



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

**“CAFETERÍA TEMÁTICA QUE PROMUEVA LA
GASTRONOMÍA ANCESTRAL DEL PUEBLO PASTO EN LA
CIUDAD DE IBARRA”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención
del título de Licenciado en Turismo

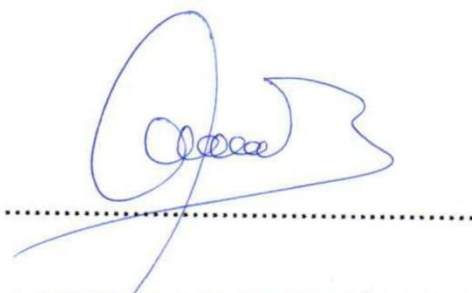
AUTOR: Jefferson Frank Chugá Quelal

DIRECTOR: Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo MSc.

Ibarra, 2023

APROBACION DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado "CAFETERÍA TEMÁTICA QUE PROMUEVA LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL DEL PUEBLO PASTO EN LA CIUDAD DE IBARRA." ha sido realizado en su totalidad por el señor Chugá Quelal Jefferson Frank, portador de la cédula de ciudadanía número: 040189648-5, el mismo que contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes, por lo que autorizo que se sigan los trámites consiguientes.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'G' followed by several loops and a final flourish. The signature is positioned above a horizontal dotted line.

MSC. GALO OSWALDO ECHEVERRÍA CACHIPUENDO

C.C. 171364266-6



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:	040189648-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chugá Quelal Jefferson Frank		
DIRECCIÓN:	Carchi – Cantón Espejo – El Angel – La Libertad.		
EMAIL:	jfchugaq@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0986043188

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Cafetería temática que promueva la gastronomía ancestral del pueblo Pasto en la ciudad de Ibarra.
AUTOR:	Jefferson Frank Chugá Quelal
FECHA:	05 de octubre del 2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Ivan Bedón / MSc. Oswaldo Echeverría

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 5 día del mes de octubre del 2023

EL AUTOR:



Jefferson Frank Chugá Quelal

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a los habitantes de la provincia del Carchi que residen en la provincia de Imbabura y que llevan en sus venas gran parte de historia y cultura del pueblo Pasto. Y que, a su vez, a lo largo del tiempo me abrazado a mi desde el inicio de mi vida.

Jefferson Frank Chugá Quelal

AGRADECIMIENTO

Sobre todo, a Dios quien me dio vida y salud para lograr mis metas y objetivos.

A toda mi familia y amigos más cercanos que me han dado fuerza, para no rendirme y seguir adelante frente a todas las adversidades.

Sobre todo, el apoyo brindado al personal de Universidad Técnica del Norte y carrera en turismo y docentes que han compartido sus conocimientos.

Jefferson Frank Chugá Quelal

INDICE DE CONTENIDOS

APROBACION DE TRABAJO DE GRADO	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	III
CONSTANCIAS	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN EJECUTIVO	XI
I. Abstract.....	XII
II. Introducción	XIII
CAPITULO I	1
I. Objetivos	1
1. Idea de Negocio.....	2
1.2 El problema.....	4
1.2.1 Enunciado del Problema	5
1.2.2 Planteamiento del Problema.....	5
1.2.3 Modelo de Negocio	5
2. Estudio de Mercado	10
2.1 Diseño de la investigación.....	10
2.1.1 Tipo de investigación	10
2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	11
2.2 Análisis de la oferta	21
2.3 Análisis de la demanda.....	23
2.3.1 Factores que afectan a la demanda	24
2.4 Demanda insatisfecha.....	25
CAPITULO III	27
3. Estudio Técnico	27
3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	27
3.1.1 Macro localización	27
3.1.2 Micro localización	28
3.3 Identificación y descripción de los procesos	29

3.3.1 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	31
3.4.2 Diseño planimétrico de la planta	33
3.5 Estructura organizativa y administrativa	38
3.5.1 Misión	38
3.5.2 Visión.....	39
3.5.3 Políticas.....	39
3.5.4 Valores	39
3.5.5 Logotipo	40
3.5.6 Promoción.....	41
3.5.7 Organigramas.....	43
Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual.....	45
CAPITULO IV	49
4. Estudio ambiental.....	49
4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.	49
4.2 Factores ambientales a evaluar	49
4.2.1 Identificación de los impactos.....	50
4.2.2 Determinación de la metodología	51
4.2.3 Rangos de la importancia del cálculo ambiental.	52
4.2.4 Matriz Cromática.....	53
4.2.5 Impactos Ambientales (Identificación, evaluación y jerarquización).	54
4.2.5 Etapa de construcción	54
4.2.6 Etapa de operación	56
CAPITULO V	62
5. Económico financiero.	62
5.1 Estado de situación inicial.	62
5.2 Balance de situación inicial.	63
5.3 Flujo efectivo.....	64
5.4 Flujo efectivo de un año.....	65
5.5 Proyección de ingresos y gastos.....	69
5.6 Flujo económico en proyección.	69
5.7 Flujo económico en proyección.	70
5.8 Cálculo de tasa de retorno interna	70

8.9 Cálculo del valor neto.....	71
5.10 Punto de equilibrio.....	71
CONCLUSIONES	73
RECOMENDACIONES	74
BIOGRAFIA	75
ANEXOS	78
Certificado Turnitin	78
Árbol de problemas.....	79
ENCUESTA	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. idea de negocio	2
Tabla 2. Modelo de Canvas.....	6
Tabla 3.PDYOT de la ciudad de Ibarra.....	13
Tabla 4. Perfil del turista	20
Tabla 5. Demanda potencial.....	23
Tabla 6. Criterio de consumo.....	24
Tabla 7. Frecuencia de visitas y precio medio de consumo	25
Tabla 8. Proyección de demanda insatisfecha de la provincia de Imbabura	25
Tabla 9. Maquinaria.....	35
Tabla 10. Capital de trabajo.....	36
Tabla 11. servicios básicos.....	37
Tabla 12. Gastos de instalación	38
Tabla 13. de amortización.	68

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Muestra	12
Figura N° 2.Fórmula	14
Figura N° 3.Comportamiento de mercado; preferencia	16
Figura N° 4. ¿Con que frecuencia suele ir a una cafetería?	16
Figura N° 5. ¿Que consume normalmente?	17
Figura N° 6. ¿Cerca del lugar de donde vive existe una cafetería temática?	18
Figura N° 7. ¿Con quién suele dirigirse a una cafetería?	19
Figura N° 8. Macro localización	28
Figura N° 9. Micro localización	29

Figura N° 10. Administrador General.....	31
Figura N° 11. Diseño planimétrico de la planta	33
Figura N° 12. Diseño de la planimétrico 3D.....	34
Figura N° 13. Infraestructura	35
Figura N° 14. Logotipo.....	40
Figura N° 15.marketing.....	41
Figura N° 16. Merchandising	42
Figura N° 17. Organigrama Estructural	43
Figura N° 18. Punto de equilibrio.....	72

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de este proyecto es llevar a cabo una investigación para crear una cafetería temática que contribuya a la revitalización del pueblo pasto, centrándose en la gastronomía, en la ciudad de Ibarra. Esta iniciativa tiene como propósito ofrecer oportunidades de empleo, así como proporcionar nuevos espacios saludables y gratuitos para los habitantes locales. El nombre del proyecto es "Cafetería Tradicional 04", y su misión es convertirse en un lugar donde los clientes puedan sumergirse en la riqueza cultural del pueblo pasto, a través de diversas imágenes, libros y revistas que cuenten sus mitos y leyendas.

Además, la cafetería ofrecerá una amplia selección de alimentos y bebidas tradicionales, como humitas, empanadas de morocho, tamales, leche, jugo de caña, helados de paila, entre otros. Todo esto en un ambiente acogedor tanto para los turistas nacionales como extranjeros, con precios accesibles y un servicio de alta calidad. Con esta propuesta, buscamos brindar a los visitantes una experiencia única que promueva el conocimiento y aprecio por la cultura y la gastronomía del pueblo pasto. Asimismo, nuestro proyecto tiene el propósito de fomentar el desarrollo económico y social de la comunidad local, generando un impacto positivo en la región.

Palabras clave: Cafetería, Pueblo, mitos, leyendas, gestión, proyecto.

I. Abstract

The main objective of this project is to carry out research to create a thematic café that contributes to the revitalization of the town of Pasto, with a focus on gastronomy, in the city of Ibarra. This initiative aims to provide employment opportunities and offer new healthy and free spaces for the local inhabitants. The project is named "Traditional Café 04," and its mission is to become a place where customers can immerse themselves in the cultural richness of the town of Pasto through various images, books, and magazines that tell its myths and legends.

Additionally, the café will offer a wide selection of traditional foods and beverages, such as humitas, morocho empanadas, tamales, milk, sugarcane juice, paila ice cream, among others. All of this will be in a cozy environment catering to both domestic and foreign tourists, with accessible prices and high-quality service. With this proposal, we aim to provide visitors with a unique experience that promotes knowledge and appreciation for the culture and gastronomy of the town of Pasto. Moreover, our project aims to foster the economic and social development of the local community, generating a positive impact on the region.

Keywords: Cofé, town, myths, legends, management, projet.

II. Introducción

El proyecto planteado es de ámbito turístico, que por ende va a brindar servicios de alimentos y bebidas a los habitantes de la ciudad de Ibarra en el sector del barrio el Olivo, rescatando la gastronomía y tradiciones ancestrales del pueblo Pasto de la provincia del Carchi y mostrando a los visitantes mediante productos u objetos e infraestructura.

La ejecución de la “Cafetería tradicional 04”, ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, barrio el Olivo y a su vez se pretende hacer un proceso de una planificación que permita el desarrollo del proyecto. Por lo cual, a continuación, se da a conocer los detalles importantes que conforma el proyecto: Idea de negocio, estudio de mercado, estudio técnico y organizacional, estudio ambiental y estudio económico financiero.

En el primer capítulo se da a conocer detalles en donde va estar el proyecto de la “Cafetería tradicional 04”, al igual se menciona como fue la determinación de la idea de negocio mediante una lluvia de ideas, en la que se propusieron varias creencias innovadoras y creativas, para que se examinaran las ventajas y desventajas de las propuestas emprendedoras y su rentabilidad.

En el segundo capítulo se dará a conocer el segmento de mercado, en lo cual, se detalla el diseño de la investigación y sus instrumentos de recolección de información que ayudara a realizar una segmentación de mercado de la oferta y demanda, para así poder enfocar a clientes fidelizados que serán la clave para que este proyecto surja.

En el tercer capítulo viene a ser el estudio técnico y administrativo que se detalla el diseño de la infraestructura y sus productos, mencionando los requerimientos para su operación y en el administrativo se da a conocer la estructura administrativa y organizacional y al igual que el marketing y publicidad para promocionar el producto a vender dentro del proyecto.

El cuarto capítulo examina los posibles impactos ambientales, biofísicos, bióticos, culturales y socioeconómicos del establecimiento durante las fases de planificación, construcción y operación. Se tienen en cuenta tanto los efectos positivos como los negativos. También se cuenta con el diseño de un plan de manejo ambiental que tiene como objetivo reducir, prevenir y compensar los efectos negativos sobre el medio ambiente.

El quinto capítulo trata del estudio económico financiero como el estado de situación inicial, el monto de la inversión, la organización que ayudará a financiar el emprendimiento y se determina una estimación del punto de equilibrio.

El documento concluye con conclusiones y recomendaciones para lectores o investigadores interesados en temas afines, junto con referencias bibliográficas y al final se adjuntan anexos.

CAPITULO I

I. Objetivos

Objetivo General

Implementar una cafetería temática en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, orientada a impulsar la gastronomía ancestral del pueblo Pasto.

Objetivos específicos

- Establecer el modelo de negocio adecuado para el desarrollo de la cafetería temática, que promueva la gastronomía ancestral del pueblo Pasto en la ciudad Ibarra.
- Identificar la oferta y demanda insatisfecha por medio de un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico basado en las necesidades del mercado al que va dirigido el proyecto de cafetería temática.
- Diseñar un estudio administrativo para que se establezcan estrategias con el cual se genere el posicionamiento del proyecto.
- Identificar los posibles efectos del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental.
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero.

1. Idea de Negocio

Determinación de la idea de negocio

Para la elección del tema y la implementación del proyecto se montó una sesión de lluvia de ideas, en la que se propusieron varias creencias innovadoras y creativas, para que se examinaran las ventajas y desventajas de las propuestas emprendedoras y su rentabilidad.

Tabla 1. idea de negocio

IDEA	CRITERIO ECONOMICO (rango 1 - 5)	CONOCIMIENTO DELNEGOCIO (rango 1 - 5)	PROXIMIDAD AL MERCADO (RANGO 1 - 5)	TOTAL
Hostería enfocada en saberes ancestrales	3	2	3	8
Micro emprendimiento de bicicletas flotantes	2	1	3	6
Cafetería temática que promueva la gastronomía ancestraldel pueblo pasto en la ciudad de Ibarra	3	3	4	10
Diseño de Glamping	1	2	3	8

Nota: Elaborado por autor, 2023

La idea de negocio surge por una lluvia de ideas creativas para implementación de un emprendimiento que satisfaga las necesidades económicas, tomando en cuenta que 1 es muy difícil y 2 es mediamente fácil, 3 indiferente, 4 mediamente fácil y por ultimo tenemos 5 que es bastante fácil tomando en cuenta los rangos a considerar se planteó la primera propuesta que es una hostería enfocada en saberes ancestrales, obteniendo como puntaje total a 8 y luego seguido es un micro emprendimiento de bicicletas

flotantes obteniendo como un total de 6, seguido tenemos la propuesta de una cafetería temática que promueva la gastronomía ancestral del pueblo pasto en la ciudad de Ibarra, obteniendo como resultado total de 10, seguido tenemos a un diseño de un camping obteniendo como resultado de 8.

Teniendo el resultado de todas las propuestas a considerar ya se pudo enfocar por una quede acuerdo al criterio económico con una puntuación de 3 que es indiferente y teniendo como conocimiento del negocio de 3 que es indiferente y como proximidad al mercado de 4 que es mediamente fácil, y da como total de resultado 10 podemos llegar a una propuesta de negocio que es, realizar una cafetería temática que promueva la gastronomía ancestral del pueblo pasto en la ciudad de Ibarra.

1.2 El problema

Determinación y justificación del problema

En la ciudad de Ibarra existe una presencia importante de población carchense y de la cultura del pueblo Pasto que tienen particularidades propias en su quehacer tradicional; parte de las expresiones culturales es la gastronomía, de la que se convierte en alternativa para impulsarlo desde la perspectiva del negocio. Muchos proyectos se han llevado a cabo en la ciudad de Ibarra, pero hasta el momento no hay alguno que favorezca esta posibilidad de negocio.

Además, hay escasa iniciativa por parte de las personas para implementar lugares en donde se ofrezca variedad de gastronomía del pueblo Pasto, por ende, hace que la cultura sea poco identificable e inactiva en el lugar. Uno de los acontecimientos de esta conducta en la ciudad es la falta de conocimiento y de financiamiento para crear negocios que sean activos para el turismo.

Por ende, la falta de conocimiento de la cultura, tradiciones y su gastronomía del pueblo Pasto hace que cada año se vaya perdiendo y muchas personas vayan desconociendo y perdiendo el valor dado de la cultura Pasto.

Con los aspectos tratados se puede llegar al punto de la problemática en la cual la falta de conocimientos e interés en la ausencia de espacios turísticos que promuevan la cultura, tradiciones y gastronomía en la ciudad de Ibarra, por lo cual se espera que en un futuro se pueda crear el proyecto de la cafetería temática que promueva la gastronomía ancestral del pueblo Pasto.

Al llegar a la construcción de este proyecto en la ciudad de Ibarra, las personas internas y externas de la ciudad podrán ir al lugar a disponer del espacio ya que en estos tiempos es identificada como una necesidad, sin embargo, si este proyecto no se realiza, la presencia de la cultura, tradiciones y su gastronomía se irán perdiendo y la ciudad no contribuirá para que allá una

dinamización turística, por ende, la importancia hacia la cultura tradiciones y gastronomía del pueblo pasto en la ciudad de Ibarra, va ser perdida y no se podrá aprovechar los conocimientos ancestrales heredadas por los antepasados del pueblo Pasto.

1.2.1 Enunciado del Problema

1.2.2 Planteamiento del Problema

C1. Deficiencia de innovación en cafeterías de la ciudad.

E1. Establecimientos sin un plus agregado.

C2. Singularidad entre las cafeterías actuales.

E2. Establecimientos sin innovación creativa. intereses en el sector turístico como alternativa de desarrollo.

C3. Deficiencia de promoción de productos.

E3. Falta de conocimiento en atención al cliente.

C4. Atraso tecnológico.

E4. Insatisfacción del visitante

1.2.3 Modelo de Negocio

Un modelo de negocios es una herramienta que describe las facilidades por las cuales una empresa crea, proporciona y captura valor, con el objetivo de comprender completamente el tipo de actividad que se introducirá en el mercado

Para la implementación del proyecto será necesario un modelo de negocio basado en tres parámetros básicos, es decir, aspectos económicos, componentes y estratégicos, basado en la creación de valor para la empresa, los clientes y la sociedad a través del análisis de diferentes aspectos. (2010).

Para determinar el modelo de negocio que mejor se adapte a las necesidades de mercado del turismo, recomendamos utilizar el Método Canvas. El método Canvas busca explicar a través de una hoja - una descripción de las operaciones de la empresa. Su eje central será el valor agregado que se haya identificado en el mercado y existen diversos factores que se deben tomar en cuenta al iniciar un negocio.

Tabla 2. Modelo de Canvas

ASOCIACIONES CLAVE	ACTIVIDADES CALVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
Asociaciones con operadoras turísticas. Empresas de alimentos.	Diversidad de alimentos y bebidas. Mantenimiento de la cafetería. Atención al cliente de calidad.	Cafetería temática basada en la gastronomía tradicional del pueblo pasto tendrá variedades productos tanto de bebidas, postres y alimentos tradicionales. Imágenes del pueblo pasto puestos en valor a disposición de los clientes.	Gentileza y un buen servicio de atención a la hora de servir. Publicidad mediante medios tecnológicos	Descuentos o promociones con los clientes fijos. Clientes: hombres y mujeres. Rango de edad: entre 18 a 45. Grupos de amigos o familias.
	RECURSOS CLAVE Tecnología Internet. Alimentos de primera línea de consumo. Infraestructura. Personal capacitado en atención y servicio. Post venta.		CANALES Redes sociales Llamadas telefónicas. Pagina web.	
ESTRUCTURA DE COSTES		FUENTES DE INGRESOS		
Internet, agua, luz, equipo mobiliario y de decoración, sueldo, insumos, marketing, publicidad.		Venta de bebidas, batidos, postres, alimentos. Venta de productos u objetos e imágenes del pueblo pasto.		

Nota: Elaborado por autor, 2023

1.2.3.1 Desarrollo del modelo Canvas

Asociaciones claves

En la cafetería temática se puede gestionar con las empresas de alimentos los que brinden materia prima directa y así brindar un producto de calidad esperando que vuelvan una y muchas veces más.

Actividades claves

La cafetería temática espera satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, con una decoración del local; seguido de una gran variedad de productos gastronómicos y estos a su vez que sean de muy buena calidad, consiguientemente, el lugar en donde se va a ofrecer debe estar sumamente limpio con una limpieza de primera, tan bien con el servicio al cliente de forma respetuosa y ágil, para que así el cliente se sienta muy satisfecho.

1.2.3.2 Propuestas de valor

La cafetería temática contará con una infraestructura única inspirada en diseños ancestrales e iluminación en los colores que caracterizan al pueblo Pasto, sirviendo productos ancestrales como café chuspa, humita, kimbolo, tortillas en tiesto, champú, morocho, arroz de cebada, etc.

Asimismo, la vajilla y cubertería que se sirven para degustar las delicias que se preparan en la cafetería están inspiradas en la misma temática, a base de barro y patrones regionales.

Además de tener la intención estructural de representar la cultura de Pasto, este lugar también tendrá un contexto para el tema elegido, pues se utilizará música regional, destacando los proyectos de los artistas carchenses en general, completando la decoración a través de exposiciones de pinturas y fotografías del pueblo Pasto a través de los tiempos.

Esto hará que la experiencia del consumidor sea mucho más completa cuando vaya a la cafetería.

1.2.3.3 Relaciones con clientes

La cafetería temática será orientada a la gentileza al momento de recibir a un cliente, va a tener particularidad de mostrar una buena actitud y con una sonrisa y al mismo momento poniendo en práctica todos los valores necesarios además siempre con todas las ganas de seguir adelante, ser positivismo en las cosas que se realiza, pero sobre todo calidad de imagen tanto interna como externa.

1.2.3.4 Segmento de mercados

La cafetería temática realizará una segmentación de clientes fidelizados que serán la clave para que este proyecto surja. Esta cafetería temática estará enfocada en un rango menores de 18 hasta mayores de 35 años en adelante, se realizará un segmento de mercado de acuerdo con cada grupo (niños, adultos, adultos mayores), en el cual se diseñará servicios de productos gastronómicos ancestrales en donde esté enfocado de acuerdo con el rango de edades y se pueda satisfacer las necesidades de todos los que visitan la cafetería temática.

1.2.3.5 Recursos claves

La cafetería temática contará con local propio en donde se visualizará y se realizará un cortometraje con las actividades ancestrales del pueblo Pasto, y así mismo contará con el personal idóneo que permita realizar las diferentes actividades propuestas. Además, contará con personal capacitado para todas las planificaciones a realizarse dentro de la cafetería para que así no haya

ningún riesgo al momento de realizar dichas actividades y así tener las mejores condiciones.

1.2.3.6 Canales

En la cafetería temática, se enfocará en los recursos estratégicos para la difusión de los servicios y atención al cliente a través de diferentes canales de distribución como, redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok), además de un canal de distribución que es un sitio web en donde podrá dar a conocer al público toda la información necesaria.

Estructura de coste

En la cafetería temática se logrará que tenga un ambiente decorativo con luces y colores llamativos e infraestructura de acorde con lo ancestral de lo antepasado presente y futuro del pueblo pasto.

En la cafetería temática se contará con una nómina de personas preparadas en el tema de lo que es la gastronomía.

La cafetería temática contara con la variedad de insumos de alta calidad.

Pago de servicios

Instrumentos de cocina de alta calidad

Pagos de internet

Ventas Directas de Bebidas, alimentos, postres, etc.

Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento

El modelo comercial que se aplica a las nuevas empresas como parte del análisis de Canvas realizado anteriormente es el modelo comercial de "cola larga". Luego describe sus características y por qué se las adaptó.

Un modelo de negocio de cola larga implica vender más y más productos. Este tipo de negocio requiere una gama muy amplia de productos vendidos en pequeñas cantidades. Esta cantidad de ventas múltiples de muchos productos puede exceder los ingresos de ventas múltiples de muchos productos existentes.

Dado que el propósito del lugar es brindar a los visitantes una amplia variedad de alimentos y bebidas según la ubicación, se va a integrar un modelo comercial de cola larga centrado en la venta de una amplia gama de productos como base del negocio. El modelo de negocio de restaurante con variedad de productos tiene como finalidad solventar la economía y competir con otros negocios vecinos.

2. Estudio de Mercado

2.1 Diseño de la investigación

2.1.1 Tipo de investigación

Este estudio fue un enfoque mixto cualitativo-cuantitativo en la naturaleza, con un gran sesgo hacia el dominio cuantitativo, y se realizaron medidas estadísticas numéricas, incluidas tablas, figuras y análisis de los resultados. En la dirección cualitativa, se determinó el interés del grupo objetivo por el proyecto temático de la cafetera. La idea era conocer la opinión de la gente sobre los elementos del proyecto de investigación, brindar un buen ambiente y explicar

el acceso a lugares donde pudieran interactuar con expresiones tradicionales como los mitos y leyendas del pueblo Pasto.

A través de la investigación cualitativa se pudo identificar factores disruptivos en el consumo de café y diversas ofertas en el comedor. Comprender la naturaleza de los servicios prestados y las actitudes de los consumidores hacia los coffeeshops, que no reflejan su carácter tradicional.

En términos de herramientas de investigación cualitativa, esta es una observación utilizada para comprender los productos que ofrecen otros comedores y los servicios que brindan a todos los niveles de sus consumidores.

Con la ayuda de la investigación cuantitativa, puede representar las necesidades de los consumidores de manera más realista y, en base a esto, obtener un número significativo para la investigación.

Una de las herramientas que se utilizan para este tipo de investigaciones es una encuesta que establece el perfil de las personas que visitan las cafeterías, sus expectativas y lo que esperan de cada una de ellas. (Alvarez, 2011)

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Para este estudio de mercado se utilizó una muestra aleatoria, basada en identificar todos los artículos que siempre tienen la misma probabilidad de selección, sin que ninguno priorice al otro.

Para realizar una investigación de mercado, debe utilizar encuestas como su principal fuente de información y debe asegurarse de que su muestra sea lo suficientemente grande como para determinar la cantidad de encuestas.

Para saber si una muestra es representativa, el tamaño de la muestra se calcula de tal manera que la muestra es el número de elementos elegidos al

azar que deben tomarse antes de que los resultados puedan extrapolarse a ellos, y suponiendo que sean representativos de la población. (Cordero, 2015)

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos.

- ✚ Errores están permitidos
- ✚ El error es el nivel de confianza deseado.
- ✚ De naturaleza infinita o finita de una población

2.1.2.1 Tamaño de la muestra

El proyecto considera un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, por lo que los valores obtenidos de la muestra son muy cercanos a la opinión del Ibarreño, lo que permite obtener datos reales y resultados de investigación.

Figura N° 1 Muestra

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza : 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Nota: Cálculo de muestra obtenido de questionpro

Para algunas poblaciones, se debe usar la fórmula de población infinita (cuando se desconoce el número total de unidades observadas que componen la población o la población excede 100.000).

El proyecto de realización de cafetería temática para promover la gastronomía del pueblo Pasto, la cual estará ubicada en la ciudad de Ibarra en la zona de “El Olivo”, es un lugar estratégico donde ingresa gran cantidad de visitantes el fin de semana, por la laguna de Yahuarcocha que esta cercana al proyecto.

Tabla 3.PDYOT de la ciudad de Ibarra

Lugar	Habitantes
Ibarra	221149
PEA	111085

Nota: Elaborado por autor, 2023

Dadas las expectativas de ubicación de la cafetería temática, se determinó una muestra única con base en la población económicamente activa de la ciudad donde se ubicaron las áreas preseleccionadas.

Dado que las muestras seleccionadas corresponden a una población de menos de 100.000, se ha conservado la fórmula de población finita.

Dónde:

n = número de elementos en la muestra.

N = número primo en el universo.

p/q= probabilidades con las que se presenta el fenómeno (50,50).

z = valor crítico correspondiente a un nivel de confianza siempre se opera con un valor sigma de 2. = 95%.

E = margen de error permitido para la muestra, se selecciona el 5%.

Figura N° 2.Fórmula

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2}$$
$$n = 384$$

Nota: Elaborado por autor, 2023

La encuesta se realizó entre 384 personas de la ciudad de Ibarra.

2.1.3 Herramientas de recopilación de datos.

Una técnica se refiere a un método de recopilación de datos, y una herramienta es un medio físico mediante el cual se puede recopilar y almacenar la información necesaria para una investigación.

El método elegido y aplicado para el proyecto inicial se denomina encuesta porque se puede aplicar a cualquier método cualitativo o cuantitativo. Una encuesta es uno de los métodos de recopilación de información más utilizados, y su herramienta es un cuestionario o serie de preguntas especialmente

preparadas para recopilar la información necesaria de acuerdo con la audiencia definida por el proyecto.

El cuestionario utilizado para recolectar datos para este proyecto empresarial fue pre-evaluado y aprobado por los directores y personal técnico. Está diseñado en el formato de la Universidad Técnica del Norte, se aplica de manera virtual a través de Microsoft Forms y consta de 17 preguntas divididas en dos secciones. El primero son datos informativos sobre el turista, y el segundo es el propio perfil del turista.

Esta encuesta nos permitió recopilar los datos necesarios para un posterior análisis en profundidad de las necesidades de los turistas en cuanto a emprendimiento, estatus socioeconómico y el entorno en el que se pueden desarrollar las ideas de negocio frente a los competidores. (Carnero, 2015)

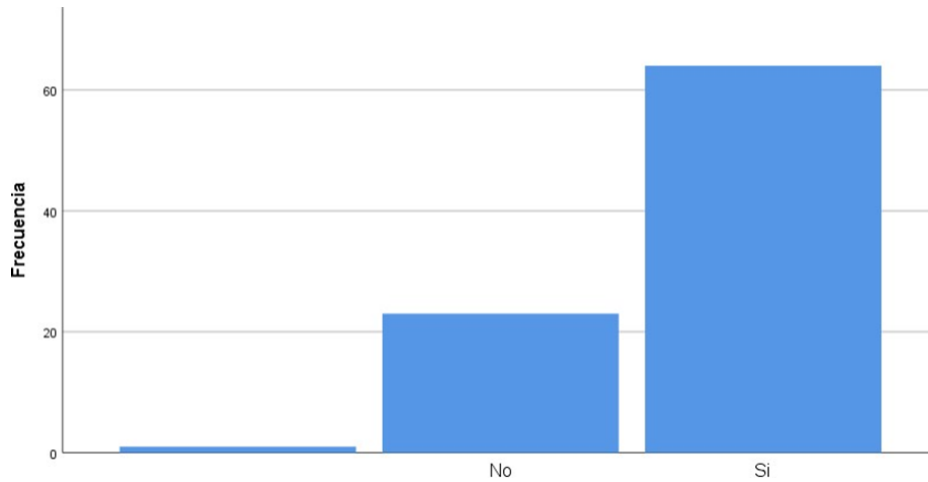
2.1.3.1 Resultados y discusión

Con base en la población de 170549 personas de la ciudad de Ibarra (PDYOT 2020), se elaboró una base de datos con 384 encuestas, las cuales permitirán el análisis correspondiente. A continuación, se consideran los puntos más importantes para su respectiva descripción.

Primero, se interpreta la pregunta 8. Esto dará la información necesaria para saber si a las personas suelen ir a las cafeterías.

Pregunta N8: ¿Suele ir a cafeterías? (si su respuesta es no, por favor finalice la encuesta)

Figura N° 3.Comportamiento de mercado; preferencia

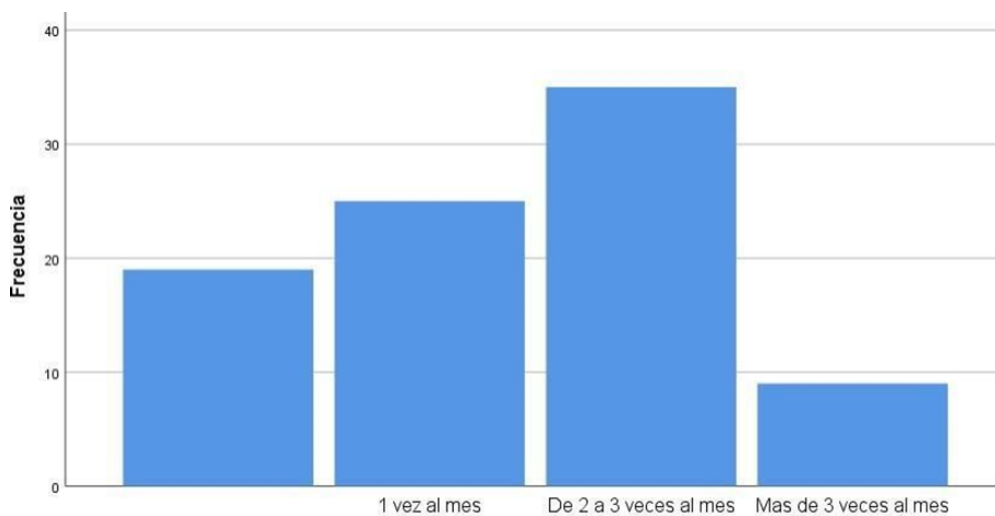


Nota: Elaborado por autor en el programa digital SPSS.

Al finalizar la 8 de la pregunta de la encuesta podemos notar que a la mayoría de las personas si les gusta ir a cafeteras a degustar de la variedad de productos que ofrece la cafetería.

Pregunta N10: ¿Con que frecuencia suele ir a una cafetería?

Figura N° 4. ¿Con que frecuencia suele ir a una cafetería?

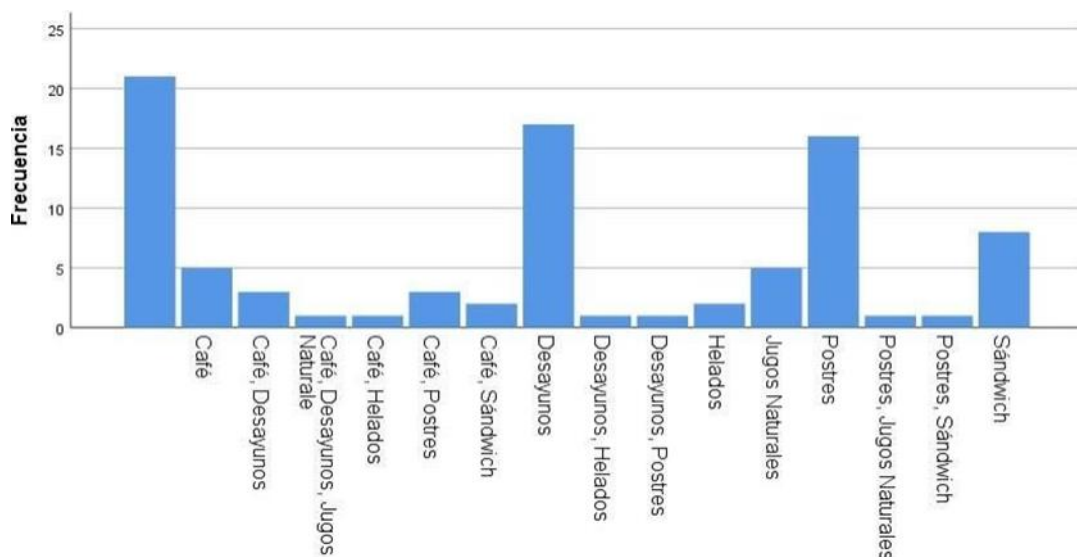


Nota: Elaborado por autor en el programa digital SPSS.

Al concluir la pregunta 10 de la encuesta podemos observar que las personas suelen ir a las cafeterías 2 a 3 veces por mes y a otras personas les gusta ir una vez al mes.

Pregunta N 11: En una cafetería ¿Que consume normalmente? (Marque hasta 2 opciones)

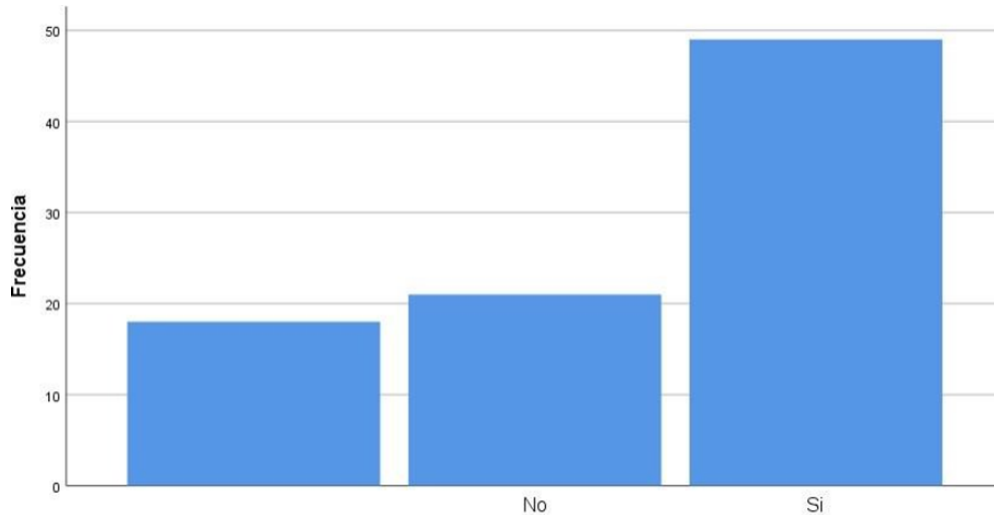
Figura N° 5. ¿Que consume normalmente?



Nota: Elaborado por autor en el programa digital SPSS.

Al concluir la 11 de la pregunta de la encuesta podemos observar que la mayoría de las personas van a las cafeterías para consumir como su preferencia que es café, tan bien podemos observar que a las personas suelen ir a las cafeterías para servirse los desayunos y postres.

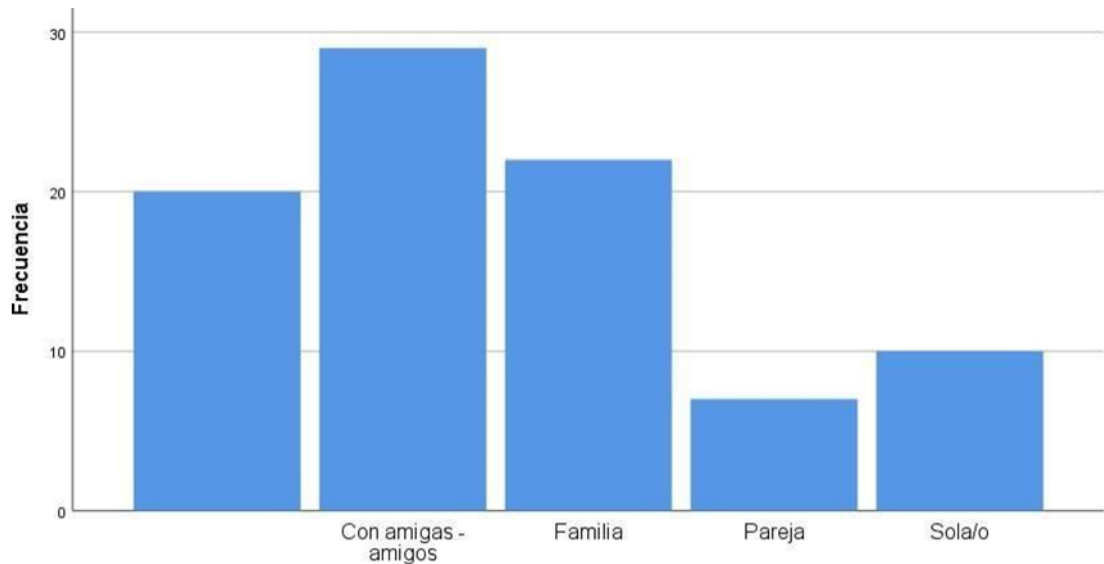
Figura N° 6. ¿Cerca del lugar de donde vive existe una cafetería temática?



Nota: Elaborado por autor en el programa digital SPSS.

Al terminar la 13 de la pregunta de la encuesta podemos observar que por el lugar que viven las personas si existen gran variedad de cafetería, pero las personas manifiestan que las cafeterías no son temáticas y que si quieren conocer lo que es el pueblo Pasto.

Figura N° 7. ¿Con quién suele dirigirse a una cafetería?



Nota: Elaborado por autor en el programa digital SPSS.

Al finalizar la pregunta 14 de la encuesta podemos observar que la mayoría de las personas suelen ir a las cafeterías acompañados de amigas y amigos y tan bien suelen ir con su familia y pocos solos y muy pocos con las parejas.

Segmentación de mercado.

Gracias a la encuesta y preguntas clave (8), la ciudad de Ibarra pudo determinar las prioridades del producto (restaurantes temáticos), el perfil del mercado objetivo y fijar el trabajo actual de la empresa. La técnica que se ha tomado, antes de extraer datos de este perfil, es obtener los datos a través de la plataforma de formularios de solicitud específicos de la encuesta.

Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista)

Tabla 4. Perfil del turista

Producto turístico: Cafetería temática que promueva la gastronomía ancestral del pueblo pasto en la ciudad de Ibarra			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Provincia/s:	Imbabura	476257	100%
Ciudad:	Ibarra	221149	35,81%
Población económicamente activa:		111085	77,12%
Población encuestada (muestra):		383	100%
Población encuestada mayoritaria:		220	56%
1er Resultado: 384 de 170,549 personas entrevistadas en la ciudad de Ibarra, hubo un total de 220 personas en la ciudad de Ibarra que les gusta ir a cafeterías.			
Segmentación demográfica (ver % de segmento de edad en INEC)			
Variable		Número	Porcentaje
Género:	Masculino	213	55%
Edad:	18-45	259	59%
Estado civil:	Solteros	205	53%
Instrucción:	Tercer Nivel - Superior	235	61%
Ocupación:	Empleados privados	126	33%
Ingresos:	<=400	166	43%
Resultado 2: Varón vecino de Ibarra, de 18 a 45 años, soltero, con estudios secundarios, trabajando y ganando \$400 o menos. Si se calcula la influencia del grupo de edad de 26 a 30 años en la ocupación de los trabajadores del sector privado, el sector femenino también influye con una variación mínima del 5% y será tenido en cuenta en el análisis Final.			
Segmentación Conductual			
Variable		Número	Porcentaje
Consumo usual	Café	146	30%
Porque toman café	Por el Sabor	179	39%
Preferencia con quien visita	Con amigos	91	45%
Gasto promedio	De \$5 a \$10	109	54%
Frecuencia de visita	1 vez cada mes	137	35%
Mercado meta: Hombres que viven en el pueblo de Ibarra, de 18 a 45 años, solteros, que trabajan y ganan menos o igual a \$ 400, clase socioeconómica media, disfrutan del café con sabor favorito cuando visitan amigos. mes y gastar un promedio de \$5 a \$10 por visita.			

Nota: Elaborado por el autor, 2023

Gracias a esta matriz, es posible determinar el perfil del grupo objetivo de clientes a partir de los datos proporcionados por las encuestas realizadas. La mayoría de ellos se pueden definir como hombres entre 18 y 45 años, solteros, más educados, trabajando y ganando \$400 menos o igual, bebiendo café por su sabor con la frecuencia de visitar una vez. mes y gasta un promedio de \$5 a \$10 y prefiere salir con amigos.

El género femenino tiene una influencia en el segmento de mercado, ya que los resultados de la encuesta difieren en menos del 5 %, aunque se destaca que, la encuesta en línea y los encuestados personalmente y se realizó y se dirigió al público joven, lo que reduce nuestro alcance de mercado objetivo.

2.2 Análisis de la oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender a varios precios de mercado. Esto se hace para diferenciar la cantidad ofrecida, que representa cuánto está dispuesto a vender un productor a un precio específico.

En el mercado se puede encontrar el tipo de oferta determinada por factores geográficos como:

Oferta profesional: una forma exclusiva de fijación de precios que le permite establecer precios en función del interés sin preocuparse por la competencia. Las masas que gastan en ellos pueden responder gastando más o menos según sus ingresos.

Oferta grupal: cuando un número limitado de personas que ofrecen su producto o servicio acuerdan establecer un precio en el mercado, esto se denomina oligopolio.

Condiciones de mercado con muy pocos proveedores.

Mercado Libre de Abastecimiento: Lugar donde participan los ciudadanos, quienes pueden decidir comprar un producto o servicio determinando precio, calidad, cantidad y ubicación.

Para este proyecto se selecciona una oferta en el mercado libre, donde se ofrecen productos y servicios con una calidad óptima.

Factores que afectan a la oferta

Número y capacidad de los competidores: existen varios competidores en el mercado, pero su capacidad está limitada solo durante el día, la tarde o la noche.

Aparición de nuevos competidores: actualmente existen varios comedores que ofrecen servicios específicos, tanto de forma independiente como integrados en el hotel. En la localidad de Ibarra se encuentran las siguientes instalaciones:

- Roka House Cafetería
- La hacienda
- Olor a café
- Análisis de demanda

Un análisis de necesidades le permite determinar su mercado objetivo, por lo que puede determinar la efectividad de su producto o proyecto al comprender mejor las preferencias y gustos de su cliente a través de cálculos de demanda potencial.

Kotler (2003) establece que “La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que se pueden comprar a varios precios de mercado de un solo consumidor (demanda individual) o grupo de consumidores (demanda agregada) en un período de tiempo determinado.” punto en el tiempo.”

2.3 Análisis de la demanda.

Para determinar la demanda potencial se deben considerar dos aspectos importantes: el mercado objetivo resultante de la segmentación del mercado y la proporción de consumidores que prefieren el producto (encuesta).

Tabla 5. Demanda potencial

DEMANDA	
Población mercado objetivo de la ciudad de Ibarra (PEA)	111085
% de intención de compra del producto	52%
DEMANDA POTENCIAL	57764.2

Nota: Elaborado por el autor, 2023

La definición de la demanda es el elemento más importante de un mercado que integra la necesidad percibida, el poder adquisitivo, la asequibilidad y el tiempo invertido.

La demanda potencial es el límite superior de la demanda real que debe estimarse asumiendo el máximo esfuerzo de ventas previsto. A partir de la definición y formación de la evaluación de la demanda latente, se determinan las variables que la determinan: las que afectan colectivamente la demanda, el precio, la renta y las preferencias. (Kotler, 2006)

2.3.1 Factores que afectan a la demanda

Hábitos de Consumo: Luego de aplicar 384 encuestas, encontramos que el 34% de los encuestados prefieren el café.

Gustos y preferencias: En cuanto a preferencias, en la cafetería los encuestados prefieren helado 43 7%, desayuno 12%, postre 16%, bocadillos 18% y jugos naturales 13%.

En términos de nivel de ingresos, el 43 % de los encuestados gana menos de \$400, el 21 % gana entre \$401 y \$600, el 19 % entre \$601 y \$900 y el 18 % entre \$900. los ingresos son más de un dólar.

54% de los encuestados gastó entre \$5 y \$10 en la cafetería, 29% gastó menos de \$5 y 16% gastó más de \$10.

Tabla 6. Criterio de consumo

Criterio	Consumo
Bebidas Calientes	34%
Desayunos (Sándwiches)	30%
Postres	16%
Productos Fríos (Helados, Jugos)	20%

Nota: Elaborado por el autor, 2023

Frecuencia de visitas y precio medio de consumo

Tabla 7. Frecuencia de visitas y precio medio de consumo

Frecuencia de visita		Precio promedio de consumo	
Una vez al mes	35%	Menos de 5\$	29%
De dos a tres veces al mes	33%	Entre 5 y 10 dólares	54%
Más de 3 veces al mes	32%	Más de 10 dólares	16%

Nota: Elaborado por el autor, 2023

2.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha fue pronosticada para 5 años con la siguiente estructura.

Donde

Demanda insatisfecha = Demanda potencial - Competencia

Proyección de demanda insatisfecha de la provincia de Imbabura

Tabla 8. Proyección de demanda insatisfecha de la provincia de Imbabura

Año	Demanda Potencial	Competencia	Demanda Insatisfecha
0	57764	16512	41252
1	58994	16864	42130
2	60251	17223	43028
3	61534	17590	43944
4	62844	17964	44880
5	64184	18347	45837

Nota: Elaborado por el autor, 2023

Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor.

En esta parte se debe incluir los resultados de la encuesta correspondiente al perfil del consumidor para determinar el comportamiento de consumo respecto al producto servicio que se pretende vender.

Los criterios de consume que se identifiquen en esta parte serán los criterios para aplicar en el diseño de los productos a vender.

Ejemplo (agencia de viajes): Para estudiar el mercado de las agencias de viajes, se estudiaron variables como la frecuencia de viaje, los destinos más visitados, el número de compañeros de viaje, el gasto por actividad, el tiempo dedicado al viaje y las preferencias de servicio. Los hallazgos brindan datos que, en comparación con el comportamiento del consumidor en el segmento objetivo, pueden conducir a posibles datos como:

El 50% de los quiteños van de vacaciones a Playa Atacames, dedican al menos dos días y una noche al viaje, gastan en promedio \$15 por persona en hospedaje y gastan en promedio \$18 por persona en alimentación, en promedio un gasto adicional sobre actividades. A \$ 12 por persona, las aventuras de navegación y las compras de artesanía son las que más gastan.

CAPITULO III

3. Estudio Técnico

3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.

El análisis de ubicación de este proyecto ayuda a mostrar las fortalezas y los beneficios de esa ubicación de una manera que se esfuerza por satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

3.1.1 Macro localización

El proyecto se implementará en Ecuador, Sudamérica, ubicado en la Cordillera de los Andes. Oficialmente conocida como la República del Ecuador, se encuentra en la parte noroeste de América del Sur. Está conformado por 24 provincias y limita al norte con Colombia. Está rodeado por el Océano Pacífico al oeste y las Islas Galápagos al oeste, Perú al sur y al este.

En particular, este proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, en la región Barrio el Olivo ubicada al norte de Ecuador que está cerca con la frontera con Colombia.

Figura N° 8. Macro localización



Nota: Elaborado por el autor en Google maps.

3.1.2 Micro localización

Imbabura es considerado un destino turístico por sus atractivos naturales, culturales, artesanales y gastronómicos. El espíritu empresarial se puede encontrar en la experiencia en alimentos, por lo que es importante observar cómo funciona el mercado.

En Ibarra se puede ver un montón de gran restauración que incluye comidas, bebidas y postres, ya sean genéticos o tradicionales, y al igual que las fiestas religiosas, las bebidas y las preparaciones de postres tienen un predominio destacado. Digerir posibles ingresos turísticos en la ciudad.

El estudio se realizó entre jóvenes universitarios del Barrio el Olivo. Se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, provincia de San Miguel de Ibarra, parroquia El Sagrario.

Provincia: Imbabura
Cantón: Ibarra
Parroquia: El Sagrario
El Olivo (Lugar poblado)
Ibarra Latitud: 0.36667
Longitud: -78.1

Figura N° 9. Micro localización



Nota: Elaborado por el autor en Google maps.

Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

3.3 Identificación y descripción de los procesos

Será una cafetería ubicada en el barrio el Olivo de la ciudad de Ibarra, considerando instalaciones para la conservación de la cocina de las culturas Pasto y ofreciendo los siguientes servicios de restaurante: Desayuno con snacks, café, otras bebidas y variedad de platos, especialmente típicos de la cultura Pasto.

La decoración, el diseño y la transformación del local están directamente influenciados por la estética de la cultura Pasto, sin dejar de lado la modernidad y el confort del consumidor.

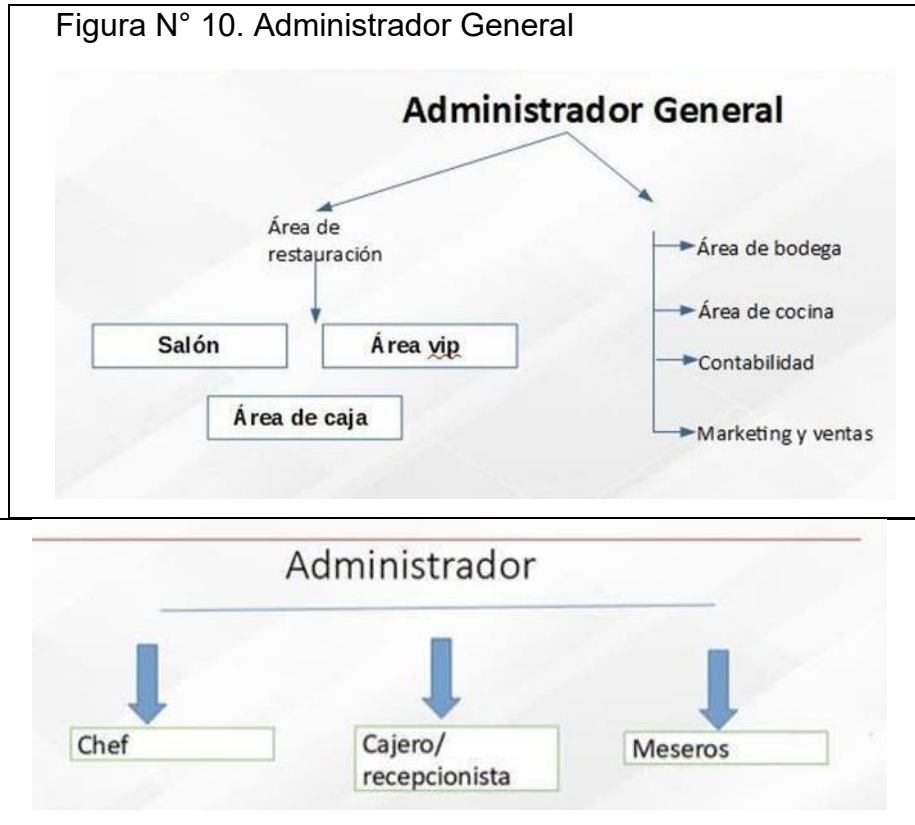
Dada la importancia de redefinir la cultura a través de la gastronomía y la imagen de empresa, los servicios a prestar estarán enfocados a satisfacer las necesidades de la población.

El café tendrá diez mesas y cuatro sillas. Cerámica, herramientas, servicio, etc. se crearán de acuerdo con los temas culturales propuestos. También se servirán licores y bebidas tradicionales y no tradicionales resistentes al clima local.

En cuanto a la oferta de productos, incluye alimentos y bebidas tradicionales de la región, del Ecuador y del mundo. Aunque entre las bebidas se prefiere el café y sus correspondientes variedades, también existen varios licores típicos, especialmente de la ciudad de Ibarra, cuidadosamente elaborados según tradiciones ancestrales. Pero para atraer a un público que gusta de los platos típicos, así como a cualquiera que quiera probar algo en la tienda, el menú se prepara con una variedad de productos que se alejan de lo típico, como sándwiches, ensaladas, helados, postres y más.

El menú fue diseñado de esta manera en base a las preferencias expresadas por el segmento en la encuesta correspondiente realizada anteriormente, muchos de los cuales indicaron que sus principales preferencias eran humitas, quimbolitos, sándwiches y helados. Mostrando así la necesidad de ofrecer un menú diverso que atraiga a todo tipo de público.

3.3.1 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio



Nota: Elaborado por autor, 2023

Los horarios de apertura y cierre sugeridos para las instalaciones se basan tanto en la competencia como en la demanda de los usuarios. Como restaurante, debe abrir temprano para cumplir con las expectativas de los clientes, como el consumo de energía.

El final del día es un momento de relajación para aliviar el cansancio de un día agotador, y los fines de semana brinda a los usuarios momentos de relajación y entretenimiento sonoro.

Horario de atención

Lunes - miércoles: 07:00 - 10:00 y 16:00 - 20:00

Jueves y viernes: 07:00-10:00 y 16:00-22:00

Sábado: 16:00-22:00.

3.4 Ingeniería del proyecto

3.4.1 Distribución de la planta

El segmento Olivo se ubica en la ciudad de Ibarra debido al creciente número de empresas. Óptimas condiciones para todo el negocio Todas las principales comunicaciones, autovías de primer nivel con excelente señalización. La ubicación de la cafetería temática es positiva ya que tiene poca competencia.

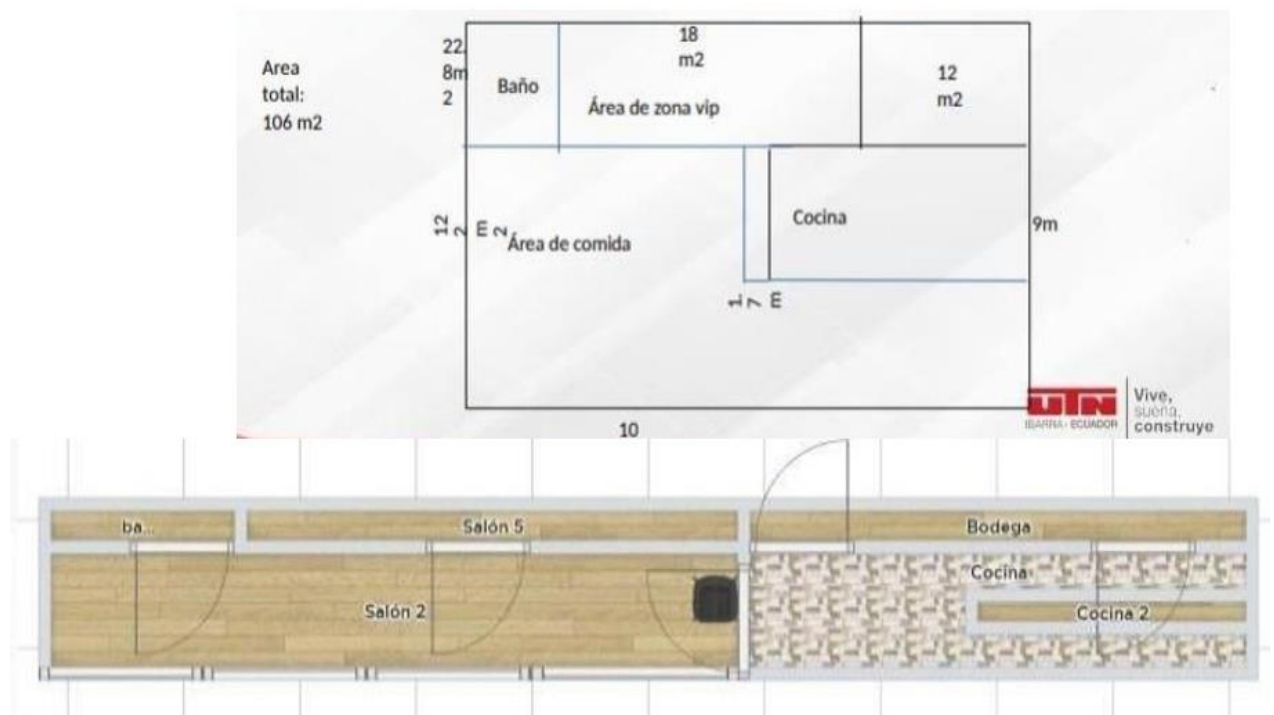
En el sector, en gran parte el emprendimiento estará conjuntamente posicionada con los demás emprendimientos que hay en la zona ya que en el sector existe población que le interesa los negocios que son autóctonos de la provincia del Carchi y a su vez van a consumir los variados platos temáticos que se ofrezcan en la cafetería.

Para este proyecto, se debe tener en cuenta diversas normas ambientales y medidas estándar para establecimientos de restauración, se determinó que el área de comedor debe tener al menos 20 m² y la cocina debe tener al menos 4 m² y más. del 10% del total espacio común + 20% del comedor; Además, las barras deben tener aproximadamente 50 cm de ancho para mayor comodidad y servicio, y los baños deben tener al menos 1,2 x 0,9 m. El área del comedor es de 406,05 metros cuadrados, divididos.

Dependiendo del área y la capacidad física, se puede decir que el restaurante tiene 12 mesas y 4 sillas cada una con estilo y decoración del pueblo Pasto.

3.4.2 Diseño planimétrico de la planta

Figura N° 11. Diseño planimétrico de la planta



Nota: Elaborado por autor, 2023

Figura N° 12. Diseño de la planimétrico 3D



Nota: Elaborado por autor, 2023



Nota: Elaborado por autor, 2023

Figura N° 13. Infraestructura

Símbolo	Nombre del Área
	Área VIP
	Área de Comida
	Barra
	Área Administrativa
	Área de presentaciones
	Cocina
	Baños

Nota: Elaborado por autor, 2023

Tabla 9. Maquinaria

Zona	Equipo y Mobiliario	Cantidad
	Pufs	10
Área de zona VIP	Mesas Bajas	3
	Librero	1
	Repisa	1
	Taburete alto	1
Área de presentaciones	Soporte de guitarras	1
	Soporte de parlante	1
	Mesa alta	1
	Juego comedor para 4 personas	3
Área de comida	Sillas	3
	Basurero	1
	Recibidor	1
	Alacena	2
Cocina	Basurero	1
	Mesón	1
Baños	Basurero	2
	Repisa	1
Despensa	Anaqueles metálicos	2

Nota: Elaborado por autor, 2023

Lencería		
Zona	Detalle	Cantidad
Área zona VIP	Mantelería	3
	Floreros	3
Área de presentaciones	Persianas	1
	Mantelería	3
Área de comida	Floreros	3
	Azucareros	6
	Salero	6
	Vajilla de porcelana 12 piezas, 3 platos hondos, 3 platos, 3 platillos y 3 tazas.	5
Cocina	Cucharas grandes docena	4
	Cucharas pequeñas docena	4
	Vasos 24 piezas	4
Baños	Alfombra	2
	Velas aromáticas	4
Área administrativa	Velas aromáticas	1

Nota: Elaborado por autor, 2023

Tabla 10. Capital de trabajo

	Cantidad	Valor unit.	Valor total	Valor consolidado
Terrenos				0.00
Edificios/construcciones				63401.80
Cemento	7	8	58	
Líquido sellador	2	8	18	
Rodillos	3	2.8	8.4	
Arena	2	5	10	
Ripio	2	5	10	
Ladrillo	80	0.25	20	
Agua	30	0.27	8.1	
Empaste	10	21	210	
Ventanas de aluminio y vidrio	2	200	400	

Cerámica	16	6.8	108.8
Bondex	9	8	72
Pintura	1	30	30
Porcelana	1	3	3
Espátula	1	1.8	1.8
Espejos	2	3	6
Tuvo de cortina	4	3	12
Soporte	8	0.15	1.2
Tubería para baño	1	7	7
Tubo para baño	1	4	4
Codo	1	3.5	3.5
Codo Y	1	3.5	3.5
Trampa de piso para baño	2	3.5	7
Tubo 1/2	1	6	6
Llave de media	1	5	5
Llave de paso	1	5	5
Baños	2	120	240
Puertas para baño	2	60	120
Botar paredes	10	20	200
Colocar puertas	2	10	20
Empate para el agua	2	20	40
Muebles de cocina	1	500	500
Acabados de baldosa	3	2.5	7.5
Dirección técnica	1	1200	1200
Soldadura	1	60	60
Casa construida	1		60000

Nota: Elaborado por autor, 2023

Detalle de gastos de servicios básicos

Tabla 11. servicios básicos

Servicios Básicos

Detalle	Valor Mensual (\$)
Luz	20
Agua	30
Teléfono	15
Internet empresarial	20
Gas	40
Tv cable	20
Total	145

Nota: Elaborado por autor, 2023

Tabla 12. Gastos de instalación

	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Consolidado
Gastos de instalación				
Cable de luz	10	0.3	3	
Cajetines	4	1	4	
Tomacorrientes	4	3.8	15.2	
Encendedores	4	2.5		
Focos	6	1	6	
Base foco cerámico	6	2.5		
Dirección técnica	1	1200	1200	

Nota: Elaborado por autor, 2023

3.5 Estructura organizativa y administrativa

3.5.1 Misión

Somos una cafetería que estará ubicada en la ciudad de Ibarra, nos dirigiremos en rescatar parte de la gastronomía típica de la cultura Pasto para las personas que viven en el sector, contará con un espacio que apoye la interacción social;

Brindamos

Platos gastronómicos auténticos de la cultura Pasto y a su vez contaremos con personal capacitado.

3.5.2 Visión

Convertir la cafetería temática en el 2030 en una de las mejores a nivel nacional e internacional, siendo una de las mejores representaciones a la cultura Pasto y a su vez brindando su gastronomía auténtica y dejando por los altos rangos de las mejores cafeterías del mundo.

3.5.3 Políticas

Practique una buena manipulación de los alimentos

Formación continua del personal.

Hospitalidad y atención al cliente

Cumplir con los requisitos legales y satisfacer los requisitos, estándares y expectativas explícitos e implícitos de los clientes.

Aseguramos que las condiciones de trabajo sean óptimas evaluando los riesgos que puedan surgir.

Tener una limpieza constante de todas las superficies, muebles, utensilios de trabajo y alimentos.

3.5.4 Valores

Honestidad

Para motivar a los empleados a mejorar a ellos mismos y a su vez brindar lealtad

e integridad moral a los demás.

Profesionalismo

Demostrar su experiencia haciendo las cosas bien a la primera vez, cumpliendo con las expectativas y anticipándose a las necesidades de los clientes.

Puntualidad

Refleja dedicación y profesionalismo en el trabajo de cada persona.

3.5.5 Logotipo

Figura N° 14. Logotipo



Nota: Elaborado por autor, 2023

El logotipo representa al pueblo Pasto a su vez el logotipo está cargado de mucho significado tanto en sus colores como sus letras, los colores que simbolizan el color rojo que simboliza la fuerza, el blanco la pureza y el negro la elegancia.

3.5.6 Promoción

Para la publicidad, se tendrán en cuenta las estrategias de marketing para ayudar a llegar a los consumidores y luego retenerlos. Además, tenga en cuenta los resultados de la encuesta, en la que las personas dijeron conocer nuevos establecimientos de cafeterías.

Estrategias utilizando los medios tecnológicos o de llamadas telefónicas.

Cafetería tradicional 04 se ara marketing a través de redes sociales que son

Facebook, Instagram, Tik Tok y Google a través de una página web (Wix).

Figura N° 15.marketing

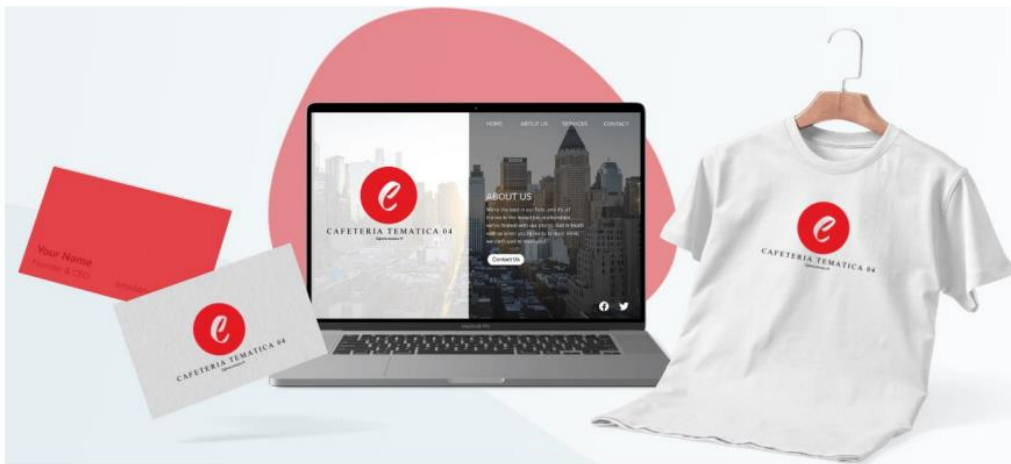


Nota: Elaborado por autor, 2023

Merchandising

Merchandising es un medio de mercadeo de un servicio o producto ofrecido, en el cual se incorpora el logo, eslogan y/o diseño de una empresa para promover o fidelizar a los clientes. Por este motivo, se diseñarán diferentes productos tanto para el personal de ventas como para el de servicio.

Figura N° 16. Merchandising



Nota: Elaborado por autor, 2023

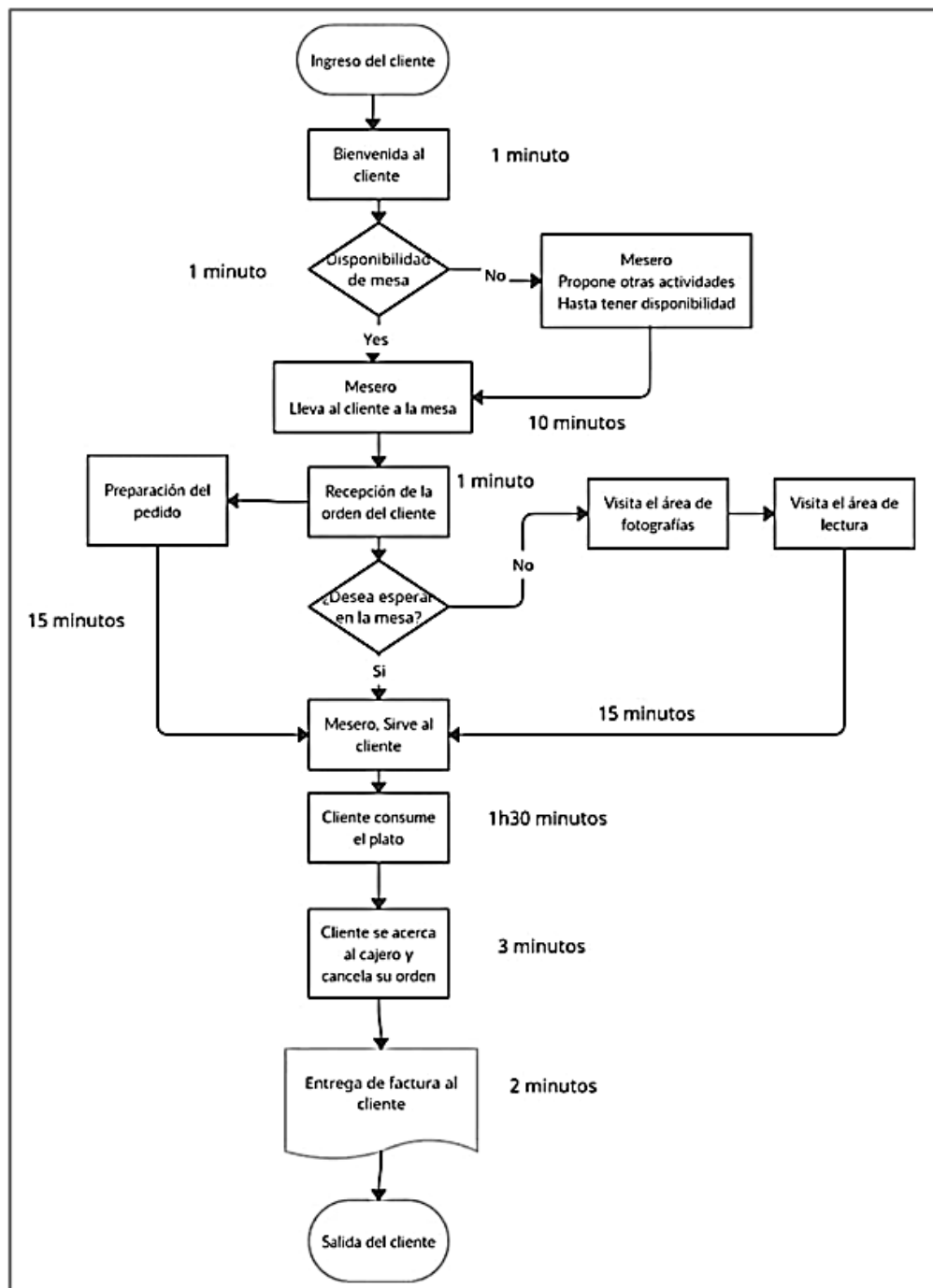
Merchandising para la venta a clientes

El establecimiento aparte de tener una atención de primera y contar con una infraestructura adecuada basada con el pueblo pasto tendrá a disposición del visitante los siguientes productos a la venta: bolsas de tela ecológicas, gorras de lana y cuero, agendas, camisas, llaveros, estuches para la laptops, manillas, mochilas, ponchos, suéteres, termos, vasijas, zapatos, medias, chompas, etc.

3.5.7 Organigramas

Figura N° 17. Organigrama Estructural

3.5.8 Descripción del diagrama de flujo.



Nota: Elaborado por autor, 2023

Descripción del proceso de servicio

Descripción del diagrama de flujo Descripción del proceso de servicio:

Entrada: los clientes entran en la tienda solos o acompañados.

Bienvenida: Camarero saluda a los clientes con respeto.

Vacantes: Si no hay vacantes, se sugieren otras vacantes.

Actividades: Como, mirar fotos, jugar juegos tradicionales, etc. Se puede realizar estas actividades mientras finalmente haya una mesa disponible.

Llevar a cliente a una mesa: En la cafetería el camarero es el encargado de llevar a los clientes a elegir una mesa que este a su preferencia. En cierto caso a que la mesa este usada se procede a limpiar para que quede impecable, para que los clientes se puedan servir los alimentos.

Entrega del menú al cliente: El camarero enumera la información necesaria para acceder al menú digital. Y sugiere las mejores opciones de productos.

Entrega del menú al cliente: El camarero enumera la información necesaria para acceder al menú ya bien sea digital o presencial. Y sugiere las mejores opciones de productos a los clientes.

Esperando el pedido: Durante los 15 minutos de espera, el cliente tiene dos opciones para distraerse: puede pasar a la zona de fotos o de lectura para acortar el tiempo de espera.

El servidor atiende al cliente: el servidor informa al cliente que el pedido está listo; luego el mesero entrega el pedido.

El cliente consume y degusta del producto que ha elegido: Se destina dos horas para comer el cliente se sirva y deguste del producto.

Luego, el mesero informa a los consumidores que su cuenta ya esta lista en caga para que realicen el respectivo pago.

Cliente va a la caja y cancela el pedido: El cliente va a la caja para cancelar el monto total de su consumo mediante un pago en efectivo, tarjeta o transferencia.

Envío o entrega de la factura al cliente: El cajero crea una o factura del consumidor final que será enviada al correo o entregada personal mente.

Al final, la persona que este en la caga le agradece la compra y el servicio prestado y agradeciéndole por haber estado en “Cafeteria04”.

El cliente sale del local: El cliente sale del local satisfactorio después de las actuaciones en la “Cafeteria04”.

Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

Derecho Corporativo y Propiedad Intelectual

En el estatuto de la empresa, los pasos relacionados con el comedor temático sobre eventos culturales son:

Nombre: En el Departamento de Supervisión Comercial.

La sociedad que se constituirá como sociedad anónima, de conformidad con la Ley de Sociedades Anónimas (2017), “es una sociedad cuyo capital, dividido

en acciones negociables, está formado por el aporte de los accionistas sólo responde por el número de sus acciones."

Por tal motivo, el nombre de la cafetería será "Cafetería Tradicional 04 S.A." con fundamento en el art.144 respecto de la empresa y su razón social. Lo mismo ocurre con la plataforma de la empresa. Según la Ley de Sociedades (2017) establece:

Art. 146.- La sociedad se constituirá por escritura pública que se inscribirá en el registro mercantil del estado en que tenga su domicilio social. La Sociedad existirá y tendrá personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. La empresa sólo podrá operar después de obtener un Registro Único de Contribuyentes en el SRI.

Art. 150.- La escritura de constitución tendrá mención del honor de los que comparecen en:

Fecha y lugar de firma del contrato.

Nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyen la sociedad y su intención de constituir la sociedad.

El objeto de la sociedad, debidamente especificado.

Su nombre y duración.

El importe del capital social, en el que se expresará el número de acciones divididas en él, su valor nominal, su tipo, así como los nombres y nacionalidades de quienes suscriben el capital.

Una indicación de lo que cada socio suscriba y pagará con dinero u otros bienes;

El valor que se les asigne y una parte del capital no desembolsado y la declaración jurada, que deben hacer los accionistas fundadores, de la consolidación y pago del capital social correctamente, conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 147 de la Ley de compañías.

Dirección de Negocios.

Forma de gestión y capacidad de los directivos.

Forma y tiempo de convocatoria de la junta general de accionistas.

El sistema de designación de administradores y funcionarios.

Formulario para la designación de directores y declaración clara de las personas con derecho a la representación legal de la empresa.

Reglas de reparto de utilidades.

La determinación de los casos para ser disuelta la empresa como se esperaba.

Cómo proceder con el nombramiento de liquidación.

El capital de una sociedad de responsabilidad limitada pública se agrega a partir de las contribuciones de los accionistas. Debe estar registrado en su totalidad al momento de firmar el contrato ante notario y debe pagarse por lo menos veinticinco dólares por acción y el saldo pagado por un período máximo de dos años.

Del mismo modo, para los accionistas de la empresa, se requieren al menos dos al momento de la constitución.

Formular estatutos: El contrato social regirá la empresa y se ratificará mediante informe firmado por un abogado.

Abra la "cuenta de capital integrado" para obtener el "certificado de cuenta de capital integrado". Para ello: Tener un capital mínimo de \$400 para una sociedad de responsabilidad limitada y un monto de capital de \$800 para una sociedad de responsabilidad limitada.

Cartas de socios que deben detallar la participación de cada socio.

2 copias de la cedula de identidad e incluido la papeleta de votación de cada miembro.

Escrituras Públicas: Recurso ante notario de nombres, certificados de cuentas que integren capital y actas con estatutos.

Aprobación de Ley: Llevar la escritura pública a la Autoridad de Gobierno Corporativo para su revisión y aprobación por resolución.

El regulador empresarial emitirá cuatro resoluciones y un extracto para su publicación en un diario de circulación nacional.

Solicitar un permiso de ciudad: Pagar un permiso de ciudad Solicitar un certificado de cumplimiento de obligaciones.

Registro de la empresa: En el registro comercial del estado donde está constituida su empresa, para registrar la empresa.

Obtener documentos de autorización: Con la inscripción en el Registro de Comercio, el Regulador de la Empresa recibe los documentos necesarios para abrir el RUC de la empresa.

Obtención del RUC: El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se puede obtener del Servicio de Rentas Internas (RUC), con:

El formulario correspondiente debidamente cumplimentado.

Original y copia de escritura de la constitución.

Original y copia de nombramiento.

Copia de cedula de identidad y papeleta de votación de accionistas.

Así, al completar los trámites y obtener las condiciones necesarias para el registro legal de la empresa; El acto constitutivo de una sociedad anónima obtenido por resolución.

CAPITULO IV

4. Estudio ambiental

4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

4.2 Factores ambientales a evaluar

Factores	Impactos
Biofísicos	Perdida de la fertilidad del suelo Emisión de gases Generación de ruidos Generación de desechos Generación de polvo
Bióticos	Alteración del paisaje

	Perdida vegetal
Socio económicos culturales	Revalorización cultural. Revalorización de la gastronomía típica del pueblo Pasto. Recreación. Creación de un espacio sociocultural.

Nota: Elaborado por autor, 2023

4.2.1 Identificación de los impactos

		Fase de construcción				Σ		
		Actividades	Limpieza del terreno	Uso de maquinaria pesada	Construcción de cafetería		Decoración y acabados	
Factores ambientales	Componentes	Impactos ambientales						
		Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo		X			1
	Generación de desechos		X		X	X	3	
	Biofísico	Aire	Emisión de gases		X		1	
			Generación de ruidos	X	X	X	3	
	Bióticos	Paisaje	Flora	Generación de polvo	X	X	X	4
				Alteración del paisaje			X	1
	Socioeconómico cultural	Economía	Flora	Pérdida vegetal		X	X	2
				Generación de empleo	X	X	X	4
		Cultura	Desarrollo económico	X	X	X	X	4
Revalorización cultural								
Recreación		Revalorización gastronómica típica						
		Recreación	Recreación					
		Creación de un espacio sociocultural						
		Total				23		

Nota: Elaborado por autor, 2023

Factores ambientales		Fase de operación					W
		Actividades		Mantenimiento del establecimiento y equipos	Manejo de desechos	Manipulación de alimentos	
Componentes		Impactos ambientales					
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo					
		Generación de desechos	X	X	X	X	4
	Aire	Emisión de gases			X	X	2
Bióticos	Paisaje	Generación de ruidos	X		X	X	3
		Generación de polvo					x
	Flora	Alteración del paisaje					
Socioeconómico cultural	Economía	Pérdida de vegetal					
		Generación de empleo	X	X	X	X	4
	Cultura	Desarrollo económico	X	X	X	X	4
		Revalorización cultural			X	X	2
	Recreación	Revalorización gastronómica típica			X	X	2
		Recreación y ocio				X	1
		Creación de un espacio sociocultural				X	1
		Total					24

Nota: Elaborado por autor, 2023

4.2.2 Determinación de la metodología

La matriz de impacto ambiental es de método analítico por lo cual se asigna la (I) importancia, a cada impacto ambiental a evaluar en la ejecución de un proyecto que se vaya a realizar en todas y cada una de sus etapas.

Escala Interpretativa

En base a dicha metodología, tenemos la siguiente formula:

$$I = \pm [3IN + 2EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC]$$

En la cual:

±	Naturaleza del impacto
I	Importancia del impacto
IN	Intensidad
EX	Extensión
MO	Momento
PE	Persistencia
RV	Reversibilidad
SI	Sinergia
AC	Acumulación
EF	Efecto
PR	Periodicidad
MC	Recuperabilidad

Nota: Elaborado por autor, 2023

4.2.3 Rangos de la importancia del cálculo ambiental.

Criterio		Calificación
Naturaleza	Positivo	+
	Negativo	-
EXTENSIÓN (EX) (Área de influencia)	Puntual	1
	Parcial	2
	Extensa	4
	Total	8
	Crítica	(+4)
PERSISTENCIA (PE) Permanencia de efecto	Fugaz	1
	Temporal	2
	Permanente	4
SINERGIA (SI) Potenciación de la manifestación	Sin sinergismo	1
	Sinérgico	2
	Muy Sinérgico	4
EFECTO (EF) Relación causa/efecto	Indirecto	1
	Directo	4
RECUPERABILIDAD (MC) Reconstrucción por medios humanos	Recuperable inmediato	1
	Recuperable a medio plazo	2
	Mitigable o compensable	4
	Irrecuperable	8
INTENSIDAD (IN) Grado de destrucción	Baja	1
	Media	2
	Alta	4
	Muy alta	8
	Total	12
MOMENTO (MO)	Largo plazo	1
	Medio plazo	2

Nota: Elaborado por autor, 2023

Plazo de manifestación	<u>Inmediato</u>	4
	Crítico	(+4)
REVERSIBILIDAD (RV)	<u>Corto plazo</u>	1
	Mediano plazo	2
	Irreversible	4
ACUMULACIÓN (AC)	<u>Simple</u>	1
	Acumulativo	4
Incremento progresivo		
PERIODICIDAD (PR)	Irregular o discontinuo	1
	<u>Periódico</u>	2
Regularidad de la manifestación	Continuo	4

Nota: Elaborado por autor, 2023

4.2.4 Matriz Cromática.

Número	Magnitud	Rango	Cromático	
			Negativo	Positivo
1	Bajo	0 – 25		
2	Moderado	26 – 50		
3	Severo	51 – 75		
4	Crítico	75 – 100		

Nota: Elaborado por autor, 2023

4.2.5 Impactos Ambientales (Identificación, evaluación y jerarquización).

4.2.5 Etapa de construcción

Limpieza del terreno

ACTIVIDAD: Limpieza del terreno															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	36	2	1	4	4	4	1	1	1	4	58	Severo
		Generación de desechos	(-)	24	2	4	1	1	1	1	4	4	1	43	Moderado
	Aire	Emisión de gases	(-)	12	4	2	1	2	2	4	4	4	4	39	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	12	4	2	2	1	2	4	4	4	4	39	Moderado
		Generación de polvo	(-)	12	4	1	2	1	2	1	4	4	4	35	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	24	2	1	4	4	4	4	1	1	8	53	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	1	4	4	4	4	4	1	2	62	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	12	8	4	2	1	2	4	4	4	1	42	Moderado
		Desarrollo económico	(+)	24	16	4	2	2	2	4	4	4	1	63	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	16	2	4	2	2	4	4	4	1	63	Severo
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	16	2	4	2	2	4	4	4	1	75	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	16	2	4	2	2	4	4	4	1	63	Severo
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	16	2	4	4	4	1	4	4	8	71	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Uso de maquinaria pesada

ACTIVIDAD: Uso de maquinaria pesada															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	36	2	1	4	4	4	1	1	4	8	65	Severo
		Generación de desechos	(-)	12	2	4	1	1	2	4	4	2	1	33	Moderado
	Aire	Emisión de gases	(-)	24	4	4	2	1	2	4	4	4	2	51	Severo
		Generación de ruidos	(-)	12	4	4	2	1	2	1	4	2	1	33	Moderado
		Generación de polvo	(-)	24	4	2	2	1	2	4	4	2	1	46	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	1	4	4	4	1	1	4	8	65	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	1	4	4	4	4	1	4	8	68	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	4	4	1	4	4	1	4	1	55	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	16	4	4	1	4	4	1	4	1	63	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	16	4	2	1	2	4	1	4	2	60	Severo
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	16	4	2	1	2	4	1	4	2	72	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	16	4	4	1	4	4	1	4	8	70	Severo
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	16	4	4	1	4	4	1	4	8	70	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Construcción

ACTIVIDAD: Construcción															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	36	2	4	4	4	4	1	4	4	8	71	Severo
		Generación de desechos	(-)	12	2	4	1	1	1	1	4	2	1	29	Moderado
	Aire	Emisión de gases	(-)	24	4	2	2	2	2	4	4	2	2	48	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	12	4	2	1	1	2	1	4	2	1	30	Moderado
		Generación de polvo	(-)	24	4	2	2	2	1	1	4	2	1	43	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	4	4	4	4	4	4	4	8	74	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	4	4	4	4	4	4	4	8	74	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	1	4	2	4	4	4	2	1	54	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	16	1	4	2	4	4	4	2	1	74	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	8	69	Severo
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	16	1	4	4	4	4	4	2	8	71	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Decoración y acabados.

ACTIVIDAD: Decoración y acabados															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	36	2	4	4	4	4	1	4	4	8	71	Severo
		Generación de desechos	(-)	12	2	4	1	1	1	1	4	2	1	29	Moderado
	Aire	Emisión de gases	(-)	24	4	2	2	2	2	4	4	2	2	48	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	12	4	2	1	1	2	1	4	2	1	30	Moderado
		Generación de polvo	(-)	24	4	2	2	2	1	1	4	2	1	43	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	4	4	4	4	4	4	4	8	74	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	4	4	4	4	4	4	4	8	74	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	1	4	2	4	4	4	2	1	54	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	16	1	4	2	4	4	4	2	1	74	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	8	69	Severo
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	16	1	4	4	4	4	4	2	8	71	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

4.2.6 Etapa de operación

Mantenimiento del establecimiento y equipos

ACTIVIDAD: Mantenimiento del establecimiento y equipos															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	36	2	1	4	4	2	1	1	4	4	59	Severo
		Generación de desechos	(-)	12	2	4	2	1	2	4	4	2	4	37	Moderado
	Aire	Emisión de gases	(-)	24	2	2	2	2	2	4	4	2	4	37	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	12	2	4	4	1	2	1	4	4	4	38	Moderado
		Generación de polvo	(-)	24	2	4	2	1	2	4	4	4	4	51	Severo
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	1	4	4	2	1	1	4	8	63	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	1	4	4	2	1	1	4	4	59	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	1	4	1	4	4	4	4	1	55	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	8	1	4	1	4	4	4	4	1	55	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	8	1	4	1	4	4	1	4	1	52	Severo
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	8	1	4	1	4	4	1	4	1	64	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	2	1	4	4	4	4	1	4	8	56	Severo
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	2	1	4	4	4	4	1	4	8	56	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Manejo de desechos

ACTIVIDAD: Manejo de desechos															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	24	2	1	4	4	4	1	1	4	4	49	Moderado
		Generación de desechos	(-)	3	2	4	1	1	1	4	4	4	1	25	Bajo
	Aire	Emisión de gases	(-)	6	2	4	2	2	2	4	1	4	4	31	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	8	2	4	2	1	1	1	1	2	4	26	Bajo
		Generación de polvo	(-)	12	2	4	2	1	1	1	1	2	4	30	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	1	4	4	4	1	1	4	8	65	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	1	4	4	4	4	1	4	2	62	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	4	1	2	2	4	4	4	1	54	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	8	4	1	2	2	4	4	4	1	54	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	8	4	1	2	2	4	1	2	1	49	Moderado
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	8	4	1	2	2	4	1	2	1	61	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	2	4	2	2	2	4	4	2	1	47	Moderado
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	2	4	4	4	4	4	4	4	8	62	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Prestación de servicios

ACTIVIDAD: Prestación del servicio															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	36	2	4	4	4	4	1	4	4	4	67	Severo
		Generación de desechos	(-)	12	2	4	1	1	1	1	4	2	1	29	Moderado
	Aire	Emisión de gases	(-)	24	4	2	2	2	2	4	4	2	4	50	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	12	4	2	1	1	2	1	4	2	4	33	Moderado
		Generación de polvo	(-)	24	4	2	2	2	1	1	4	2	4	46	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	4	4	4	4	4	4	4	8	74	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	4	4	4	4	4	4	4	2	68	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	1	4	2	4	4	4	2	1	54	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	16	1	4	2	4	4	4	2	1	74	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	16	1	4	2	4	4	4	2	1	62	Severo
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	16	1	4	4	4	4	4	2	8	71	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Manipulación de alimentos.

ACTIVIDAD: Manipulación de alimentos															
Factores ambientales	COMPONENTES	IMPACTOS	±	3 IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC	IMPORTANCIA	IMPACTO
Biofísico	Suelo	Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	24	2	1	4	4	4	1	4	4	4	49	Moderado
		Generación de desechos	(-)	3	2	4	1	1	1	4	4	4	1	25	Bajo
	Aire	Emisión de gases	(-)	6	2	4	2	2	2	4	1	4	4	31	Moderado
		Generación de ruidos	(-)	8	2	4	2	1	1	1	1	2	4	26	Bajo
		Generación de polvo	(-)	12	2	4	2	1	1	1	1	2	4	30	Moderado
Bióticos	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	36	2	1	4	4	4	1	1	4	8	65	Severo
	Flora	Pérdida vegetal	(-)	36	2	1	4	4	4	4	1	4	2	62	Severo
Socioeconómicos culturales	Economía	Generación de empleo	(+)	24	8	4	1	2	2	4	4	4	1	54	Severo
		Desarrollo económico	(+)	24	8	4	1	2	2	4	4	4	1	54	Severo
	Cultura	Revalorización cultural	(+)	24	8	4	1	2	2	4	1	2	1	49	Moderado
		Revalorización gastronómica típica	(+)	36	8	4	1	2	2	4	1	2	1	61	Severo
	Recreación	Recreación	(+)	24	2	4	2	2	2	4	4	2	1	47	Moderado
		Creación de un espacio sociocultural	(+)	24	2	4	4	4	4	4	4	4	8	62	Severo

Nota: Elaborado por autor, 2023

Resumen (matriz)

Resumen de la matriz.

Impactos ambientales	Naturaleza	Actividades				Valor	Importancia	Actividades				Valor	Importancia
		Etapas de construcción						Etapas de operación					
		Limpieza del terreno	Instalación maquinaria pesada	Construcción	Decoración y acabados			Mantenimiento de establecimiento y equipos	Manejo de desechos	Prestación del servicio	Manipulación de alimentos		
Pérdida de la fertilidad del suelo	(-)	58	65	71	71	265	66,25	59	49	67	49	224	56
Generación de desechos	(-)	43	33	29	29	134	33,5	37	25	29	25	116	29
Emisión de gases	(-)	39	51	48	48	186	46,5	37	31	50	31	149	37,25
Generación de ruidos	(-)	39	33	30	30	132	33	38	26	33	26	123	30,75
Generación de polvo	(-)	35	46	43	43	167	41,75	51	30	46	30	157	39,25
Alteración del paisaje	(-)	53	65	74	74	266	66,5	63	65	74	65	267	66,75
Pérdida vegetal	(-)	62	68	74	74	278	69,5	59	62	68	62	251	62,75
Generación de empleo	(+)	42	55	54	54	205	51,25	55	54	54	54	217	54,25
Desarrollo económico	(+)	63	63	62	62	250	62,5	55	54	62	54	225	56,25
Revalorización cultural	(+)	63	60	62	62	247	61,75	52	49	62	49	212	53
Revalorización gastronómica típica	(+)	75	72	74	74	295	73,75	64	61	74	61	260	65
Recreación	(+)	63	70	69	69	271	67,75	56	47	62	47	212	53
Creación de un espacio sociocultural	(+)	71	70	71	71	283	70,75	56	62	71	62	251	62,75

Nota: Elaborado por autor, 2023

Interpretación de resultados.

Número	Magnitud	Rango	Cromático	
			Negativo	Positivo
1	Bajo	0 – 25		
2	Moderado	26 – 50		
3	Severo	51 – 75		
4	Crítico	75 – 100		

Nota: Elaborado por autor, 2023

De acuerdo con la operación propuesta tiene algunos impactos negativos que pueden ser mitigados o remediados en el mediano plazo, pero podemos confirmar que no hay impactos ambientales significativos. Pérdida de cobertura vegetal y cambio de paisaje. Estos efectos son negativos, pero se pueden

mitigar de varias maneras. Además, los impactos positivos van de moderados a severos, altos a nivel cultural y ambiental, y completamente beneficiosos.

Jerarquización de los resultados en la etapa de construcción.

Etapa de construcción – Impactos positivos.

Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
Socioeconómicos culturales	Creación de un espacio sociocultural	70,75
	Desarrollo económico	62,5
	Generación de empleo	51,25

Nota: Elaborado por autor, 2023

Etapa de construcción – Impactos Negativos.

Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
Bióticos	Pérdida de la cubierta vegetal	69,5
	Alteración del paisaje	66,5
Biofísico	Pérdida de la fertilidad del suelo	66,25
	Emisión de gases	46,5
	Generación de partículas de polvo	41,75
	Generación de desechos	33,5
	Generación de ruidos	33

Nota: Elaborado por autor, 2023

Jerarquización de los resultados en la etapa de operación.

Etapa de operación – Impactos positivos.

Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
Socioeconómicos culturales	Revalorización gastronómica típica	65
	Creación de un espacio sociocultural	62,75
	Desarrollo económico	56,25
	Generación de empleo	54,25
	Revalorización cultural	53
	Recreación y ocio	53

Nota: Elaborado por autor, 2023

Etapa de operación – Impactos negativos.

Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
Biofísico	Generación de partículas de polvo	39,25
	Emisión de gases	37,25
	Generación de ruidos	30,75
	Generación de desechos	29

Nota: Elaborado por autor, 2023

Plan de manejo ambiental.

Matriz

El plan de gestión ambiental refleja el impacto de un conjunto de medidas en las cuales se puede identificar en el estudio ambiental del proyecto. Por lo tanto, el plan de gestión ambiental tiene en cuenta las evaluaciones ambientales realizadas previamente sobre la base de la posible implementación en una cafetería temática con una reevaluación gastronómica típica de las personas del pueblo pasto en la ciudad de Ibarra.

Plan de manejo ambiental						
Factor	Impacto ambiental	Medidas de mitigación	Presupuesto	Responsable	Plazo	Medio de verificación
Bióticos	Pérdida vegetal	Campaña de reforestación .		Administrador	En construcción	Inspección de la Campaña.
	Alteración del paisaje	Limpieza del lugar al finalizar la obra.		Empleados	En construcción	Inspección de la obra
Biofísico	Pérdida de la fertilidad del suelo	se construirá nuevos caminos que lleven la maquinaria		Empleados	En construcción	

Nota: Elaborado por autor, 2023

Emisión de gases	Se intentará reducir el uso de la maquinaria pesada	Arquitecto a cargo	Durante la construcción	Inspección diaria de la obra
Generación de polvo	Una vez terminada la obra se procurará ubicar ventiladores para que así no exista partículas de polvo.	Administrador	Durante la construcción	Inspección del lugar
Generación de desechos	Realizar el tratamiento de desechos de manera periódica para reducir su volumen.	Empleados	Durante la construcción	Inspección Del lugar
Generación de ruidos	Implementar un sistema de reducción de ruidos.	Administrador	Durante la construcción	Inspección del lugar

Nota: Elaborado por autor, 2023

CAPITULO V

5. Económico financiero.


Este capítulo realizará un análisis financiero para determinar la viabilidad financiera de la “Cafetería Tradicional 04”. Proporciona un cálculo preciso de los ingresos y gastos recibidos por la empresa para iniciar actividades financieras. Las métricas financieras utilizadas incluyen: balance general, flujo de efectivo, relación entre ingresos y gastos, cálculos de flujo de efectivo, costos actuales y punto de equilibrio.

5.1 Estado de situación inicial.

Un estado contable que detalla la condición real de un negocio cuando se inició, donde los activos y pasivos, ya sean fijos o de corto plazo, se definen de la misma manera que su contribución como socio comercial.

“Cafetería Tradicional 04” requiere una inversión total de \$37.013,17, de los cuales \$13.023,00 son activos circulantes que representan capital de trabajo y \$24.990,79 activos fijos totales desglosados. Los bienes anteriores que se consideran operaciones son: reformas, mobiliario y equipo, maquinaria, equipo de oficina, equipo de cómputo, menaje de casa y mantelería 1 1 1, publicidad y suministros otros de primera necesidad para la cafetería. El patrimonio, por su parte, es de \$6.145,79, que representa el activo circulante y los aportes económicos de los socios, de los cuales se requiere un financiamiento bancario de \$31.868 para completar la inversión total necesaria.

5.2 Balance de situación inicial.

			CAFETERÍA TRADICIONAL 04		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2022		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$2.100,00	Proveedores		
BANCOS		\$10.923,00	Prestamo al Banco Ban Ecuador		
			Intereses por pagar		
			SRI por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$13.023,00	Total Pasivo Circulante		\$0

Activo Fijo

Remodelación		\$4.719,58
Mobiliario y equipo		\$7.156,11
Maquinaria		\$6.532,94
Equipo de oficina		\$2.040,99
Equipo de computación		\$1.289,95
Mensje y lencería		\$1.084,72
Publicidad		\$839,00
Otros		\$1.327,50

Total Activo Fijo \$24.990,79

Activo diferido

Total Activo Diferido \$0

SUMA DEL ACTIVO \$37.013,79

Pasivo a Largo Plazo

Préstamo al Banco BAN Ecuador	\$30.868,00
Total Pasivo Circulante	\$31.868,00

SUMA DEL PASIVO \$31.868,00 86,71%

PATRIMONIO

BIENES INMUEBLES		
BIENES MUEBLES		\$3.145,79
APORTE SOCIOS		\$3.000,00
Total Capital contable		\$6.145,79

15,29%

SUMA DEL CAPITAL CONTABLE \$6.145,79

SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO \$37.013,79 100%

Nota: Elaborado por autor, 2023

5.3 Flujo efectivo

El flujo de caja es un estado financiero que permite contabilizar los ingresos y gastos que tendrá “Cafetería Tradicional 04”, luego de la venta de cada producto. Para calcular el flujo de caja, se proyectan las ventas con base en datos obtenidos de dos negocios de cafetería de la ciudad, los cuales obtuvieron estimaciones de ventas.

Volumen de ventas diarias de la competencia.

	Cafetería #1	Cafetería #2	Promedio
Bebidas calientes	96	103	99,5
Bebidas frías	80	30	55
Jugos	24	28	26
Batidos	24	12	18
Postres	30	98	64
Sánduches	10	12	11

Nota: Elaborado por autor, 2023

Todos los costos esperados para la actividad descrita, tales como: costos de producción se cargan al 65% (materiales, mano de obra, costos indirectos). Posteriormente se detallan los costos de mantenimiento a realizar cada seis meses.

5.4 Flujo efectivo de un año.

“Cafetería tradicional 04”

Volumen de egresos y ventas mensuales de la “Cafetería tradicional 04”

INGRESOS	Precio	Unidad 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
Bebidas calientes	1,85	2985	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	5522,25	66287
Bebidas frías	1,95	1650	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	3217,5	38610
Jugos	2,08	780	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	1622,4	19683,8
Batidos	2,35	540	1269	1269	1269	1269	1269	1269	1269	1269	1269	1269	1269	1269	15228
Postres	1,58	1920	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	3033,6	36403,2
Sándwiches	2,48	330	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	9800,8
TOTAL INGRESOS			15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	15483,15	185797,8
EGRESOS															
Costo bebidas calientes			3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	3589,4625	43072,55
Costo bebidas frías			2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	2027,025	24324
Costos jugos			1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	1022,112	12265,344
Costos batidos			799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	799,47	9585,64
Costos postres			1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	1911,168	22934,016
Costos sándwiches			515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	515,592	6187,104
Mantenimiento															180
Sueldos y salarios			1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
IGSS			138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	1656
Contabilidad			80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Décimo															2400
Permisos			582,06												582,06
Impuestos			928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	928,989	11147,868
Publicidad			420	285	285	285	135	135	135	135	135	135	135	135	2365
Servicios básicos			145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	1740
Arriendo			450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
PAG DE PRESTAMO BAN ECUADOR			\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$863,78	\$10.365,37
TOTAL EGRESOS			14682,66	13955,60	13955,60	13955,60	13805,60	13885,60	13805,60	13805,60	13805,60	13805,60	13805,60	13805,60	169554,25
FLUJO DE CASH			800,49	1527,55	1527,55	1527,55	1677,55	1597,55	1677,55	477,55	1677,55	1677,55	1677,55	1677,55	397,55
FLUJO ACUMULADO			800,49	2328,04	3855,59	5383,14	7060,69	8658,24	10335,79	10813,34	12490,89	14168,44	15846,00	16243,55	16243,55

Nota: Elaborado por autor, 2023

Después de desarrollar las estimaciones de ingresos y costos, calcule el ingreso promedio esperado del consumidor para la capacidad instalada y determine los ingresos diarios y mensuales de la cafetería de la siguiente manera:

Promedio mensual

Capacidad actual	Promedio diario de ingreso	Promedio mensual
29	27	900

Nota: Elaborado por autor, 2023

Utilizando datos de tres cafeterías, se estima que el promedio mensual es de 900 dividido por 30 días del mes es el ingreso diario promedio de 27 consumidores. Estos números son una estimación aproximada de la capacidad actual de “Cafetería tradicional 04”.

Tabla de amortización.

El monto de financiamiento requerido es de \$30,868.00, el cual será administrado con la institución financiera Ban Ecuador, a través de un crédito microempresarial de servicios comerciales para la compra de activos fijos. Por lo tanto, “Cafetería Tradicional 04” prestará a una tasa de interés de 15.30% anual y 1.28% mensual a un plazo de 48 meses, es decir cuatro años, con una cuota mensual de \$863 se pagarán \$78.

Plazo	48
Monto	\$30.868
Tasa anual	15,30%
Tasa mensual	1,28%
Pago mensual	\$863,78

Nota: Elaborado por autor, 2023

Tabla 13. Tabla de amortización.

Plazo	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses
1	\$30.397,79	\$863,78	\$470,21	393,57
2	\$29.921,58	\$863,78	\$476,21	387,57
3	\$29.439,30	\$863,78	\$482,28	381,50
4	\$28.950,87	\$863,78	\$488,43	375,35
5	\$28.456,21	\$863,78	\$494,66	369,12
6	\$27.955,24	\$863,78	\$500,96	362,82
7	\$27.447,89	\$863,78	\$507,35	356,43
8	\$26.934,07	\$863,78	\$513,82	349,96
9	\$26.413,70	\$863,78	\$520,37	343,41
10	\$25.886,69	\$863,78	\$527,01	336,77
11	\$25.352,97	\$863,78	\$533,73	330,06
12	\$24.812,44	\$863,78	\$540,53	323,25
13	\$24.265,02	\$863,78	\$547,42	316,36
14	\$23.710,61	\$863,78	\$554,40	309,38
15	\$23.149,14	\$863,78	\$561,47	302,31
16	\$22.580,51	\$863,78	\$568,63	295,15
17	\$22.004,63	\$863,78	\$575,88	287,90
18	\$21.421,41	\$863,78	\$583,22	280,56
19	\$20.830,75	\$863,78	\$590,66	273,12
20	\$20.232,56	\$863,78	\$598,19	265,59
21	\$19.626,75	\$863,78	\$605,82	257,97
22	\$19.013,21	\$863,78	\$613,54	250,24
23	\$18.391,85	\$863,78	\$621,36	242,42
24	\$17.762,56	\$863,78	\$629,28	234,50
25	\$17.125,25	\$863,78	\$637,31	226,47
26	\$16.479,82	\$863,78	\$645,43	218,35
27	\$15.826,16	\$863,78	\$653,66	210,12
28	\$15.164,16	\$863,78	\$662,00	201,78
29	\$14.493,72	\$863,78	\$670,44	193,34
30	\$13.814,73	\$863,78	\$678,99	184,79
31	\$13.127,09	\$863,78	\$687,64	176,14
32	\$12.430,68	\$863,78	\$696,41	167,37
33	\$11.725,39	\$863,78	\$705,29	158,49
34	\$11.011,11	\$863,78	\$714,28	149,50
35	\$10.287,72	\$863,78	\$723,39	140,39
36	\$9.555,11	\$863,78	\$732,61	131,17
37	\$8.813,15	\$863,78	\$741,95	121,83
38	\$8.061,74	\$863,78	\$751,41	112,37
39	\$7.300,75	\$863,78	\$760,99	102,79
40	\$6.530,05	\$863,78	\$770,70	93,08
41	\$5.749,53	\$863,78	\$780,52	83,26
42	\$4.959,05	\$863,78	\$790,47	73,31
43	\$4.158,50	\$863,78	\$800,55	63,23
44	\$3.347,74	\$863,78	\$810,76	53,02
45	\$2.526,64	\$863,78	\$821,10	42,68
46	\$1.695,08	\$863,78	\$831,57	32,21
47	\$852,91	\$863,78	\$842,17	21,61
48	\$0,00	\$863,78	\$852,91	10,87

Nota: Elaborado por autor, 2023

5.5 Proyección de ingresos y gastos.

Costo de capital.

La inversión total es de \$37.013,79, de los cuales el 14% corresponde a patrimonio equivalente a un valor de \$5.145,79. El 86% restante es una captación de \$30.868,00, el monto de la captación se debe realizar a través de la entidad financiera Ban Ecuador con un crédito del 15,30%, generando una cuota mensual de \$863,78 a 48 meses, que son cuatro años.

Cálculo del costo de capital.

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$ 37.013,79	100%		14%		14%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	\$ 5.145,79	14%	5,95%	0,85%		
FINANCIAMIENTO	\$ 30.868,00	86%	15,30%	13,11%		

Nota: Elaborado por autor, 2023

5.6 Flujo económico en proyección.

Se espera que “Cafetería Tradicional 04” ingrese a su quinto año con flujo de ventas positivo de \$209,117.06 y gastos de \$190,834.80, logrando un flujo acumulado de \$86,239.19. En consecuencia, se supone que en el tercer año se recuperarán los costos de inversión con un valor total de \$50.207,17.

5.7 Flujo económico en proyección.

Flujo proyectado.

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	185797,8	191371,734	197112,886	203026,273	209117,061	
Egresos	169554,25	174640,8817	179880,108	185276,511	190834,807	
Flujo de caja	16243,55	16730,85231	17232,7779	17749,7612	18282,2541	
DATOS PARA LA TIR	-36013,79	16243,54593	16730,85231	17232,7779	17749,7612	18282,2541
FLUJO ACUMULA	16243,54593	32974,39824	50207,1761	67956,9373	86239,1914	

Nota: Elaborado por autor, 2023

5.8 Cálculo de tasa de retorno interna.

El total es de \$37.013,79 y la tasa de interés es del 13,96 %, por lo que el total debe pagarse en el tercer año. Después de cinco años de investigación, la tasa interna de retorno es 38,44% superior al costo, lo que indica que el proyecto es bueno.

Cálculo de tasa de retorno interna.

Incremento anual	3%
Costo de capital	13,96%
Inversión	37013,79
VAN	22796,83
TIR	38,44%

Nota: Elaborado por autor, 2023

8.9 Cálculo del valor neto.

Luego, con la misma previsión, se calcula el flujo de caja utilizando la fórmula de pago recurrente. Una utilidad positiva de \$23,796.83 representa la utilidad financiera de la empresa durante cinco años.

	Incremento anual	3%
	Costo de capital	13,96%
	Inversión	37013,79
	VAN	23.796,83
	TIR	38,44%

Nota: Elaborado por autor, 2023

5.10 Punto de equilibrio.

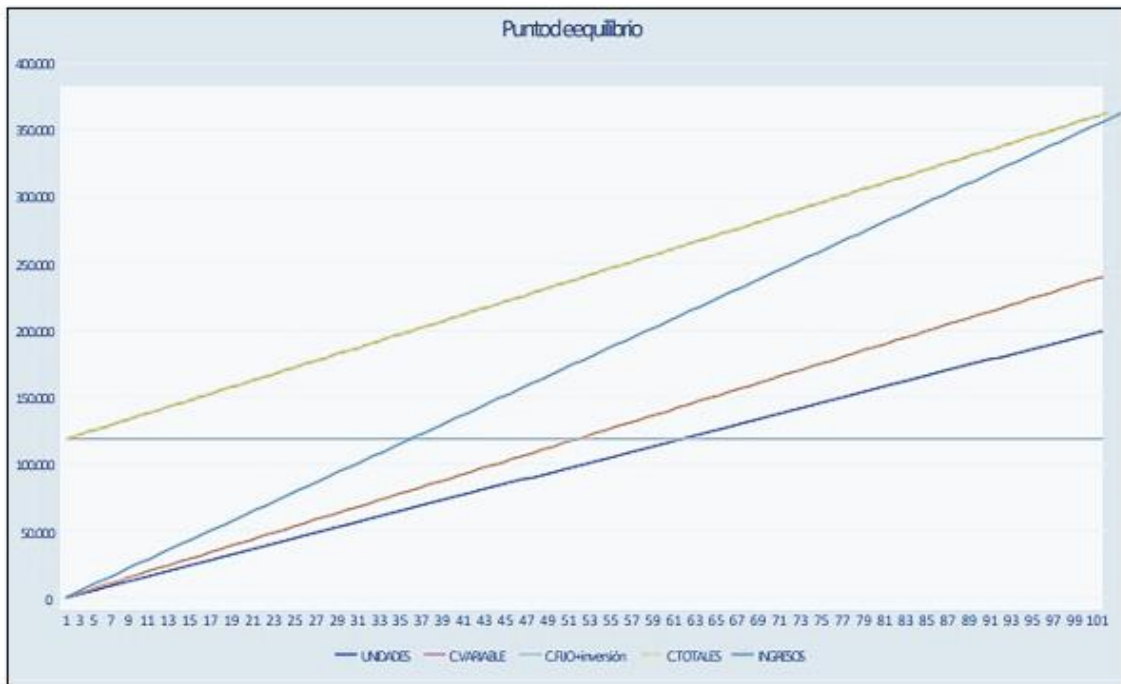
El punto de equilibrio representa las ventas que deben realizarse entre la plusvalía y la rentabilidad de la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO						
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	3					
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	107.460	59.400	28.080	19.440	69.120	11.880
TOTAL UNIDADES		295.380				
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	36,38%	20,11%	9,51%	6,58%	23,40%	4,02%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$1,85	\$1,95	\$2,08	\$2,35	\$1,58	\$2,48
COSTO VENTA UNITARIO	\$1,20	\$1,23	\$1,31	\$1,48	\$1,00	\$1,56
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$1,89				
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$1,20				
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$84.021				
INVERSIÓN		\$36.014				
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$0,65	\$0,72	\$0,77	\$0,87	\$0,58	\$0,92
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$0,68				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		175.299				
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$330.796				
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	64.774	36.252	17.665	12.537	42.021	8.050
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$118.982	\$69.742	\$37.662	\$28.112	\$65.813	\$18.485

Nota: Elaborado por autor, 2023

Primero, determine que el monto del tercer año es mayor que el monto de la pérdida, por lo que el costo de construir un estado de equilibrio de tres años de múltiples productos, que representa tres años, es el período de pago. El sospechoso vendió seis artículos en el restaurante. El volumen de ventas total de los tres años fue de 175.299 unidades, de las cuales la bebida caliente 1 representó el 36,38%, seguida del sabor 5, que representó el 23,0%. Luego está el segundo resultado, que muestra bebidas frías con un 20,11 %; fruta 3 con un 9,51 % de jugo; marcas de revistas femeninas con un 6,58 %; drogas 6, un sándwich con un 0,02 %. El precio promedio ponderado fue de \$1,89, el precio promedio fue de \$1,20 y el precio promedio fue de 0,68 centavos. La cantidad es de \$36.013,79 y la cantidad real para un año es de \$8.021,39. De acuerdo con la información recibida, el resultado es un volumen de ventas remanente de 177.000 porciones, equivalente a \$33.005,80, y la “Cafetería tradicional 04” entrará en su tercer año de funcionamiento.

Figura N° 18. Punto de equilibrio.



Nota: Elaborado por autor, 2023

CONCLUSIONES

El emprendimiento, que cuenta con algunas áreas innovadoras enmarcadas al pueblo Pasto, estará ubicado en la ciudad de Ibarra. En esta zona ninguna cafetería puede competir en cuanto a cafeterías temáticas y nuevos enfoques de ideas de negocios, sin embargo, si puede rivalizar con las mejores cafeterías de la provincia de Imbabura en cuanto a la gastronomía.

Nuestros resultados de segmentación de mercado tomaron en cuenta que predominan los hombres entre 18 y 30 años, con una diferencia mínima del 5% con respecto a las mujeres de la misma edad y que tienen un grado de educación y que trabajan y ganan mayor o menor de \$400 y pertenece al grupo socioeconómico medio bajo.

La empresa lleva el nombre de "Cafetería Tradicional 04" con su logo típico y sus colores corporativos. En cuanto a las estrategias de comercialización y marketing, según la investigación realizada, se han considerado y tienen un efecto positivo con diversas posibilidades publicitarias por plataformas digitales, medio local e impresos.

Se utilizó el método de Conesa para determinar la viabilidad de la inversión de riesgo, ya que el proyecto implicó la readecuación en lugar y mas no empezar a trabajar desde cero y, por lo tanto, no tuvo un impacto ambiental negativo. El impacto se evalúa utilizando métodos utilizados para identificar la gestión eficaz del desempeño en relación con las correlaciones entre el comportamiento corporativo y los factores ambientales.

RECOMENDACIONES

Desarrollar planes de mercadeo o utilizar una combinación de elementos de mercadeo de manera adecuada, periódica y de acuerdo a las necesidades de cada cafetería y del rubro en el que se desenvuelve, considerando al cliente y su satisfacción como eje de la actividad empresarial.

Establecer políticas de precio que les permita premiar a los clientes frecuentes, fomentando la fidelidad y la cantidad de consumo.

Mejorar las instalaciones, realizar los ajustes necesarios para brindar las comodidades ideales para la prestación de un servicio completo y la comodidad del cliente con el lugar.

Se debe mostrar interés necesario para conocer y comprender las necesidades específicas de los clientes, ya que este conocimiento permitirá una atención personalizada y una mayor satisfacción.

BIOGRAFIA

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>

Aguilar, J. (2019). El Servicio al cliente. doi:http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf

Anónimo. (2019). Manual de Funciones de Puestos de Trabajo. Aiteco Consultores.

<https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>

Anónimo. (2019). Manual de Funciones de Puestos de Trabajo. Aiteco Consultores.

<https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>

Amaya, P., Edwin, F., Lenin, E., Rojas, S., & Díaz, L. (2020). Estrategias para potenciar el aprendizaje y el rendimiento académico en estudiantes universitarios. Revista Venezolana de Gerencia, 25, 2. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559014/29063559014.pdf>

Anibal, J., Ruiz, D., & Duboy, J. (2014). Plan de Negocio Cafetería Guillo. Obtenido de repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129882/Plan%20de%20negocios%20Cafetería%20Guillo.pdf?sequence=1

Asamblea, N. (s.f.). LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. Suplemento del

Registro Oficial No. 151. Obtenido de 2020:

https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICAEMPREDIMIENTOINNOVACION.pdf

Alvares, C. (2011). Metodología de la investigación. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-lainvestigacion.pdf>

Buenaño, C. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería "COFFEE VIP" en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito. Sangolquí. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5742/1/T-ESPE034239.pdf>

Chicaiza, K. (2015). Ciudad a la que siempre se vuelve. Obtenido de <https://sites.google.com/site/miciudadblanca/home/su-historia>

Cultura, R. G. (2017). Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura. Obtenido de [presidencia.gob.ec: https://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/](https://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/)

La Factoria. (2021). Qué es y como crear una estrategia de marketing mix. La Factoría Creativa. <https://www.lafactoriacreativa.com/blog/marketingonline/marketingmix/>

Lascano Aimacaña, N. R., & Andrade Rendon, J. M. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una Cafetería Temática el Mundo del cine en la ciudad de Ambato, que brinde una nueva alternativa de servicio. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/200>

Ley Orgánica de Cultura. (2016). Ley Orgánica de Cultura. Obtenido de [turismo.gob.ec: https://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/](https://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/)

Merchó, R. (2015). Operaciones básicas en cafetería y bar. Obtenido de: <https://www.sintesis.com/data/indices/>

Ministerio de Turismo. (2014). Ley de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DETURISMO.pdf>


Ministerio de Turismo. (2014). Ley de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/LEY-DETURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo. (05 de octubre de 2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Obtenido de turismo.gob.ec: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-dealimentos-ybebidas_OCTUBRE.pdf

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). (2022). Gob.ec. Obtenido de: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucionsociedades-acciones-simplificadas>

ANEXOS.

Certificado Turnitin



Identificación de reporte de similitud. oid:21463:250713912

NOMBRE DEL TRABAJO
TESIS FINAL JEFFERSON FRANK CHUGA QUELAL.pdf

RECuento DE PALABRAS 11661 Words	RECuento DE CARACTERES 68657 Characters
RECuento DE PÁGINAS 95 Pages	TAMAÑO DEL ARCHIVO 4.9MB
FECHA DE ENTREGA Aug 3, 2023 10:11 AM GMT-5	FECHA DEL INFORME Aug 3, 2023 10:12 AM GMT-5

● **10% de similitud general**
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 17 palabras)

Resumen

Árbol de problemas.



ENCUESTA

Segmento de mercado (Cafetería tradicional)

Determinar el segmento de mercado de consumo en cafeterías en la ciudad de Ibarra (Olivo)

1. Género.

Marca solo un óvalo.

- Masculino
- Femenino

2. Edad.

- 20 - 23
- 24 - 27
- 28 - 31

3. ¿A que facultad de la UTN pertenece usted?

Marca solo un óvalo en caso de pertenecer a alguna facultad.

- FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)
- FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS (FACAE)
- FACULTAD DE INGENIERÍA EN CIENCIAS APLICADAS (FICA)
- FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD (FCCSS)
- FACULTAD DE INGENIERÍA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS Y AMBIENTALES (FICAYA)

4. Estado civil

Marca solo un óvalo.

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a
- Viudo/a
- Unión Libre

5. ¿Cuál fue el establecimiento de alimentos y bebidas que visito por última vez?

Marca solo un óvalo.

- Restaurantes que brindan el menú (Desayunos, almuerzos, meriendas)
- Restaurantes de comida rápida
- Chifas/Comida china
- Cafeterías
- Bar
- Heladerías
- No suelo consumir en establecimientos de alimentos y bebidas

6. ¿Durante el presente mes cuántas veces ha consumido productos de alguna cafetería en la ciudad de Ibarra?

Marca solo un óvalo.

- No he consumido productos de cafeterías en Ibarra en el último mes
- Una vez
- Dos veces
- Tres veces

- Cuatro veces
- Cinco veces
- Mas de cinco veces

7. ¿Qué bebidas consumió la última vez que estuvo en una cafetería?

Marca solo un óvalo.

- Cafés
- Infusiones aromáticas/té
- Jugos/Batidos
- Vinos
- Cerveza
- Gaseosa
- Agua

8. ¿Qué productos alimenticios consumió la última vez que estuvo en una cafetería?

Marca solo un óvalo.

- Tortas
- Helados
- Sanduches
- Humitas
- Quimbolitos
- Ensalada de frutas

9. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por la bebida que consumió y mencionó en la pregunta anterior?

Marca solo un óvalo.

- \$1,00
- \$1,25
- \$1.50
- \$1,75
- \$2,00
- \$2,50
- \$3.00

10. ¿Con quién visitó una cafetería en la ciudad de Ibarra la última vez?

Marca solo un óvalo.

- Solo
- Con su pareja
- Con su familia
- Con sus amigos
- Con sus compañeros

11. ¿Cuántas personas le acompañaron la última vez que consumió en una cafetería?

Marca solo un óvalo.

- Solo
- Dos personas
- Tres personas

- Cuatro personas
- Mas de cinco personas

12. ¿Cuánto fue el tiempo de permanencia en una cafetería la última vez?

Marca solo un óvalo.

- Menos de treinta minutos en la cafetería
- Entre treinta minutos y una hora
- Entre una y dos horas
- Mas de dos horas

13. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera el más importante que se tome en cuenta en una cafetería para satisfacer sus expectativas?

Marca solo un óvalo.

- Decoración
- Iluminación
- Clima/temperatura adecuada
- Amplitud del espacio
- Calidad de producto
- Variedad en productos
- Accesibilidad de productos

14. ¿Qué medios de comunicación le resultan más apropiados para enterarse sobre productos de cafetería en la ciudad de Ibarra?

Marca solo un óvalo.

- Radio
- Periódico

- Televisión
- Contacto/ Redes Sociales
- Página web
- Otro:

15. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura Pasto?

Marca solo un óvalo.

- Si tengo bastante conocimiento al respecto
- Conozco información básica sobre la cultura Pasto
- Tengo poco conocimiento respecto al tema
- Desconozco el tema
- Otro:

16. ¿Considera adecuado la decoración de una cafetería con información e imágenes de la cultura pasto?

Marca solo un óvalo.

- Considero bastante interesante y relevante a una cafetería
- Considero poco interesante esta decoración para una cafetería
- Considero que la decoración para una cafetería debería ser otro estilo
- Considero que la información e imágenes de la cultura pasto deberían estar en otro
- tipo de ambiente antes que una cafetería

17. ¿De los siguientes elementos cuál considera usted más apropiado para manifestar la cultura pasto en una cafetería?

Marca solo un óvalo.

- Muestra fotográfica de elementos idénticos a la Cultura Pasto
- Utensilios asociados a utilería de la Cultura Pasto
- Individuales con juegos que promueven el conocimiento de la cultura pasto
- Diseño de la carta menú con información y simbología de la cultura pasto
- Ambientación musical con temas de la cultura
- Oferta gastronómica con preparaciones propias de la cultura pasto
- Otro:

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Formularios

Google