misma por loa procesos propios de una cafetería, por lo que necesita medidas de mitigación para causas el menor daño posible al ambiente.

## 6.6. Matriz de interpretación de resultados

Para analizar los resultados se procederá a calcular el tamaño matricial y obtener los valores mínimos y máximos, de este modo se calcularán por regla de tres los intervalos que demuestren el producto dado en la solución de la matriz de interacción.

Para calcular los resultados se necesita contar con intervalos de escalas desde máximas a mínimas. Primero se calculará la escala mínima, y para ello se debe sustituir en toda la matriz el valor más pequeño de la escala de valores (1), dando como resultado total 43. En segundo lugar, se calculará la escala máxima, para ello se sustituye en toda la matriz el valor más alto de la escala que es 10, obteniendo así la suma total de 430.

**Tabla 79**

*Valores mínimos y máximos*

IMPACTOS AMBIENTALES \ ACTIVIDADES			CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN						
			Diseño de jardín	Recolección de flora nativa	Limpieza y Plantación de especies recolectadas	Remodelación de paredes	Preparación de alimentos	Compra de insumos y materia prima	Recorrido por el jardín	Interpretación de la flora nativa	Utilización de baños	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Mantenimiento de plantas y áreas verdes
Biofísico	Agua	Incremento del consumo de agua					1				1	1	1
		Alteración de calidad de agua				1	1				1	1	
	Suelo	Generación de residuos sólidos		1	1	1							1

<b>Biótico</b>	Aire	Contaminación por partículas de polvo			1	1						1	1	
		Emisión de olores				1	1				1	1		
	Flora	Conservación del patrimonio natural	1	1	1				1	1				1
		Apreciación de especies florísticas	1	1					1	1				
	Fauna	Conservación de la fauna nativa	1		1				1					
<b>Económico</b>	Socioeconómico	Generación de empleo	1		1		1	1				1	1	
<b>Turismo</b>	Restauración	Generación de abono orgánico					1							
		Generación de desecho sólidos					1	1						

IMPACTOS AMBIENTALES \ ACTIVIDADES			CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN						
			Diseño de jardín	Recolección de flora nativa	Limpieza y Plantación de especies recolectadas	Remodelación de paredes	Preparación de alimentos	Compra de insumos y materia prima	Recorrido por el jardín	Interpretación de la flora nativa	Utilización de baños	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Mantenimiento de plantas y áreas verdes
Biofísico	Agua	Incremento del consumo de agua					10				10	10	10
		Alteración de calidad de agua				10	10				10	10	
	Suelo	Generación de residuos sólidos		10	10	10							10
		Contaminación por partículas de polvo			10	10						10	10
	Aire	Emisión de olores				10	10				10	10	



<b>Biótico</b>	Flora	Conservación del patrimonio natural	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>				<b>10</b>	<b>10</b>			<b>10</b>
		Apreciación de especies florísticas	<b>10</b>	<b>10</b>					<b>10</b>	<b>10</b>			
	Fauna	Conservación de la fauna nativa	<b>10</b>		<b>10</b>				<b>10</b>				
<b>Económico</b>	Socioeconómico	Generación de empleo	<b>10</b>		<b>10</b>		<b>10</b>	<b>10</b>				<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Turismo</b>	Restauración	Generación de abono orgánico					<b>10</b>						
		Generación de desecho sólidos					<b>10</b>	<b>10</b>					

Teniendo los valores máximos y mínimos se procede a calcular por regla de tres los intervalos intermedios:

$$43+430=473$$

$$473/2=237$$

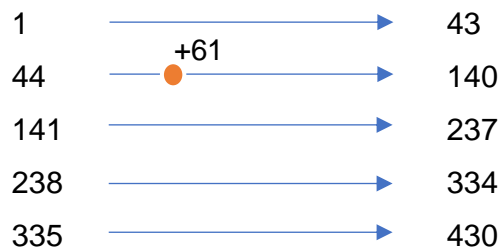
$$43+237=280$$

$$280/2=140$$

$$237+430=667$$

$$667/2=334$$

### Rango cuantitativo



**Tabla 80**

*Escala interpretación de resultados*

Cualitativo +	Cuantitativo -
<b>Bajo</b>	Bajo
<b>Medio</b>	Medio
<b>Moderado</b>	Moderado
<b>Significativo</b>	Significativo
<b>Alto</b>	Alto

Luego de haber calculado el intervalo con el tamaño de la matriz y las reglas de tres correspondientes, se pudo determinar el rango del resultado obtenido en la tabla de interacción previamente realizada. Se muestra que el emprendimiento tiene +61 de valor de valor cuantitativo con la variable de magnitud que se encuentra entre el rango de 44 a 140, teniendo como resultado una evaluación cualitativa media. Por lo tanto, se puede concluir que los impactos ambientales en su mayoría son positivos para el medio ambiente.

## 6.7. Plan de manejo ambiental

En el siguiente cuadro se detallan las medidas de mitigación y prevención dispuesto para el establecimiento y contrarrestar los impactos negativos que pueden surgir, que por consecuencia ayudará a la productividad del mismo.

**Tabla 81**

*Matriz Plan de manejo ambiental*

Actividades	Factores Ambientales	Sub-Factores Ambientales	Impactos Ambientales	Medidas de mitigación y prevención	Responsable	Presupuesto	Tiempo	Observaciones
Preparación de alimentos	Biofísico	Agua	Incremento de consumo de agua	Uso de adecuado de los grifos, verificando que todas las llaves estén bien cerradas.	Mesero	-	Indefinido	

			Capacitaciones al personal	Gerente	-	Indefinido	
			Limpieza óptima de frutas, verduras y demás insumos	Mesero/Barista		Indefinido	
Uso de baños	Agua	Incremento de consumo de agua	Concientizar a los usuarios sobre el ahorro del agua	Gerente	10 \$	Indefinido	Colocación de rótulos
Mantenimiento de instalaciones y equipo	Agua	Alteración de la calidad del agua	Compra de productos de limpieza, amigables con el medio ambiente	Gerente	-	Indefinido	
Recorridos por el jardín	Suelo	Generación de desechos sólidos	Colocación de tachos de basura muy bien	Gerente	50 \$	Indefinido	

				adecuados en áreas estratégicas				
Mantenimiento de instalaciones y equipo		Aire	Contaminación por partículas	Mantener ventilada las instalaciones para procurar no contaminar alimentos	Mesero	-	Indefinido	
Preparación de alimentos		Aire	Emisión de olores	Mantener ventilada el área de cocina.	Mesero/barista	-	Indefinido	
Preparación de alimentos	<b>Turismo</b>	Restauración	Generación de desecho sólidos	Reciclar la basura dentro del área de cocina en orgánico e inorgánico	Mesero/Barista		Indefinido	

**Nota.** Elaborado por la autora

Después del análisis se ha determinado impactos positivos y negativos que tuvieron relevancia los mismos que fueron incluidos en el plan de manejo ambiental para tomar acciones de mitigación, y así causar el menor impacto posible al ambiente.

El proyecto el mayor impacto ambiental el incremento del consumo de agua y su alteración por todos los productos utilizados para su operación, lo cual con la ayuda de la tecnología y concientización al personal y a los usuarios se puede controlar de cierta manera el consumo del agua.

## 7. CONCLUSIONES

Peguiche, como sitio turístico de importante afluencia de visitantes, presenta cierta idoneidad para la implementación de una cafetería que pudiera complementar a la oferta turística del lugar de este modo con el diagnóstico realizado se determinó la oferta gastronómica en donde incluye comida típica y extranjera siendo la gran mayoría no registrada por el MINTUR. En cuanto a la planta hotelera, la comunidad cuenta con un hotel y un hostel, como también una asociación de turismo rural, brindando su servicio a turistas nacionales y extranjeros.

El segmento de mercado consumidor son jóvenes adultos solteros, con estudios de tercer nivel/superior, que trabajan y tienen ingresos hasta los 800 dólares con un nivel socioeconómico medio-bajo. Acuden a cafeterías en promedio de dos veces al mes, basándose principalmente en la calidad-precio. Prefieren acudir con amigos por motivos de descanso o relajación. El promedio de gasto en el emprendimiento está entre 3 a 5 dólares por persona, además las personas prefieren recibir información y promociones de la cafetería por medio de redes sociales.

La cafetería va a ser implementada en las instalaciones de propiedad de los gestores, con una dimensión total de 206,74  $m^2$  que se reparten en las áreas de cocina, área de pedido, comedor, administración, baños, jardín y bodega. Los diferentes espacios estarán ambientados con flora nativa, adecuados en maceteros o plantados en el suelo, ambos con rótulos informativos sobre dichas plantas. La oferta gastronómica de la cafetería son bebidas a base de café, jugos naturales, infusiones, *smoothies*, postres y sándwiches, con un total de 3 trabajadores dentro de una compañía unipersonal.

La cafetería se llamará “Jardín Nativo, *coffee & garden*” acompañada con un imagólogo, misma que serpa la marca del emprendimiento. Los colores corporativos



serán el color verde que representa las plantas nativas utilizadas como decoración, el color negro ya que porque aporta elegancia al establecimiento, y el color blanco la calma que se pretende transmitir. Las estrategias de posicionamiento del producto y comercialización serán en base a las plataformas digitales, material publicitario, material videográfico y fotográfico medios con los cuales permite interactuar con la audiencia.

La inversión del emprendimiento asciende a 68.154 dólares de los cuales 45.000 dólares es patrimonio y el restante es decir 23.154 dólares corresponde a financiamiento requerido. El costo de capital con estos valores es de 7,79 %. La inversión se recuperará en el año 4 en 182.986 unidades vendidas y 495.546 dólares en ingresos. La evaluación del proyecto determina un valor actual neto de 8083,33 dólares y una tasa interna de retorno del 12,09% con lo que se establece que el proyecto es factible.

Los impactos positivos que podría generar el emprendimiento la revalorización del patrimonio natural, en cuanto a los impactos negativos son el aumento de consumo del agua y el cambio de su calidad y la generación de desechos sólidos procedentes de la operación. Se mitigará los impactos negativos mediante la utilización de basureros en donde se recicle la basura en inorgánico y orgánico, este último servirá como compostaje para las plantas, como también mediante charlas al personal.

## **8. RECOMENDACIONES**

Realizar alianzas con empresas hoteleras y de turismo para expandir los horizontes de la cafetería y dinamizar el turismo especialmente el gastronómico de la zona.

Se recomienda la realización de un estudio de capacidad de carga ya que la cafetería cuenta con áreas vulnerables que pueden ser afectadas como son los senderos dentro del jardín de flora nativa.

Adecuar la cafetería con diferentes rampas en sitios estratégico para que las personas con discapacidad puedan acceder a los espacios de una manera más cómoda.

## Bibliografía

- Aguilar-Barojas, Saraí (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2),333-338. [fecha de Consulta 11 de Diciembre de 2020]. ISSN: 1405-2091. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487/48711206>
- Asociación Nacional del Café. (2019). *Guía de variedades de café*. Guatemala: Asociación Nacional del Café.
- Díaz, R. (2014). *Servicios especiales en restauración, decoración, ambientación de locales y montaje de expositores*. España: Ideaspropias .
- El Universo. (10 de Julio de 2020). *El Universo*. Obtenido de Condimentos, postres y comida rápida, entre los productos de mayor consumo poscuarentena en Ecuador:  
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/08/nota/7899168/tendencias-consumo-pandemia-alimentos-servicios-ecuador/>
- Fernandez, P. (2001). *Determinación del tamaño muestral*. España: Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística.
- Gil, M. d. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid : ESIC.
- Hernández, J. (2000). *Manual de Métodos y Criterios para la Evaluación y Monitoreo de la Flora y la vegetación*.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F. : McGRAW Hill
- Jardines Silvestres. (2020). *Jardines Silvestres*. Obtenido de Plantas Nativas para Jardines: <https://jardinesilvestres.com/plantas-nativas-para-jardines/>
- La Hora . (4 de Enero de 2021). *Alimentación, salud y ahorro son las principales prioridades financieras para 2021*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102337150/alimentacion-salud-y-ahorro-son-las-principales-prioridades-financieras-para-2021>
- Laza, P., & Lambíes, J. M. (2015). *Oferta Gastronómica*. Madrid: Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771853.pdf>


- Magrigal, J. (2012). *Guía práctica de interiorismo y decoración*. Valencia: Obrapropia.
- Mechó, R. (2015). *Operaciones básicas en cafetería y bar*. Madrid: Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771402.pdf>
- Mesas, B. (2018). *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante*. Antequera: IC Editorial .
- Ministerio de Turismo. (2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas*. Ministerio de Turismo .
- Pino, L., & Bejar , S. (2008). *Aspectos generales de la gestión en un servicio de Alimentación* (6 ed., Vol. 2). ReNut.
- Revista Vistazo . (24 de Septiembre de 2019). *Revista Vistazo* . Obtenido de En Ecuador la obesidad aumenta: riesgos de la dieta típica: <https://www.vistazo.com/seccion/pais/actualidad-nacional/en-ecuador-la-obesidad-aumenta-riesgos-de-la-dieta-tipica>
- Rivadeneira, R. (24 de Noviembre de 2005). *DERECHOS COLECTIVOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y AFROECUATORIANOS*. Obtenido de DerechoEcuador : <https://www.derechoecuador.com/la-ancestralidad-del-territorio-y-el-derecho-a-la-participacion>
- Rodríguez, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. Tabasco, México : Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rojas, R. (2002). *Investigacion social: teoría y praxis*. Ciudad de México : Plaza y Valdés.
- Últimas Noticias. (03 de Septiembre de 2020). *Últimas Noticias*. Obtenido de Las plantas nativas son una ayuda en el hogar: <https://www.ultimasnoticias.ec/en-la-casa/plantas-nativas-ayuda-hogar-jardines.html>
- Vega, V., Carrillo, D. A., & Navas , S. (2019). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.

Velasco, A. M. (2001). *Propuesta de Ecuador para la formulación de la estrategia nacional de biodiversidad: vida silvestre* . Quito: Secretaría General de la Comunidad Andina.

## ANEXOS

### Anexo 1. Ficha de diagnóstico de destino-MINTUR

ANEXO B: Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo.

							
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS
<b>Parroquia Miguel Egas Cabezas</b>	Bosque muy húmedo Sub Alpino páramo Bosque seco Montano Bajo Bosque húmedo Montano	4°C - 14°C	900-1000 mm	2520 – 4600 msnm	0°15'1.32" N	78°14'36.55"O	<b>Otavallo, Ibarra, Quito</b>
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO							
La parroquia de Miguel Egas Cabezas se encuentra ubicada en el cantón Otavallo, provincia de Imbabura a 2 km de Otavallo y a 92 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador. Su ubicación es estratégica por encontrarse junto a la panamericana que conecta a los grandes polos de desarrollo de la zona norte, con la capital, así como con la frontera con Colombia. Además, el sello de identidad indiscutible de esta parroquia es la producción de artesanías y el comercio de las mismas a diferentes partes del mundo.							
10. DATOS RELEVANTES							

SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE	
14Km2	Norte: Parroquia Rural San Juan de Ilumán, desde la parte alta del cerro Imbabura bajando por las nacientes de la Q. de Ilumán, hasta la panamericana. Sur: Otavalo-Parroquia El Jordan, por la divisoria del Río Jatunyacu Este: cerro Imbabura divisoria con las parroquias SanMiguel de Ibarra y La Esperanza (cantón Ibarra) Oeste: Parroquia Rural El Jordan (Río Jatunyacu)	4883habitantes	2539	52%	2344	48%	2114	5,38 %	Población de edades entre 10 a 14 años de edad.	
<b>11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)</b>										
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELÉFONO FIJO	TELÉFONO PÚBLICO	TELÉFONO MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES

Deficiencia del menos del 1%	Cobertura del 65,38 %	El 80% de hogares tiene el servicio de alcantarillado que concentra su mayor parte en el centro parroquial y el 20% no tiene servicio de alcantarillado, pero cuentan con pozos sépticos y/o pozos ciegos.	81,79%	El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo tiene la competencia exclusiva de manejo de desechos sólidos	No existe información	La parroquia tiene el 100% de cobertura de telefonía fija	La telefonía celular tiene una cobertura del 100% y las empresas que brinda este servicio son CLARO, MOVISTAR y CNT	La parroquia tiene el 100% de cobertura de internet	Mediante los datos obtenidos en el diagnóstico participativo en asamblea parroquial realizada en el proceso de actualización del PDOT, la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas tiene una cobertura total en la provisión de servicio de agua para consumo humano de la red pública y el problema de este servicio se presenta es la dotación de agua entubada con tratamiento.
------------------------------	-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------	-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)**



TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
2	0	0	0	2	1	1	14 aproximadamente		3	0	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
0	0	0	2	0	0	0	1	<p>*Los espacios recreativos tampoco que se podría tomar en cuenta son los Lugares turísticos que son 5</p> <p>*En la parroquia existe un mercado de venta de animales específicamente en la comunidad</p>			

de Quinchuquí, sin embargo, no se encuentra registrado en el PDOT, como también aún no están registradas tiendas artesanales.

### 13. ASENTAMIENTOS HUMANOS

### 14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS

#### 11.1 TERRESTRE

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
Otavaló-Peguche	Panamericana Norte, vía de primer orden, estado bueno	25 min aprox.	Bus	RT 30 ctvs.
Otavaló-Peguche	Panamericana Norte, vía de primer orden, estado bueno	10 min aprox.	Taxi, camionetas, auto particular	RT 2,00 \$
Ibarra-Peguche	Panamericana norte, vía de primer orden, estado bueno	25 min aprox.	Taxi, camionetas, auto particular	RT 15,00 \$
Ibarra – Peguche	Panamericana norte, vía de primer orden, estado bueno	40 min. Aprox.	Bus	RT 55 ctvs.
Ibarra -Peguche	Vía antigua a San Pablo del Lago, vía de segundo orden, estado malo	50 min aprox.	Bus	RT 50 ctvs.
Quito-Otavaló-Ibarra	Panamericana Norte, vía de primer orden, estado bueno	2 horas aprox.	Bus	

#### 11.2 AÉREO

DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO TRANSPORTE	DE	COSTO APROXIMADO						
					OW						
					RT						
<b>11.3 ACUÁTICO</b>											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO TRANSPORTE	DE	COSTO APROXIMADO						
					OW						
					RT						
<b>11.4 OTROS</b>											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO TRANSPORTE	DE	COSTO APROXIMADO						
					OW						
					RT						
<b>15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA</b>											
DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	OTROS	OBSERVACIONES						
	92 km	517.7 km	553.4 km								
<b>16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS</b>											
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO	NOMBRE	OBSERVACIONES							
Ibarra		RUTA									
Quito		CIRCUITO									
		CORREDOR									
		OTRO									
		NINGUNO									
<b>17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>											
<b>17.1 NATURALES</b>				<b>17.2 CULTURALES</b>							
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV

Bosque protector Cascada de Peguche				X		Museo arqueoló gico de Agato					
Kuaduk Rummy						telares artesanal es en las comunida des				X	
HiltunRummy						fiestas de Inti Raymi				X	
Lecheros de Wakchakaray						Pawkar Raymi					
						Taller de música andina				x	

**17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS**
**14.4 OBSERVACIONES**

Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)
Bosque protector Cascada de Peguche	0°14'17.45"N	78°14'18.93 "O	Alterado	Ambos	Excursionista	Nacional
Kuaduk Rummy	0°15'12.30"N	78°13'2.50" O	Conservado	Nacional	Excursionista	Nacional
Taller de música Ñanda Mañachi	0°15'7.54"N	78°14'42.38 "O		Extranjera	Turista	Internacional
Inty Raymi				Extranjera	Turista	
Pawkar Raymi					Turista	

18. SERVICIOS TURÍSTICOS							
18.1 ESTABLECIMIENTOS	TOTAL	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS					18.4 OBSERVACIONES
		Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	
	2	0	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Según el PDOT de la parroquia Miguel Egas Cabezas sí existe alojamiento en la parroquia como las hosterías: Haya Huma y Casa Sol. Además, menciona 4 asociaciones de turismo comunitario</li> <li>Según la CONSULTORÍA MANEJO SUSTENTABLE DEL DESARROLLO TURÍSTICO Y CREACIÓN DE LA MARCA TURÍSTICA DEL CANTÓN OTAVALO hecha en el 2015; existe en Otavalo 78 establecimientos de alojamiento con 2699 plazas, 133 con 5502 plazas establecimientos de alimentos y bebidas</li> </ul>
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO							
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES		
SEÑALIZACIÓN	SI	-	En la cabecera parroquial	Bueno			
SEÑALÉTICA	SI						
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	NO						
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO						
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO						
SENDEROS	SI		Bosque Protector Cascada de Peguche	Bueno			
MIRADORES	NO						
OTROS	-						
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN							

20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	20.2 OBSERVACIONES
ECOTURISMO	1		Cascada de Peguche	
TUR. DE NATURALEZA	1		Huanduk Rummy	
TURISMO COMUNITARIO	5		Peguche, Agato	
TURISMO CULTURAL				
TURISMO RELIGIOSO				
TURISMO DE SALUD				
TURISMO DE DEPORTES				
TURISMO DE AVENTURA				
CONVENCIONES				
OTROS				

21. INGRESO DE TURISTAS										
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
										Según la consultoría manejo sustentable del desarrollo turístico y creación de la marca turística del Cantón Otavalo hecha en el

										2015, se estima que Otavalo recibe alrededor 250.000 visitantes al año con fines turísticos
<b>22. INGRESOS POR TURISMO</b>										
<b>22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO</b>			<b>22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO</b>			<b>22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD</b>		<b>22.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>AÑO</b>	<b>TURISMO INTERNO (%)</b>	<b>TURISMO RECEPTIVO (%)</b>	<b>AÑO</b>	<b>TURISMO INTERNO USD</b>	<b>TURISMO RECEPTIVO USD</b>					
<b>23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO</b>										
<b>23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)</b>										<b>23.2 OBSERVACIONES</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>TRANSPORTE</b>	<b>ESPARCIMIENTO</b>	<b>GUIANZA</b>	<b>OPERACIONES TURÍSTICAS</b>	<b>COMERCIO</b>	<b>ARTESANIA</b>	<b>OTROS</b>		
<b>23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>			<b>23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO</b>						<b>23.5 OBSERVACIONES</b>	

FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD		FECHA	DETALLE		ESTADO	
			MINISTERIO DEL AMBIENTE						
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO						
			OTROS						
<b>24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO</b>									
MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
GAD de Otavalo									
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES AGRUPACIONES TURÍSTICAS	O OFICINA MINTUR EN DESTINO		COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES			

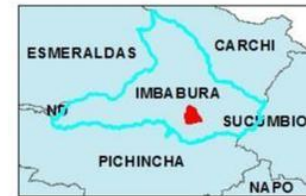
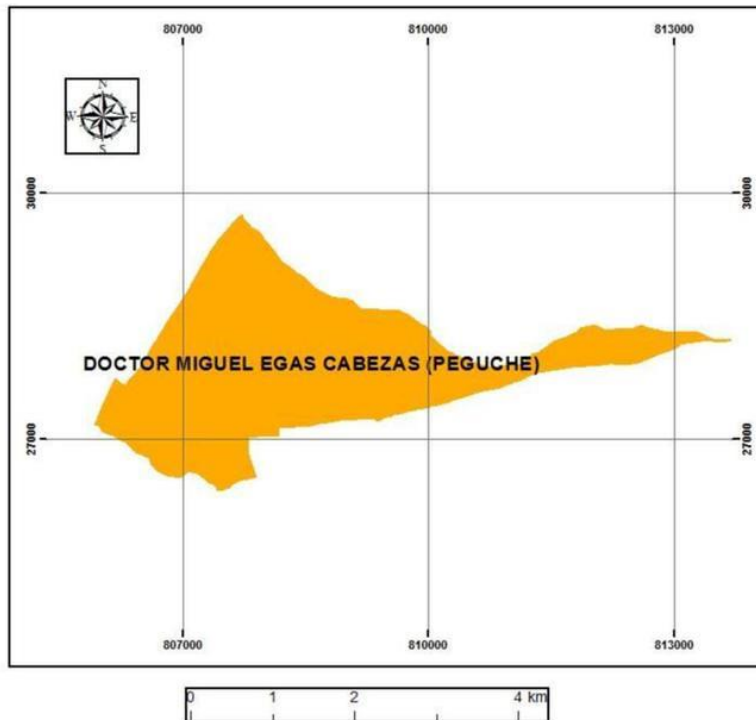


25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE					
25.1 NOMBRE	25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO	25.4 OBJETIVO	25.5 RESP ONSA BLE	25.6 MONTO
Proyecto de manejo sostenible y equipamiento del "Bosque protector Cascada de Peguche" como espacio recreativo y educativo.	Comunidad Fakcha Llakta	Turístico	Potencializar el "Bosque Protector Cascada de Peguche" como un atractivo turístico natural y zona recreativa de uso masivo y como atractivo principal de la zona rural de Otavalo, tanto para uso recreativo como educativo.	GAD DE OTAV ALO	US\$ 150.000,00
Proyecto de implementación de señalética interpretativa, orientativa y de destino para los principales atractivos turísticos y cabeceras parroquiales de la zona rural de Otavalo.	Zona rural de Otavalo	Proyecto referente a señalética turística	Facilitar el acceso a los turistas para llegar a los atractivos y sitios de interés turístico de las zonas rurales.	GAD DE OTAV ALO	US\$ 180.000,00
25.7 OBSERVACIONES					

<b>26. PRINCIPALES NECESIDADES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>MARCAR</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>		
CONSERVACIÓN URBANA	X	Mejora de las vías de tercer orden		
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD	X			
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS	X	Hace falta una planta de tratamiento de calidad en la parroquia		
CIRCULACIÓN VEHICULAR				
ACCESOS				
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X	Hace falta señalización desde destinos de afluencia turística		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	Implementar más señalética		
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	Hace falta centros de información turística, senderos, miradores, centros de interpretación y mejorar señalética y señalización		
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Hace falta dar capacitaciones a la comunidad que no se relaciona directamente con el turismo		
OTROS				
23.1 OBSERVACIONES				
<b>27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS</b>				
<b>FUENTE</b>	<b>TIPO</b>	<b>AÑO DE EXPEDICIÓN</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>24.1 OBSERVACIONES</b>
Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia Doctor Miguel Egas cabezas 2015 – 2019	PDOT	2015		
Actualización del Plan de Desarrollo y	PDOT	2015		

Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura				
Manejo sustentable del desarrollo turístico y creación de la marca turística del cantón Otavalo	Consultoría	2015		
<b>25. MAPA</b>				

# PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS



## Leyenda

PARROQUIA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DEL ECUADOR

ESCUELA DE CIENCIAS AGRÍCOLAS Y AMBIENTALES  
INGENIERIA EN CIENCIAS AMBIENTALES Y ECODesarrollo

MAPA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS

FECHA: 20-02-19  
ELABORADO POR: OLGA MALDONADO  
ESCALA: 1:1725 00  
ASESOR: MGS. DIEGO MEJIA

CREDITOS INSTITUCIONALES	Levantamiento de información	de Procesamiento	Revisión	Aprobación
Fecha				
Nombre				
Cargo				
Institución				

## Anexo 2. Formato de encuesta



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### CARRERA DE TURISMO

**Tema:** Cafetería temática para el rescate de la flora nativa en la comunidad de Peguche, Otavalo-Ecuador.

**Objetivo:** Conocer el nivel de aceptación de una nueva cafetería temática para el rescate de la flora nativa en la comunidad de Peguche, Otavalo-Ecuador.

**Instrucciones:** Lea detenidamente las preguntas y conteste

## ENCUESTA

### DATOS GENERALES

#### 1. Género

Femenino

Masculino

LGBTIQ+

#### 2. Edad

Menos de 17 años

Entre 18 -25 años

Entre 26-45 años

Entre 26-65 años

Más de 65 años

#### 3. Lugar de procedencia

Local  
Nacional  
Internacional

#### **4. Estado civil**

Soltero/a  
Casado/a  
Divorciado/a  
Viudo/a  
Unión libre

#### **5. Nivel de instrucción**

Ninguno  
Primaria  
Secundaria  
Tercer nivel/superior  
Cuarto Nivel/posgrado

#### **6. ¿Cuáles son sus ingresos económicos?**

Menor de 400 \$      Entre 401-800 \$      Entre 801-1500 \$      Más de 1500 \$

#### **7. Ocupación**

Estudiante ( )  
Ama de casa ( )  
Negocio propio ( )  
Empleo relación de dependencia ( )  
Independiente ( )  
Jubilado ( )  
Otros ( ) Cuál.....

#### **INFORMACIÓN SOBRE PREFERENCIAS**

#### **8. ¿Con que frecuencia usted acude a una cafetería?**

Nunca

Diariamente

Una o dos veces a la semana

Una a dos veces al mes

Cada dos meses

Una a dos veces al año

*Si su respuesta es nunca pase a la pregunta 12*

**9. ¿Con quién suele visitar una cafetería?**

Solo/a

Pareja

Amigos

Familia

**10. ¿Por qué razón va a una cafetería?**

Por celebración

Para estar con familiares/amigos

Para pasar el tiempo

Para relajarse

Otra \_\_\_\_\_

**11. ¿Al momento de ir a una cafetería cuales son los aspectos que más toma en cuenta?**

Decoración

Relación calidad- precio

Menú

Atención al cliente

Tematización

Ubicación geográfica

Otros \_\_\_\_\_

**12. ¿Visitaría una cafetería en la comunidad de Peguche con temática de flora nativa?**

SI

NO

¿Por qué?

**13. ¿Qué tipo de bebidas le gustaría consumir en esta cafetería?**

Café

Smoothie (batido de frutas)

Jugos naturales

Aguas aromáticas

**14. ¿Con qué bocadito preferiría disfrutar en esta cafetería?**

Tortas

Sándwiches

Galletas

**15. ¿Cuánto tiempo permanecería en esta cafetería?**

30 min

1 hora

1-3 horas

Más de 3 horas

**16. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en esta cafetería por persona?**

De 3-5 \$

De 6-10 \$

De 11-15 \$



Mas de 15 \$

**17. ¿A través de que medio le gustaría recibir información del servicio y las promociones de la nueva cafetería?**

Redes Sociales

Correo electrónico

Volantes

Televisión

Páginas web

Otros ¿Cuáles?

### Anexo 3. Validación de instrumentos de recopilación de información



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
 CARRERA DE TURISMO

#### TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN TURISMO

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Lesly Darina Fichamba Córdova		
Ciclo:	Noviembre 2020 – Marzo 2021	Fecha de revisión:	11 de diciembre
Tema:	Cafetería temática para el rescate de flora nativa en la comunidad de Peguche, Otavalo-Ecuador		
Problema:			
Objetivo General:	Implementar una cafetería temática para el rescate de flora nativa en la comunidad de Peguche		
Objetivo Específico 1:	Identificar mediante un diagnóstico la situación actual de la comunidad de Peguche, cantón Otavalo, provincia de Imbabura para el posible emprendimiento.	Instrumento	Ficha diagnóstico MINTUR
Objetivo Específico 2:	Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado	Instrumento	ENCUESTA
Objetivo Específico 3:		Instrumento	
Objetivo Específico 4:		Instrumento	

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	X		X	
Instrumento Objetivo Específico 2:	X		X	
Instrumento Objetivo Específico 3:				
Instrumento Objetivo Específico 4:				

Msc. Fabio Cruz Góngora  
 DOCENTE - TURISMO, FACA-E-UTN  
 CI: 100273758-1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN TURISMO**

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Lesly Darina Fichamba Cordova		
Ciclo:	Noviembre 2020 – Marzo 2021	Fecha de revisión:	11 de diciembre de 2020
Tema:	Cafetería temática para el rescate de flora nativa en la comunidad de Peguche, Otavalo-Ecuador		
Problema:	Implementar una cafetería temática para el rescate de flora nativa en la comunidad de Peguche, Otavalo-Ecuador		
Objetivo Específico 1:	Identificar mediante un diagnóstico la situación actual de la comunidad de Peguche, cantón Otavalo, provincia de Imbabura para el posible de emprendimiento.	Instrumento	Ficha diagnóstico MINTUR
Objetivo Específico 2:	Determinar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado	Instrumento	ENCUESTA
Objetivo Específico 3:		Instrumento	
Objetivo Específico 4:		Instrumento	

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	X		X	
Instrumento Objetivo Específico 2:	X		X	
Instrumento Objetivo Específico 3:				
Instrumento Objetivo Específico 4:				

MSc. Yoarmelys Vazallo  
 DOCENTE - TURISMO, FACAE-UTN  
 CI: 175421158-7

**Anexo 5. Infraestructura para la cafetería JARDÍN**



## PARTE FRONTAL



## INTERIORES







**PARTE TRASERA**



**Anexo 6. Proforma 1**



Otavalo, 18 de Marzo 2021

Señor:

Lesly Fichamba

CI: 1004417695

De nuestra consideración:

Adjunto a la presente sirvanse encontrar la proforma solicitada por ustedes.

CANT	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V.TOTAL
24	Jarro galerie	1.24	29.76
24	Copa malteada mexicana	4.12	98.88
1	Jgo de coladores metalico	5.25	5.25
24	Jarro mug para café	0.95	22.8
2	Cuchara para café peq x 12 metalica	2.5	5
1	Termo grande de 9.9l	28	28
2	Tacho reciclaje pika verde y negro	18	36
1	Tacho metalizado c/pedal	11.45	11.45
10	Sorbete carton	0.45	4.5
2	Servilleta x300	1.95	3.9
2	Vaso carton x25 uni 9 oz	1.4	2.8
1	Tapa vaso termico x100	4.6	4.6
	<b>TOTAL</b>		<b>252.94</b>

#### PROFORMA

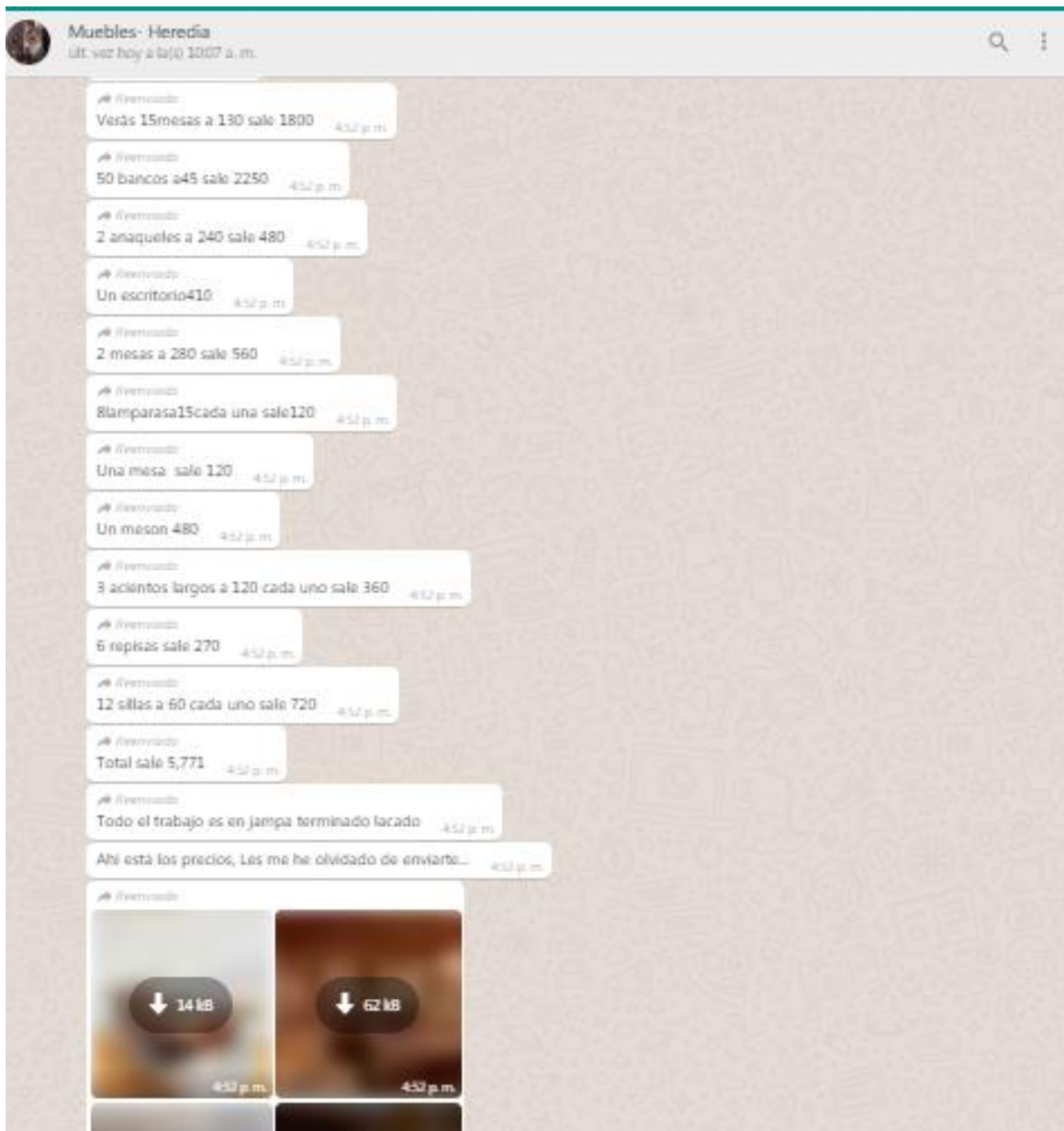
Por la atención a la presente y esperando satisfacer su pedido anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

AMPARITO CHUQUIN CUEVA

0980643521

RUC: 1001531134001



## Anexos 8. Visita a PROVEEDORES



**Anexos 9. Entrevistas**





**Anexo 10. Registro de visitantes hacia el Bosque Protector “Cascada de Peguche”**





**Anexos 12. Capturas de pantalla**



## COMEDOR & COCINA

Cocinar y compartir, un gusto para todos tus sentidos.

Inicio > Comedor y Cocina > Comedor > Menaje para bebidas > Tazas

### FILTRAR POR

Ordenar por:

BORRAR FILTROS

- Estilo de tazas ▲
- Número de piezas ▲
- Características especiales ▲
- Precio ▲
- Marca ▲
- Color ▲

Mostrando 1-83 de 83 artículo(s)

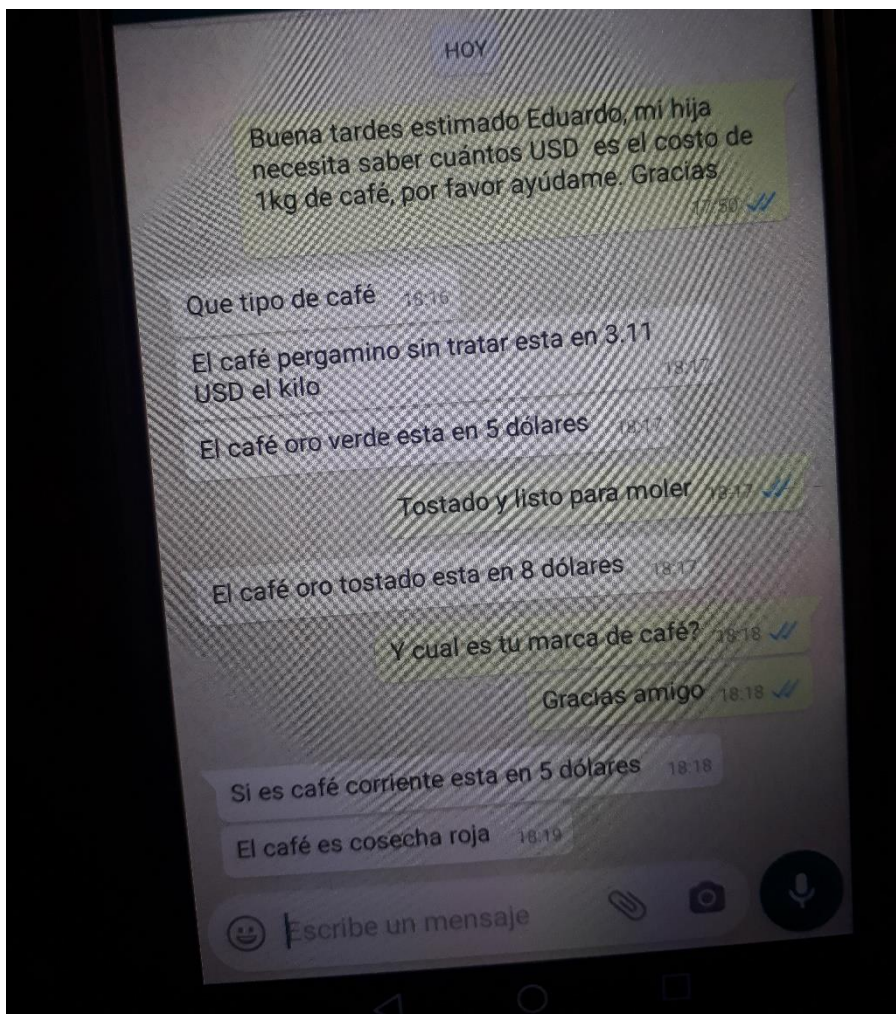


Ordenar por: Ordenar por popular ▼

Show: 40

- |                                                             |                                       |                                                             |                                       |                                     |                                       |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
|                                                             |                                       |                                                             |                                       |                                     |                                       |
| AIRE LIBRE Y MASCOTAS, JA...<br>MACETA PLAST CI...<br>★★★★★ | JARDIN<br>TIERRA NEGRA P/...<br>★★★★★ | AIRE LIBRE Y MASCOTAS, JA...<br>MACETA PLAST CI...<br>★★★★★ | JARDIN<br>TIERRA NEGRA P/...<br>★★★★★ | JARDIN<br>MACETA CERAMI...<br>★★★★★ | JARDIN<br>FILTRO NATURAL ...<br>★★★★★ |
| \$0.72 IVA incluido                                         | \$2.80                                | \$3.84 IVA incluido                                         | \$8.96                                | \$0.99 IVA incluido                 | \$1.13 IVA incluido                   |





### Anexo 13. Tabla de amortización

Plazo (Meses, semanas, días)	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses	
1	\$22.865,97	\$507,83	\$288,25	219,58	0,00
2	\$22.574,99	\$507,83	\$290,98	216,85	0,00
3	\$22.281,25	\$507,83	\$293,74	214,09	0,00
4	\$21.984,72	\$507,83	\$296,53	211,30	0,00
5	\$21.685,38	\$507,83	\$299,34	208,49	0,00
6	\$21.383,20	\$507,83	\$302,18	205,65	0,00
7	\$21.078,16	\$507,83	\$305,04	202,78	0,00
8	\$20.770,22	\$507,83	\$307,94	199,89	0,00



9	\$20.459,36	\$507,83	\$310,86	196,97	0,00
10	\$20.145,56	\$507,83	\$313,80	194,02	0,00
11	\$19.828,78	\$507,83	\$316,78	191,05	0,00
12	\$19.508,99	\$507,83	\$319,78	188,04	0,00
13	\$19.186,18	\$507,83	\$322,82	185,01	0,00
14	\$18.860,30	\$507,83	\$325,88	181,95	0,00
15	\$18.531,33	\$507,83	\$328,97	178,86	0,00
16	\$18.199,24	\$507,83	\$332,09	175,74	0,00
17	\$17.864,00	\$507,83	\$335,24	172,59	0,00
18	\$17.525,58	\$507,83	\$338,42	169,41	0,00
19	\$17.183,96	\$507,83	\$341,63	166,20	0,00
20	\$16.839,09	\$507,83	\$344,87	162,96	0,00
21	\$16.490,95	\$507,83	\$348,14	159,69	0,00
22	\$16.139,51	\$507,83	\$351,44	156,39	0,00
23	\$15.784,74	\$507,83	\$354,77	153,06	0,00
24	\$15.426,61	\$507,83	\$358,14	149,69	0,00
25	\$15.065,07	\$507,83	\$361,53	146,30	0,00
26	\$14.700,11	\$507,83	\$364,96	142,87	0,00
27	\$14.331,69	\$507,83	\$368,42	139,41	0,00
28	\$13.959,78	\$507,83	\$371,92	135,91	0,00
29	\$13.584,33	\$507,83	\$375,44	132,39	0,00
30	\$13.205,33	\$507,83	\$379,00	128,82	0,00
31	\$12.822,73	\$507,83	\$382,60	125,23	0,00
32	\$12.436,51	\$507,83	\$386,23	121,60	0,00
33	\$12.046,62	\$507,83	\$389,89	117,94	0,00
34	\$11.653,03	\$507,83	\$393,59	114,24	0,00
35	\$11.255,71	\$507,83	\$397,32	110,51	0,00
36	\$10.854,63	\$507,83	\$401,09	106,74	0,00
37	\$10.449,74	\$507,83	\$404,89	102,94	0,00
38	\$10.041,01	\$507,83	\$408,73	99,10	0,00
39	\$9.628,40	\$507,83	\$412,61	95,22	0,00
40	\$9.211,88	\$507,83	\$416,52	91,31	0,00
41	\$8.791,42	\$507,83	\$420,47	87,36	0,00
42	\$8.366,96	\$507,83	\$424,46	83,37	0,00
43	\$7.938,48	\$507,83	\$428,48	79,35	0,00
44	\$7.505,93	\$507,83	\$432,54	75,28	0,00
45	\$7.069,29	\$507,83	\$436,65	71,18	0,00
46	\$6.628,50	\$507,83	\$440,79	67,04	0,00

47	\$6.183,53	\$507,83	\$444,97	62,86	0,00
48	\$5.734,34	\$507,83	\$449,19	58,64	0,00
49	\$5.280,90	\$507,83	\$453,45	54,38	0,00
50	\$4.823,15	\$507,83	\$457,75	50,08	0,00
51	\$4.361,06	\$507,83	\$462,09	45,74	0,00
52	\$3.894,59	\$507,83	\$466,47	41,36	0,00
53	\$3.423,70	\$507,83	\$470,89	36,93	0,00
54	\$2.948,34	\$507,83	\$475,36	32,47	0,00
55	\$2.468,47	\$507,83	\$479,87	27,96	0,00
56	\$1.984,05	\$507,83	\$484,42	23,41	0,00
57	\$1.495,04	\$507,83	\$489,01	18,82	0,00
58	\$1.001,39	\$507,83	\$493,65	14,18	0,00
59	\$503,06	\$507,83	\$498,33	9,50	0,00
60	\$0,00	\$507,83	\$503,06	4,77	0,00

#### Anexos 14. Alcance del punto de equilibrio

LÍNEA	UNIDADES	C. VARIABLE	C. FIJO inversión +	C. TOTALES	INGRESOS
1	0	0,00	\$143.559,98	143559,98	0,00
2	5000	9617,84	\$143.559,98	153177,82	13540,54
3	10000	19235,68	\$143.559,98	162795,66	27081,08
4	15000	28853,51	\$143.559,98	172413,49	40621,62
5	20000	38471,35	\$143.559,98	182031,33	54162,16
6	25000	48089,19	\$143.559,98	191649,17	67702,70
7	30000	57707,03	\$143.559,98	201267,01	81243,24
8	35000	67324,86	\$143.559,98	210884,84	94783,78
9	40000	76942,70	\$143.559,98	220502,68	108324,32
10	45000	86560,54	\$143.559,98	230120,52	121864,86
11	50000	96178,38	\$143.559,98	239738,36	135405,41
12	55000	105796,22	\$143.559,98	249356,20	148945,95
13	60000	115414,05	\$143.559,98	258974,03	162486,49
14	65000	125031,89	\$143.559,98	268591,87	176027,03
15	70000	134649,73	\$143.559,98	278209,71	189567,57
16	75000	144267,57	\$143.559,98	287827,55	203108,11
17	80000	153885,41	\$143.559,98	297445,39	216648,65
18	85000	163503,24	\$143.559,98	307063,22	230189,19
19	90000	173121,08	\$143.559,98	316681,06	243729,73

20	95000	182738,92	\$143.559,98	326298,90	257270,27
21	100000	192356,76	\$143.559,98	335916,74	270810,81
22	105000	201974,59	\$143.559,98	345534,57	284351,35
23	110000	211592,43	\$143.559,98	355152,41	297891,89
24	115000	221210,27	\$143.559,98	364770,25	311432,43
25	120000	230828,11	\$143.559,98	374388,09	324972,97
26	125000	240445,95	\$143.559,98	384005,93	338513,51
27	130000	250063,78	\$143.559,98	393623,76	352054,05
28	135000	259681,62	\$143.559,98	403241,60	365594,59
29	140000	269299,46	\$143.559,98	412859,44	379135,14
30	145000	278917,30	\$143.559,98	422477,28	392675,68
31	150000	288535,14	\$143.559,98	432095,12	406216,22
32	155000	298152,97	\$143.559,98	441712,95	419756,76
33	160000	307770,81	\$143.559,98	451330,79	433297,30
34	165000	317388,65	\$143.559,98	460948,63	446837,84
35	170000	327006,49	\$143.559,98	470566,47	460378,38
36	175000	336624,32	\$143.559,98	480184,30	473918,92
37	180000	346242,16	\$143.559,98	489802,14	487459,46
38	185000	355860,00	\$143.559,98	499419,98	501000,00

## Anexo 15. Requisitos obligatorios y de categorización de una cafetería

REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS–CAFETERÍAS			
No.	REQUISITOS	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado.		
2	Cuenta con el 40% del personal que acredite su capacitación, formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas		
3	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.		
4	Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado.		
5	Cuenta con el 40% del personal que acredite su capacitación, formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas		
6	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.		
7	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.		
8	Contar con iluminación de emergencia.		
9	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.		
10	<b>Contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:</b>		
	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.		
	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.		
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.		

11	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.		
12	Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.		
13	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.		
14	La vajilla, cristalería, cubtería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso.		
15	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento de acuerdo a los establecido por la autoridad competente		
16	Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.		
17	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente		
	<b>Nota:</b> se exceptúa para los centros comerciales y/o edificaciones que compartan baños que a su vez cumplan con el marco legal.		
18	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.		
19	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.		
20	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.		
21	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.		
22	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.		
23	Contar con registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.		
24	Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico		
25	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.		

26	Contar con bodega(s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.		
27	Contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).		
28	Contar con un registro documental de control de plagas.		
29	Contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción (puede aplicar el uso de moquetas antideslizantes).		
30	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias y protegidas contra ingreso de plagas.		
31	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.		
32	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.		
33	Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.		
34	Focos y lámparas de techo deben aislarse con protectores en caso de rotura en áreas de producción.		
35	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.		
36	Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.		
37	Contar con suministro continuo de energía eléctrica.		
38	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.		
39	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.		
40	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.		
41	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		

**REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA CAFETERÍAS**

Nº	REQUISITOS	SI /NO CUMPLE	PUNTAJE	TIPO DE REQUISITO
1	Cuenta con entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.		2	Infraestructura
2	Cuenta con calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.		4	Servicio
3	Cuenta con menú en idioma extranjero.		4	Servicio
4	Cuenta con jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.		4	Servicio
5	Cuenta con parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.		4	Servicio
6	Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.		4	Servicio
7	Cuenta con un instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.		4	Servicio
8	Cuenta con baños de hombres y mujeres con cambiadores para bebés en los dos géneros.		4	Servicio
9	Contar con cámaras de seguridad integradas al ECU 911		2	Infraestructura
10	Cuenta con un 10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.		4	Servicio
11	Cuenta con vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.		2	Infraestructura
12	Cuenta con sistema computarizado de facturación.		4	Servicio
13	Cuenta con un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.		6	BPM
14	Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.		6	BPM
15	En el área de producción, cuenta al menos con un lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.		6	BPM

16	Cuenta con un barista con título profesional debidamente reconocido por la autoridad competente.		4	Servicio
17	Cuenta con certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.		6	BPM
18	Cuenta con un plan de limpieza.		6	BPM
19	Las áreas de producción del establecimiento deben contar con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.		2	Infraestructura
20	Cuenta con facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).		4	Servicio
21	Cuenta con un listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.		4	Servicio
22	Cuenta con un plan de registro de temperaturas.		6	BPM
23	Cuenta con vestíbulo o sala de espera		2	Infraestructura
24	Cuenta con servicio de reserva de mesa		4	Servicio
<b>DATOS ESTADÍSTICOS</b>			<b>Si Tiene</b>	<b>No Tiene</b>
1	¿Cuenta con sistema de facturación?			
2	¿Cuenta con formas de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, voucher?			
3	¿Cuenta con internet en su establecimiento, a disposición de los clientes?			
4	¿Cuántos estacionamientos dispone?			
5	¿Su establecimiento se ubica en un edificio patrimonial, con la declaratoria emitida por la autoridad competente?			
6	¿Posee generador eléctrico?			
7	¿Realiza exposiciones de colección de arte permanentes o temporales en su establecimiento?			
8	¿Cuenta con servicio a domicilio?			



9	¿En que idiomas se brinda atención en su establecimiento?	
---	-----------------------------------------------------------	--

## ANEXO 16. Reporte de URKUND




### Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	Proyecto-Lesly Fichamba (1).docx (D114270616)
<b>Submitted</b>	2021-10-05 02:47:00
<b>Submitted by</b>	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
<b>Submitter email</b>	goecheverria@utn.edu.ec
<b>Similarity</b>	0%
<b>Analysis address</b>	goecheverria.utn@analysis.orkund.com

### Sources included in the report

---

<b>W</b>	URL: <a href="https://lahora.com.ec/noticia/1102337150/alimentacion-salud-y-ahorro-son-las-principales-prioridades-financieras-para-2021">https://lahora.com.ec/noticia/1102337150/alimentacion-salud-y-ahorro-son-las-principales-prioridades-financieras-para-2021</a> Laza, Fetched: 2021-10-05 02:48:00	 <b>1</b>
----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

---

