

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Proyecto Integrador: Análisis de factibilidad para Café Sarabia

Ana María Flores Angulo
Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, 17 de diciembre de 2021

Universidad San Francisco de Quito USFQ
Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Proyecto Integrador: Análisis de factibilidad SARABIA CAFÉ

Ana Maria Flores Angulo

Nombre del profesor, Título académico

Mauricio Cepeda, Msc.

Proyectos Hospitalidad

Quito, 17 de diciembre del 2021

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y Apellidos: Ana María Flores Angulo

Código: 00202225

Cédula de identidad: 080344169

0

Lugar y fecha: Quito, 17 de diciembre del 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al.(2017)

Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en

<http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note:The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPEThese>.

RESUMEN

SARABIA es una cafetería que cuenta con adecuaciones ecológicas, donde el consumidor puede disfrutar de lo moderno, sin perder la esencia de la naturaleza. Está diseñado para brindar una experiencia inolvidable en un ambiente agradable.

La cafetería estará ubicada en la parroquia Rosa Zárate, diagonal al municipio de Quinindé. Una zona ejecutiva que no cuenta con un lugar para poder tomarse un café y pasar un momento relajante después del horario laboral.

El mercado meta de SARABIA son hombres y mujeres entre 26 a 40 años, de clase social media-alta que buscan un lugar acogedor para poder degustar de un menú fuera de lo común en el sector.

Palabras clave: Cafetería, ecológico, experiencia, Sarabia.

ABSTRACT

SARABIA is a cafeteria that has ecological adaptations, where the consumer can enjoy the modern, without losing the essence of nature. It is designed to provide an unforgettable experience in a pleasant environment. The cafeteria will be located in the Rosa Zarate parish, diagonal to the municipality of Quinindé. An executive area that lacks a place to have a coffee and spend a relaxing moment after work hours.

SARABIA's target market are men and women between 26 and 40 years of age, of middle-high social class who are looking for a cozy place to enjoy a menu out of the ordinary in the sector.

Key words: Cafeteria, ecological, experience, Sarabia.

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. CONCEPTO DEL PROYECTO	11
2.1 MISIÓN.....	12
2.2 VISIÓN	12
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	12
3.1 ENTORNO MACROECONÓMICO.....	12
3.1.1 ENTORNO SOCIAL	13
3.2 ANÁLISIS DEL SITIO	15
3.2.1 LOCALIZACIÓN.....	15
3.2.2 ADAPTABILIDAD Y CONVENIENCIA FÍSICA DE LA CAFETERÍA	15
3.2.3 ACCESO Y VISIBILIDAD	16
3.2.4 SERVICIOS BÁSICOS	16
3.2.5 SITUACIÓN LEGAL Y REGULACIONES MUNICIPALES	16
RUC - SRI.....	16
CUERPO DE BOMBEROS	16
PATENTE MUNICIPAL	17
PERMISO DE MEDIO AMBIENTE.....	17
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	17
PERMISO DE USO DE SUELO	17
3.3 ANÁLISIS DEL VECINDARIO	18
3.3.1 CLIMA	18
3.3.2 GENERADORES DE DEMANDA.....	18
3.3.3 CONSTRUCCIONES DE LA ZONA	19
3.3.4 PRINCIPALES COMPETIDORES DE LA ZONA.....	19
3.4 ANÁLISIS DEL ÁREA DEL MERCADO	19
3.4.1 LÍMITES.....	20
3.4.2 INFORMACIÓN ECONÓMICA Y DEMOGRÁFICA.....	20
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDAD	20
3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	21
3.5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO/METODOLOGÍA.....	21
3.5.2 COMPETENCIA DIRECTA.....	21
3.5.3 COMPETENCIA INDIRECTA.....	21
3.5.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	22
3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	22
3.6.1 METODOLOGÍA.....	22
3.6.2 PRINCIPALES GENERADORES DE DEMANDA.....	23
3.6.3 PROYECCIÓN DEL PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	23
3.7 PRONÓSTICO DE INGRESOS Y GASTOS	24
3.8 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	24

3.8.1	ANÁLISIS DEL VAN	24
3.8.2	ANÁLISIS TIR	25
4.	DISEÑO Y ARQUITECTURA	25
4.1	PROGRAMA DE ESPACIO	26
4.2	DISEÑO DEL ESPACIO	26
4.3	BACK OF THE HOUSE	26
4.3.1	ÁREA DE COCINA.....	26
5.	PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	26
5.1	MENÚ.....	26
5.2	BEBIDAS	27
5.3	COSTOS GENERALES Y PRECIOS DE VENTA.....	27
6.	RECURSOS HUMANOS.....	27
6.1	ORGANIGRAMA.....	28
6.1.1	RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.....	28
6.1.2	SALARIOS	29
7.	PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING.....	30
7.1	SEGMENTACIÓN	30
7.2	LOGO.....	30
7.3	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	30
7.4	FINANCIAMIENTO DE MARKETING.....	30
8.	PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO	31
9.	CONCLUSIÓN	32
10.	Anexos.....	33
11.	Bibliografía	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: PIB ECUADOR 2015-2019	13
ILUSTRACIÓN 2: PIB TURÍSTICO (MM CORRIENTES USD)	14
ILUSTRACIÓN 3: UBICACIÓN	15
ILUSTRACIÓN 4: CLIMA	18
ILUSTRACIÓN 5: POBLACIÓN	20
ILUSTRACIÓN 6: ORGANIGRAMA	28

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: COMPETENCIA DIRECTA	21
TABLA 2: COMPETENCIA INDIRECTA	21
TABLA 3: OCUPACIÓN	23
TABLA 4: ANÁLISIS VAN	25
TABLA 5: PROGRAMA DE ESPACIO	25
TABLA 6: SALARIOS	29
TABLA 7: FINANCIAMIENTO DE MARKETING MENSUAL	31
TABLA 8: INVERSIÓN	31

1. INTRODUCCIÓN

Sarabia, es un proyecto que nace en base a las necesidades de la población quinindeña, además de querer brindarle un lugar y un servicio exclusivo para cada uno de nuestros clientes. Su nombre es de origen español el cual significa “CAMINO VIEJO” o “PASO ANTIGUO” (Mis Apellidos, s/f). Se escogió este nombre debido a la localización del proyecto, dado a que está ubicado en la zona donde nació Quinindé. Este lugar es un sector poco explotado donde encontramos diferentes áreas ejecutivas y no existe ningún sitio donde puedan degustar de un buen café en sus tiempos libres.

Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas para saber lo que quieren los consumidores y cuanto están dispuestos a pagar por cada plato de nuestro menú. En base ha esto se elaboraron recetas estándar para poder fijar costos directos e indirectos de producción.

2. CONCEPTO DEL PROYECTO

Ubicación: Maclovio Velasco y 24 de Mayo

Mercado meta: Ejecutivos del cantón Quinindé de clase media y alta de 26 a 40 años

Capacidad: 32 personas

Café SARABIA, cuenta con adecuaciones ecológicas, sin perder el enfoque principal de una cafetería, con el propósito de transmitir una experiencia diferente a través de su servicio de alimentos y bebidas, es por esta razón que tiene como objetivo brindar un servicio personalizado,

acoplándose a las necesidades del consumidor. Su diseño e infraestructura proporciona un ambiente acogedor para los quinindeños.

El mercado al que se quiere llegar en el proyecto son hombres y mujeres de 26 a 40 años, de clases media-alta, que busquen relajarse después de su jornada laboral. La cafetería ofrece gran variedad de comida dentro del menú, algunos de ellos son con productos de la zona como el verde. Dentro de las áreas de la cafetería, contamos con transparencia en la preparación de los alimentos, haciendo que la experiencia del consumidor sea más personalizada. El diseño de las mesas va de la mano con el concepto, son hechas a base de madera y vidrio reciclado, sin perder el confort y la comodidad.

2.1 MISIÓN

Crear una experiencia única mediante un menú diferente, donde el propósito es sorprender a los quinindeños en todas sus expectativas, brindándoles un excelente servicio de calidad.

2.2 VISIÓN

Sarabia, será una cafetería líder dentro de Quinindé con un concepto ecológico y ejecutivo, pero al mismo tiempo se preocupará por el medio ambiente, con una planificación y organización adecuada.

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 ENTORNO MACROECONÓMICO

El análisis macroeconómico dentro de Ecuador muestra que el segundo trimestre del año 2021, la economía fue creciendo alrededor del 8,4%, estas cifras se basan de acuerdo a la recuperación de actividades económicas de

Ecuador. Esto explica el crecimiento de 10.5% dentro de los consumos de los hogares, como también aumenta un 16% en las exportaciones y un 9,8% dentro de la inversión (conocida como formación bruta de capital fijo). El crecimiento de la economía ecuatoriana dentro del primer trimestre del 2021 se comenzó a reactivar. El PIB (Productor Interno Bruto) creció un 2,1% en los primeros tres meses del presente año. (Banco Central , 2021)

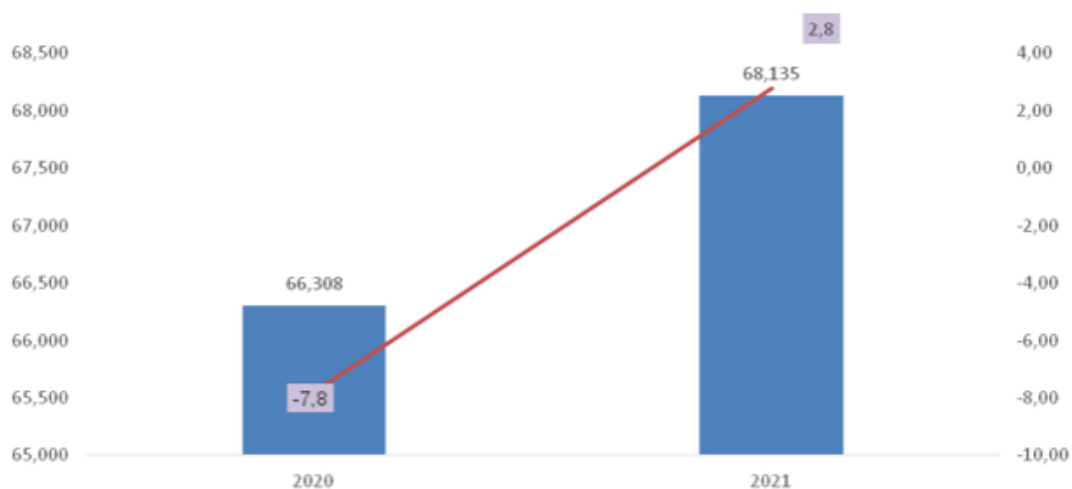


Ilustración 1: PIB Ecuador 2015-2019

3.1.1 ENTORNO SOCIAL

El sector turístico ha sido uno de los más afectados debido a la pandemia del COVID-19. “Según la organización mundial de turismo, se ha generado una reducción del 78% en el 2020, como resultado de esto se obtuvo el despido de millones de empleados dentro del sector de los servicios”.

(POCAIP, 2021)

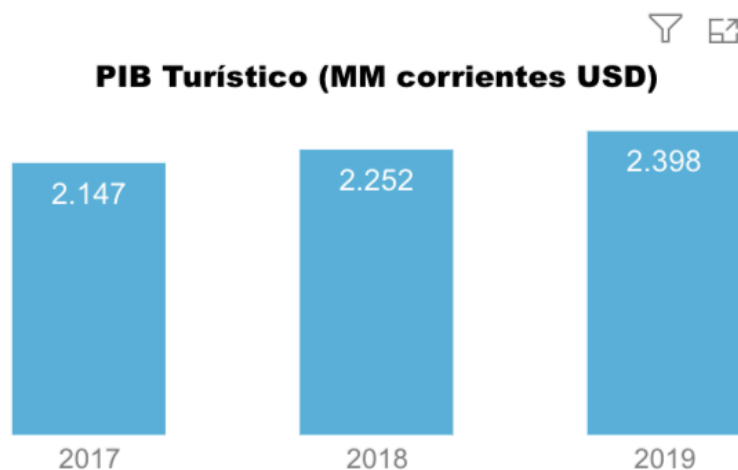


Ilustración 2: PIB Turístico (MM corrientes USD)

En el 2017 se obtuvo un ingreso de 2.147 USD, mientras que en el 2018 se puede observar que se obtuvo un crecimiento de 105 USD, sin embargo, en el 2019 debido a la pandemia del COVID-19 se reflejo un monto monetario de 2.398 USD. En el año 2020, ingreso alrededor de 400.083 de turistas extranjeros al país, dentro del presente año hasta el momento habido un ingreso de 434.620, es decir que hubo un crecimiento de 8,6%. (Ministerio del turismo, s/f)

3.2 ANÁLISIS DEL SITIO

Quinindé es un cantón altamente productor agrícola, considerado como el primer cantón palmicultor del Ecuador. Con el paso de los años ha tenido un gran desarrollo poblacional, principalmente en la zona céntrica de la parroquia Rosa Zárate. Esto ha generado que los sectores de entretenimiento y servicio de alimentos se incrementen.



Ilustración 3: Ubicación

3.2.1 LOCALIZACIÓN

La cafetería se encuentra ubicada en las calles Maclovio Velasco y 24 de Mayo dentro de la zona ejecutiva del cantón Quinindé, existe un alto flujo de personas dentro de este sector, debido a que se encuentra diagonal a la municipalidad del cantón, cerca de un buffet de abogados, bomberos, policía y agua potable, por lo tanto los ejecutivos forman parte del mercado meta.

3.2.2 ADAPTABILIDAD Y CONVENIENCIA FÍSICA DE LA CAFETERÍA

El terreno que se eligió para el desarrollo de este proyecto antes funcionaba como un bar llamado “Amadita”, es de un piso y requiere de pocas modificaciones internas, debido a que varias de sus adecuaciones las utilizaremos para la cafetería. La parte externa no debe de ser rediseñada se

encuentra en perfectas condiciones. El local contará con 4 mesas cuadradas y 4 mesas rectangulares a pesar de no ser un local muy grande, es acogedor.

3.2.3 ACCESO Y VISIBILIDAD

El local se encuentra ubicado en una zona céntrica y comercial de Quinindé – Esmeraldas, por lo tanto tiene fácil acceso, tanto el transporte público como el privado. El lugar cuenta con amplio lugar de parqueadero debido a que está diagonal al municipio de Quinindé.

3.2.4 SERVICIOS BÁSICOS

La parroquia Rosa Zárate, cuenta con todos los servicios básicos para poder desarrollar el proyecto, además de electricidad, teléfono y conexión a internet de diferentes tipos de empresas privadas. Un dato relevante es que frente a nuestro proyecto está ubicada la policía, lo cual le da un alto porcentaje de seguridad interna y de nuestros futuros clientes.

3.2.5 SITUACIÓN LEGAL Y REGULACIONES MUNICIPALES

Para poder implementar una cafetería se debe tomar en cuenta ciertos parámetros de funcionamiento, debido a que todos los lugares deben ser calificados para prestar sus servicios. Previo a la apertura de esta clase de negocios se deben solicitar diferentes permisos de funcionamiento como:

RUC - SRI

Presentar el RUC activo en conjunto con la actividad a realizarse en el proyecto.

CUERPO DE BOMBEROS

La autorización del Cuerpo de Bomberos es fundamental para que todo local pueda entrar en funcionamiento, este permiso tiene vigencia de un año calendario.

PATENTE MUNICIPAL

La patente es un requisito indispensable para las personas que ejercen actividad económica, se paga anualmente. Este impuesto se paga 30 días después de la fecha límite, para esto se necesitan los siguientes requisitos:

- Solicitud de Patente Municipal
- Formulario para declaración sobre activos totales
- Copia de cédula
- Copia de uso de suelo favorable
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta

PERMISO DE MEDIO AMBIENTE

El permiso ambiental es obligatorio, ya que es un requisito indispensable para los locales de comida.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Se requiere un permiso de funcionamiento, donde se categoriza si eres restaurante o cafetería, para este trámite se necesitan los siguientes requisitos:

- RUC
- Formulario de solicitud de permiso de funcionamiento
seleccionando la actividad de Restaurantes/Cafeterías, en el sistema de permiso de funcionamiento
(<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>).

PERMISO DE USO DE SUELO

Este permiso permite el derecho a usar el espacio público, este trámite debe ser solicitado por el propietario del local.

3.3 ANÁLISIS DEL VECINDARIO

3.3.1 CLIMA

En Quinindé los veranos son cálidos y húmedos, mientras que los inviernos son bastante nublados. Las temperaturas pueden variar de 23 °C a 32 °C en pocas ocasiones baja menos de 21°C o sube más de 35°C. “Las épocas que se recomiendan más visitar Quinindé es a principios de Junio hasta finales de Septiembre” (Weather Spark, s/f).

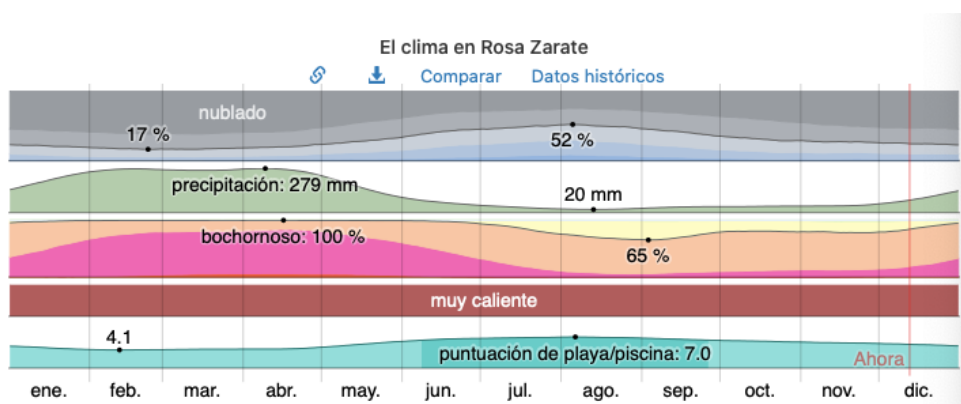


Ilustración 4: Clima

3.3.2 GENERADORES DE DEMANDA

“Según el análisis que se realizó, se determina que el sector presenta una gran plaza de clientes potenciales, los principales generadores de demanda ubicados dentro de este sector son: buffet de abogados, municipio de Quinindé, oficinas del agua potable, SRI, policia nacional y cuerpo de bomberos” (Municipio de Quinindé, s/f). Es importante recalcar que el concepto del local va acorde a lo que buscan los consumidores, ya que al ser distinto al resto y único en el lugar de esta zona, esto hace atractivo el proyecto.

3.3.3 CONSTRUCCIONES DE LA ZONA

El sector que se tomó en cuenta para la construcción del proyecto, cuenta con diferentes edificios tanto como de empresas privadas como públicas, además de algunas casas que aún conservan su línea de construcción antigua, ya que en esta zona se dieron los inicios de lo que ahora es el cantón Quinindé.

3.3.4 PRINCIPALES COMPETIDORES DE LA ZONA

El local está ubicado en una zona de alta rotación de personas, el principal diferenciador de nuestra cafetería es la infraestructura ejecutiva, sumado a que está cerca de grandes extensiones de parqueadero, debido a la proximidad de un parque y del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Quinindé. La competencia directa es cafetería “LA MANÁ”, favorablemente no está ubicada cerca de nuestra cafetería, pero sin embargo es nuestra competencia, debido a que ofrecen similares ítems de su menú al de nuestro proyecto.

Otro de los competidores directos es la plaza de comidas del mercado municipal, esta plaza cuenta con diferentes lugares de comida que ofrecen desayunos, bebidas calientes y bebidas frías.

3.4 ANÁLISIS DEL ÁREA DEL MERCADO

El proyecto se realizará dentro de la parroquia Rosa Zárate que cuenta con 82 000 habitantes, según el análisis demográfico Quinindé cuenta con 52,3% de hombres y 47,7% de mujeres. (Prefectura de Esmeraldas, 2015).

Quinindé, es conocido por ser el primer cantón palmicultor, siendo una plaza económicamente activa. Existen varios tipos de comercios como tiendas agrícolas, restaurantes, bares, tiendas de ropa, etc.

3.4.1 LÍMITES

De acuerdo a los análisis realizados se obtienen los siguientes límites:

- Norte: Gómez de la Torre
- Sur: 24 de Mayo
- Este: 12 de Febrero

3.4.2 INFORMACIÓN ECONÓMICA Y DEMOGRÁFICA

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDAD

El segmento al que va dirigida la cafetería es hacia personas entre 26 y 40 años, lo cual son personas ejecutivas y económicamente activas, según los datos del INEC, Quinindé cuenta con una población total de 122.570 personas.

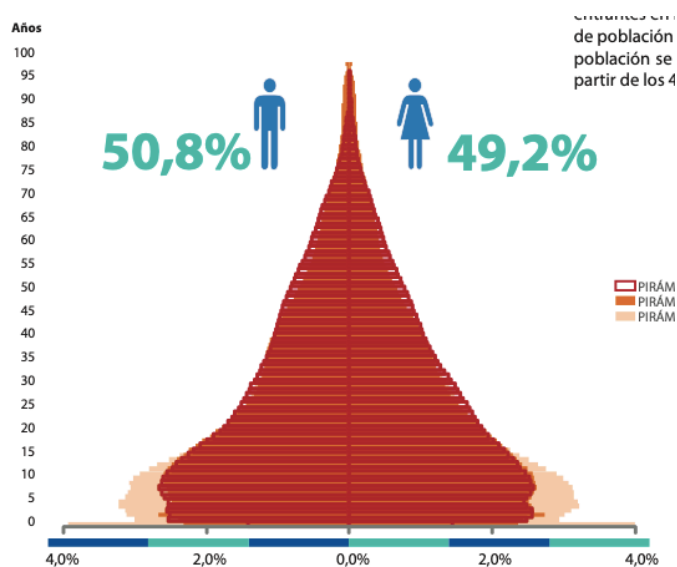


Ilustración 5: Población

3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO/METODOLOGÍA

En el análisis de la oferta, se tomó en cuenta la competencia directa e indirecta, los lugares fueron visitados para tener más información explícita y acertada. Se tomó en cuenta para los valores reflejados como cheque promedio una mesa de 4 personas.

3.5.2 COMPETENCIA DIRECTA

Tabla 1: Competencia directa

CAFETERIA	TIPO	CALIDAD PERCIBIDA (1-5)	CHEQUE PROMEDIO	CAPACIDAD (PAXS)
LA MANÁ	CAFETERIA	3	\$24,00	25
SALPRIETA	CAFETERIA	4	\$25,00	25
PATACON PISADO	RESTAURANTE	4,8	\$24,50	40

3.5.3 COMPETENCIA INDIRECTA

Tabla 2: Competencia indirecta

RESTAURANTE	TIPO	CALIDAD PERCIBIDA (1-5)	CHEQUE PROMEDIO	CAPACIDAD (PAXS)
EI PATRON	RESTAURANTE	4,5	\$20,00	15
PLAZA DE COMIDA	RESTAURANTE	3,5	\$21,00	20

DOÑA MAURA	RESTAURANTE	4	\$25,00	40
------------	-------------	---	---------	----

3.5.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Después de analizar nuestra competencia directa e indirecta, se determina que el único restaurante que mantiene un cheque promedio similar al que queremos alcanzar es Salprietá como competencia directa y Doña Maura, que es una competencia indirecta. Este restaurante tiene una larga trayectoria, a pesar de la pandemia mantuvieron buenos resultados.

3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.6.1 METODOLOGÍA

En el análisis de la demanda nos enfocamos directamente al sector del parque central de Quinindé. Para poder analizar si nuestro proyecto sería de gran impacto, se realizaron encuestas para saber lo que prefieren los consumidores.

Se realizó una encuesta virtual de 7 preguntas a 100 personas, donde el 74,5% tienen una edad entre 31 a 40 años, el 12,7% tienen 26 a 31 años. El 70,9% son de sexo masculino, mientras que el 29,1% de sexo femenino.

(ANEXO C)

La tercera pregunta fue, con qué frecuencia comes fuera de casa, el 45,5% respondió 2 veces por semana, el 14,5% 3 veces por semana.

La cuarta pregunta, que influye al momento de elegir un restaurante, el 70,9% la calidad y el 10,9% prefiere el servicio. (ANEXO C)

La quinta pregunta, con quien asistes a un restaurante, el 40% asiste con un grupo de amigos, 18,2% asiste con su pareja. (ANEXO C)

La sexta pregunta se trata de que tipo de ingredientes prefieres en la comida, el 70,9% verde y el 29,1% papas. (ANEXO C)

La séptima pregunta, cuánto estas dispuesto a pagar dentro de un restaurante por persona el 76,2% está dispuesta a pagar de \$10 a \$15, mientras que el 14,5% de \$20 a \$25. (ANEXO C)

3.6.2 PRINCIPALES GENERADORES DE DEMANDA

- Municipalidad de Quinindé (ANEXO)
- Oficinas del agua potable
- Policía Nacional
- Oficinas del SRI

3.6.3 PROYECCIÓN DEL PORCENTAJE DE OCUPACIÓN

El cheque promedio se analizó mediante los indicadores de las diferentes competencias, la mayoría de los lugares tienen un alto porcentaje de ocupación. Sarabia, con una capacidad de 32 pax. El cheque promedio está basado a la competencia, pero con los valores establecidos del menú de SARABIA, dando como resultado \$25,00. La cafetería tendrá un food cost de aproximadamente el 30% y un costo de bebidas del 25%. Para poder analizar los precios de venta se tomó como referente el menú de nuestra competencia tanto directa como indirecta, para obtener valores relativos.

Tabla 3: Ocupación

Daypart	Desayuno (7:00-12:00)	Almuerzo	Media Tarde	Nocturno (17:00-21:00pm)
Cheque promedio por mesa	\$ 25,00			\$ 32,00
Cheque promedio por persona	\$ 6,25			\$ 8,00
Num. de Cubiertos				
Lun	18			24
Mar	18			22
Mie	16			22
Jue	20			26
Vie	24			26
Sab	16			18
Dom	0			0
Promedio	16			20

3.7 PRONÓSTICO DE INGRESOS Y GASTOS

Sarabia, al ser una cafetería ubicada en una zona totalmente estratégica, tiene un índice de ingresos bastante optimista, debido a su alta rotación de clientes. Obtiene por cálculos estimados en base a la competencia y a las encuestas realizadas de consumo, un valor de \$70,954.86 en ventas totales tanto de bebidas y alimentos de manera anual con base a los precios establecidos de nuestra carta.

Sarabia, tendrá un valor de ventas diarias de \$277,62 para esto nos basamos en un análisis de venta de cada uno de los ítems de nuestra carta, manteniéndonos con un ambiente bastante conservador, ya que se estima un porcentaje de ventas mayor al ser el único local con estándares de calidad, superiores a los acostumbrados dentro del cantón Quinindé con precios módicos.

Su flujo de crecimiento en ventas avanzará paulatinamente debido a su posicionamiento como una cafetería icono de este sector, obteniendo un 5% de crecimiento anual como mínimo en ventas.

3.8 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

3.8.1 ANÁLISIS DEL VAN

En base al resultado obtenido del planteamiento del análisis financiero del Café Sarabia, su valor neto es totalmente positivo, cabe mencionar que cada proyección fue realizada en base a la realidad de la Parroquia Rosa Zárate – cantón Quinindé con la necesidad de los servicios que prestaría este establecimiento, siendo un potencial proyecto para que diferentes inversionistas se enfoquen en su ejecución. Este proyecto tiene una VAN de \$124.218,64

Tabla 4: Análisis VAN

Valores presentes de los flujos	\$265.606
Inversión inicial	\$ 60.431,28
VAN	\$124.218,64

3.8.2 ANÁLISIS TIR

Con una tasa interna de retorno totalmente positiva y tomando en cuenta que la situación del país y el mundo entero en la actualidad es variable por los cambios sociales y económicos, determinamos que los cálculos y análisis anteriormente expuestos de un TIR de 39% son parámetros que determinan la viabilidad total del proyecto.

4. DISEÑO Y ARQUITECTURA

Sarabia es una cafetería ecológica, donde el objetivo es brindar comodidad y confort a nuestros consumidores. La construcción cuenta con 7,65 m de frente y 12,06 m de costado, dando un total de 92,25 m² de construcción. La altura máxima del cumbrero es de 3,73 m. Las mesas están diseñadas de forma ecológica, la cocina tiene un estilo moderno y es de forma abierta para que los clientes puedan apreciar la preparación de los alimentos.

(ANEXO A y B)

Tabla 5: Programa de espacio

AREA	METROS CUADRADOS
COCINA	18,77
AREA DE CONSUMO	35,5
BAÑOS	2,77
TOTAL	57,04

4.1 PROGRAMA DE ESPACIO

4.2 DISEÑO DEL ESPACIO

Sarabia cuenta con un espacio moderno y ecológico que otorga un ambiente acogedor para nuestros clientes. Posee una cocina abierta para generar una experiencia más personalizada en la preparación de los alimentos, baños amplios de 2,77 m². En la parte de la sala cuenta con 35.50 m² que entregan un ambiente confortable. El local tiene tecnología de primera, además de una pared verde para no perder el ambiente natural. Las mesas son de madera muy cómodas para 4 personas, se implementará un sistema de re feel water gratuito para los clientes.

4.3 BACK OF THE HOUSE

4.3.1 ÁREA DE COCINA

La cocina tiene una campana de extractor de olores para que el cliente no presente incomodidades en base a su ambiente. Posee todos los implementos necesarios para la producción de alimentos con un área de 18,77 m².

5. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

5.1 MENÚ

El menú es variado, contamos con diferentes productos para todos los gustos, 4 tipos de sánduches de diferentes tipos de carnes. El sánduche de pollo, es a base de pechuga, el de res se lo produce con lomo y el de cerdo con pernil. Para nosotros es importante que nuestros productos vayan acorde al precio y además, debemos brindar un servicio de calidad. Ofrecemos empanadas de harina y de verde, como también nuestro menú cuenta con

ensalada César y americana. Además brindamos un producto a base de verde para no perder la tradición esmeraldeña como lo es "Patacon Burger". (ANEXO F y I)

5.2 BEBIDAS

Las bebidas que se van a ofrecer en Sarabia, son bebidas calientes como capuchino, café tradicional y con leche, bebidas frías como frapuchino, batidos de diferentes pulpas frutales, jugos, gaseosas, agua.

5.3 COSTOS GENERALES Y PRECIOS DE VENTA

Sarabia café, tiene un food cost promedio de 30%, para poder decidir el precio de venta se analizaron varios factores, entre esos el costo de la materia prima, encuestas para poder definir cuánto están dispuestos a pagar los clientes y los precios de la competencia. Después de analizar las encuestas, visualizamos que nuestros consumidores están dispuestos a pagar de \$10 a \$15 por persona. El costo de bebidas es del 25%, tomando en cuenta el cheque promedio de la competencia.

6. RECURSOS HUMANOS

Es indispensable que el personal que sea reclutado tenga amplio conocimiento sobre servicio al cliente, debido a que en esta industria es de suma importancia el trato con el cliente. Nuestro concepto tiene como objetivo brindar un servicio personalizado, por lo tanto nuestro personal debe tener habilidades y ser multifacético. Para poder ser parte del equipo de Sarabia es importante tener aptitudes de liderazgo, conocimiento, ganas de querer

aprender, humildad y constancia. “El objetivo principal de recursos humanos es que Sarabia cuente con personal altamente calificado y darles a conocer los beneficios que se obtienen dentro de la empresa, además de la motivación empresarial que es el éxito de la empresa”. (QuestionPro, s/f)

6.1 ORGANIGRAMA

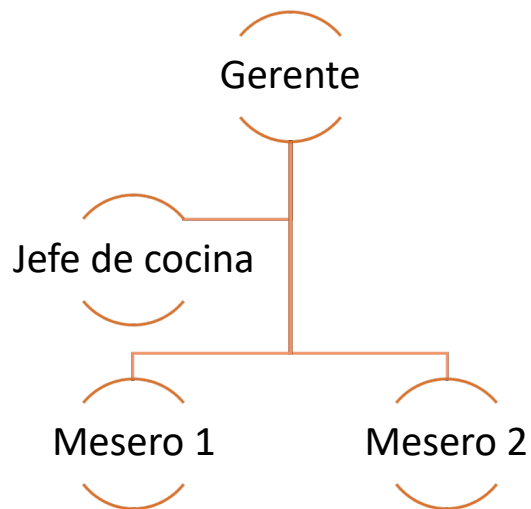


Ilustración 6: Organigrama

6.1.1 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Para el reclutamiento del personal se tomarán en cuenta algunos factores, como por ejemplo la experiencia en el trato al cliente. El proceso de selección es el siguiente:

- Reclutamiento: Se darán a conocer los puestos de trabajo mediante página web, redes sociales o vía móvil.
- Preselección: Después de pasar el proceso de reclutamiento, procedemos a realizar entrevistas grupales a las personas seleccionadas para analizar sus fortalezas y debilidades. Además se les dará a conocer los salarios dispuestos a los diferentes cargos.

- Entrevista individual: Se realizará una entrevista individual a las personas seleccionadas para poder conocer un poco más del empleador.
- Contratación: En la etapa final se procede a la firma del contrato, donde se detalla exactamente los beneficios de trabajar en Sarabia.

6.1.2 SALARIOS

Sarabia, cuenta con el personal necesario para su correcto funcionamiento, sus remuneraciones van de la mano de las disposiciones del ministerio de trabajo en su actualidad, las mismas que serán proyectadas en la siguiente tabla.

PERSONAL	LIQUIDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE IESS	VALOR HORA EXTRA	NECESIDAD DE HORAS EXTRAS	VALOR TOTAL HORA EXTRA	IESS POR HORAS EXTRAS	SUELDO BASE	LIQUIDO ANUAL
Administrador	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 33,33	60,75	\$ 2,08	32	\$ 66,56	\$ 8,09	\$ 710,40	\$ 8.524,80
Jefe de Cocina	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 33,33	54,675	\$ 1,88	32	\$ 60,16	\$ 7,31	\$ 642,98	\$ 7.715,76
Mesero 1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	48,6	\$ 1,67	32	\$ 53,44	\$ 6,49	\$ 575,19	\$ 6.902,28
Mesero 2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	48,6	\$ 1,67	32	\$ 53,44	\$ 6,49	\$ 575,19	\$ 6.902,28
TOTAL	\$ 1.750,00								\$ 2.503,76	\$ 30.045,12

Tabla 6: Salarios

Cabe indicar que nuestra proyección para los beneficios de vacaciones del personal operativo se organizarán 15 días para el personal mesero 1 seguido de 15 días del mesero 2, dentro del lapso de estos 30 días se procederá a la contratación ocasional de una persona para que cubrirá operativamente en este margen de tiempo.

7. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

7.1 SEGMENTACIÓN

Nuestro mercado meta son hombres y mujeres entre 26 a 40 años de clase media alta. Para poder analizar más a fondo nuestro mercado meta realizamos un buyer persona. (ANEXO D)

7.2 LOGO

El logotipo de SARABIA CAFÉ formado por un Isotipo (gráfico), un nombre (la palabra Sarabia) y la actividad comercial (Café). El isotipo está representado por tres granos de café, que simbolizan dinamismo, agilidad, constante innovación y frescura.

7.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

REDES SOCIALES: Se dará a conocer la cafetería mediante redes sociales como Instagram, Facebook y Tik Tok, donde se publicarán promociones y actividades dinámicas. Las publicaciones se harán días antes de la apertura y diariamente, una vez que ya esté en funcionamiento la cafetería, de igual manera se realizarán giveaway para nuestros fieles clientes.

MARKETING BOCA A BOCA: Si nos enfocamos en nuestro objetivo principal que es brindar un servicio y productos de primera calidad, nuestros clientes nos van a recomendar y van a regresar.

OTA: El manejo de las OTAs es muy importante para poder dar a conocer nuestra cafetería y saber que piensan nuestros consumidores, es por esta razón que se usará TripAdvisor para que los clientes puedan dar a conocer cada una de sus opiniones

7.4 FINANCIAMIENTO DE MARKETING

Logo	\$150
Manejo de redes sociales	\$280
Video promocional	\$150
TOTAL	\$580

Tabla 7: Financiamiento de marketing mensual

8. PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

Sarabia cuenta con una inversión de \$60.431,28, en base a las cotizaciones, para poder brindar un servicio de calidad, en un ambiente totalmente confortable. (ANEXO E)

CAFÉ SARABIA

Cocina: Equipo peso			
	Extractor de cocina		\$ 1.000,00
	Congelador industrial		\$ 2.000,00
	Hornos		\$ 500,00
	Refrigeradora industrial		\$ 1.800,00
Cocina: Equipo/materia pequeño de producción			
	Utencillos, sartenes, ollas		\$ 1.700,00
	Tablas, bandejas		\$ 1.000,00
SALA			
	Jardin vertical artificial		\$ 1.200,00
	Logo interior		\$ 800,00
	Lamparas		\$ 280,00
	Vajilla		\$ 500,00
	Cristaleria		\$ 250,00
	Cubteria		\$ 200,00
	Computador		\$ 1.200,00
	Equipo de audio		\$ 900,00
	Celular		\$ 390,00
	Cortina de aire		\$ 1.000,00
	Aire		\$ 2.500,00
	Muebles		\$ 6.000,00
	Camaras		\$ 1.300,00
	Sistema POS INVENTARIOS		\$ 3.000,00
	Televisores		\$ 3.000,00
	Logo de exteriores		\$ 3.000,00
BARRA			
	Cafetera		\$ 100,00
	Freidora de aire		\$ 100,00
GENERALES Y ADMINISTRATIVOS			
	Mueble de cajera		\$ 400,00
	Impresora		\$ 600,00
	Computadora		\$ 2.500,00
Construccion			
	Adecuaciones decorativas		\$ 10.000,00
	Planta de luz		\$ 4.500,00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 8.711,28
TOTAL			\$ 60.431,28

Tabla 8: Inversión

Su flujo de crecimiento en ventas avanzará paulatinamente a causa de su posicionamiento como una cafetería ícono de este sector, obteniendo un 5% de crecimiento anual en ventas. (ANEXO G)

9. CONCLUSIÓN

Sarabia con una proyección de ingresos bastante considerable, se determina como un proyecto factible por sus altos estándares de calidad y las prestaciones únicas en sus servicios de alimentos. Su menú ha sido elaborado considerando dos ejes fundamentales; la cultura esmeraldeña y el resultado de una encuesta objetiva que señala los alimentos que quieren consumir los quinindeños.

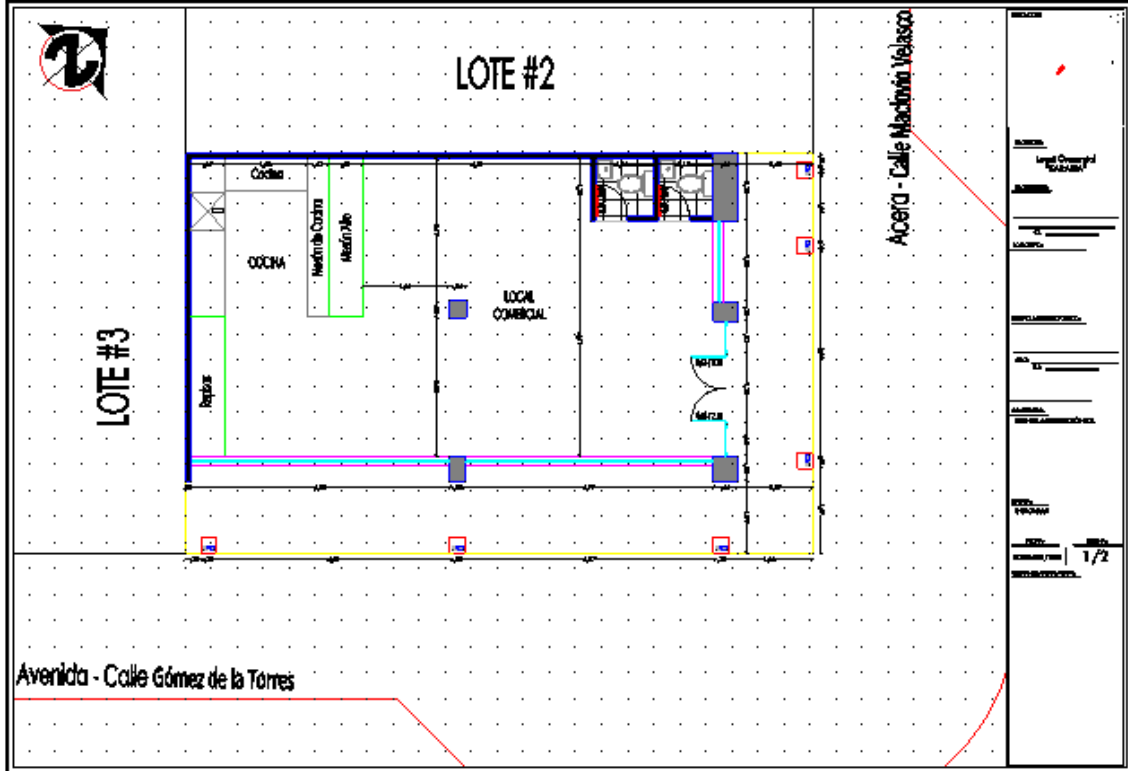
El sector donde se establecerá el proyecto hace que los índices de ingresos sean optimistas y se tenga como resultado un negocio bastante rentable, en cuanto al análisis financiero, se desarrolló un escenario donde los resultados son positivos ya que las ventas alcanzan a cubrir todos los gastos y también generan utilidad para recuperar la inversión.

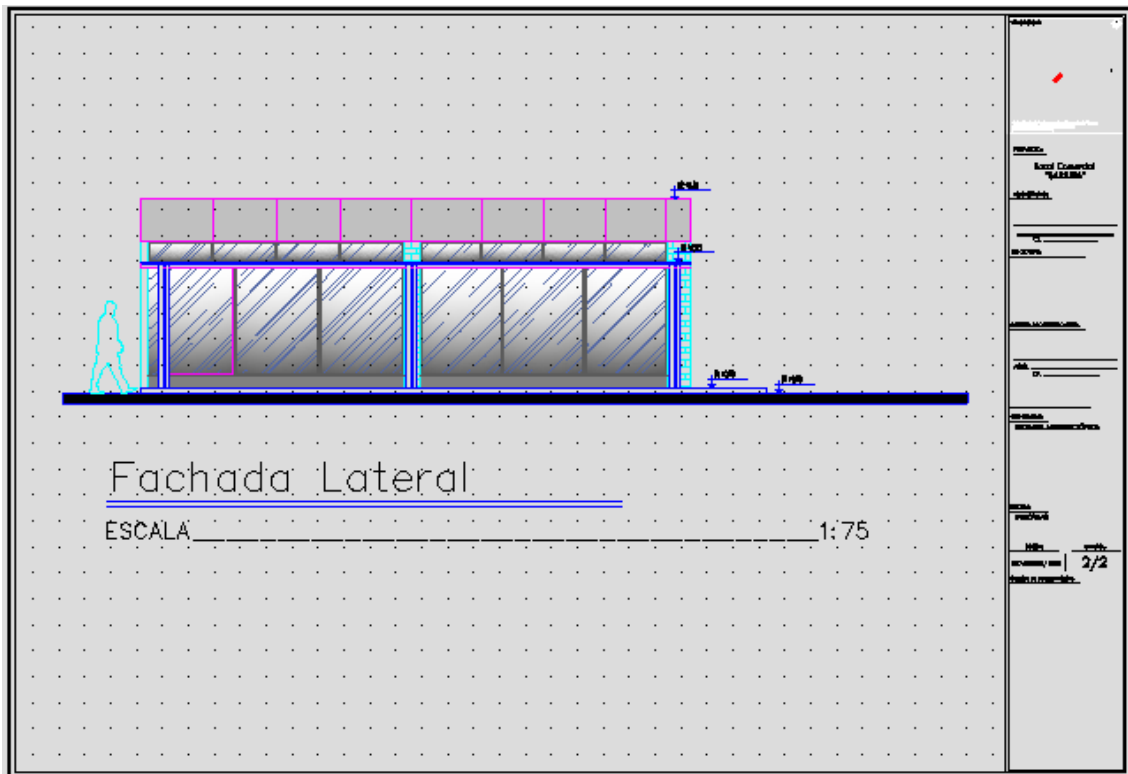
Este proyecto en base a una encuesta real de campo, carece totalmente de competencia por los ítems presentados en el menú, obteniendo un crecimiento potencial y así obtiene el retorno de la inversión en alrededor de 2 años y 7 meses. Todo esto sumado a su alta demanda de posibles clientes potenciales que están localizados alrededor de Sarabia.

Finalmente, nuestro proyecto estará dirigido por mano de obra de la localidad y mejorando constantemente, para que nuestros clientes tengan un retorno considerable hacia nuestras instalaciones. De igual manera, se considera un negocio que ayudará a la recuperación de la economía del cantón ya que la cadena de suministros involucra productos de la localidad.

10. Anexos

ANEXO A





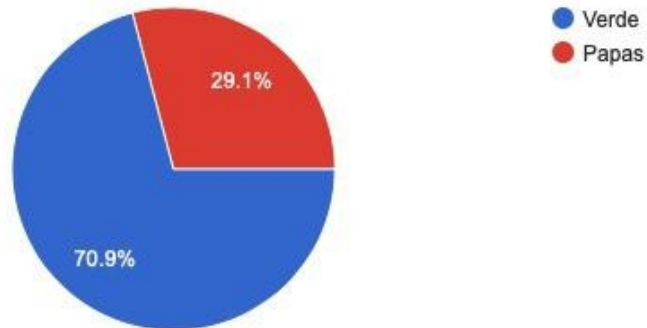
ANEXO B: DISEÑO



ANEXO C: ENCUESTAS

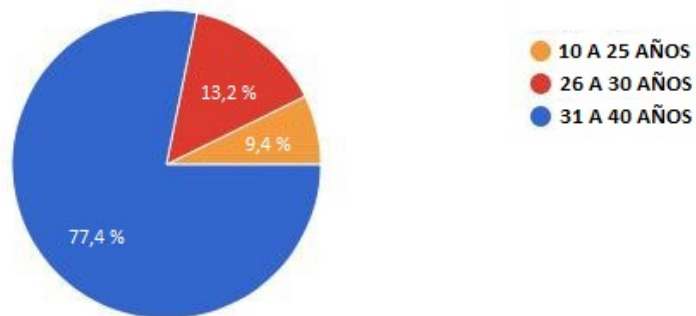
¿Qué tipo de ingredientes prefieres en la comida?

100 respuestas



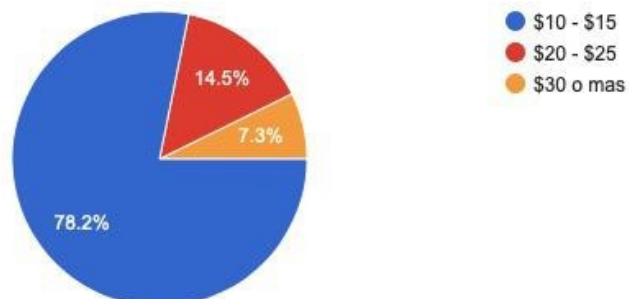
¿Cual es tu rango de edad?

100 respuestas



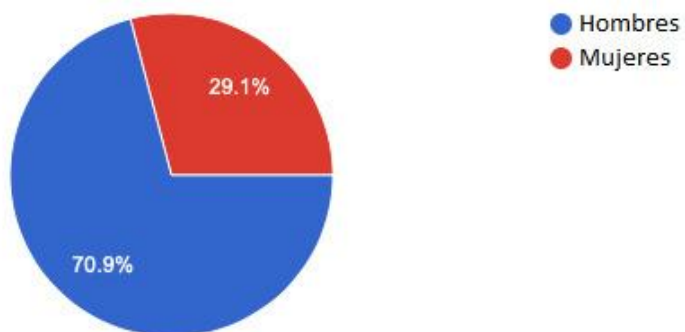
¿Cuánto estas dispuesto a pagar dentro de un restaurante por persona?

100 respuestas



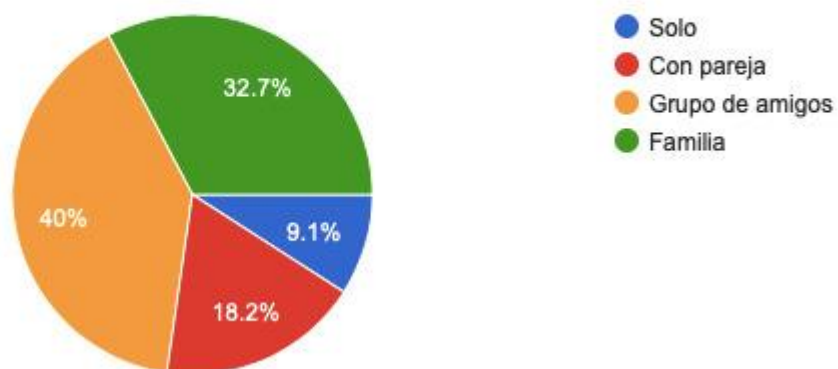
¿ Qué sexo eres ?

100 respuestas



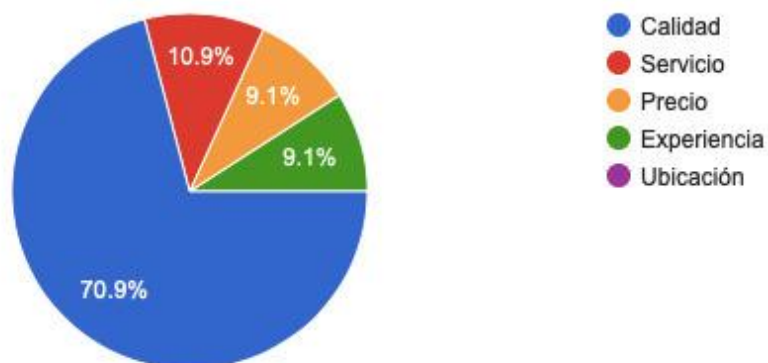
¿Con quién asistes a un restaurante?

100 respuestas



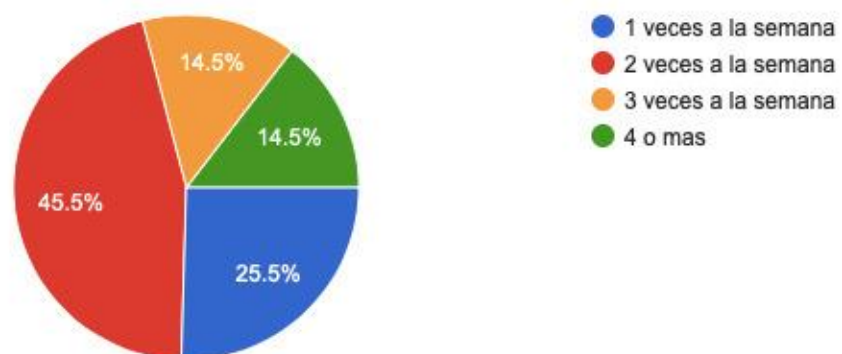
¿Qué influye al momento de elegir un restaurante?

100 respuestas



¿Con qué frecuencia comes fuera de casa?

100 respuestas



ANEXO D: BUYER PERSONA

Lisette Valencia
40 años
Trabaja en el Municipio
de Quinindé
Hobbies: Leer y caminar



Víctor Zambrano
31 años de edad
Trabaja en el Agua
Potable de Quinindé
Hobbies: Correr
y natación



ANEXO E: PROFORMAS


TODO EN ALIMENTOS Y CARNICOS PARA SU HOGAR

Av 6 de Diciembre y Cipriano Quiñonez

RUC: 0804205904001

Quinindé, 7 de Diciembre del 2021

PROFORMA 1021
Señores. –

Sarabia

Ruc: 0803441690001

Dirección: Maclovio Velasco y 24 de Mayo

Cantidad	Descripcion	Valor unitario	Valor total
1	Empaque de discos de harina	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Empaque de discos de verde	\$ 1,50	\$ 1,50
1	Supan	\$ 1,50	\$ 1,50
1	Empaque de jamón	\$ 3,00	\$ 3,00
1 Libra	Carne de Res	\$ 4,50	\$ 3,00
9	Pan de sanduche	\$ 0,25	\$ 2,25
1	Empaque de pernil	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Racimo de verde	\$ 6,00	\$ 6,00
2 Libras	Harina	\$ 2,50	\$ 5,00
4	Empaque de galletas oreo	\$ 3,00	\$ 12,00
1	Mantequilla	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Queso crema	\$ 2,00	\$ 2,00
20 Kilos	Azúcar	\$ 7,00	\$ 7,00
1	Esencia de vainilla	\$ 1,25	\$ 1,25
1	Crema de leche	\$ 3,00	\$ 3,00
1	Cubeta de huevos	\$ 4,00	\$ 4,00
4	Aguacates	\$ 0,50	\$ 2,00
10	Funda de tomates	\$ 1,50	\$ 1,50
1	Funda de limón	\$ 1,50	\$ 1,50
8	Lechuga crespas	\$ 3,00	\$ 24,00
1 Libra	Queso	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Bicarbonato	\$ 0,75	\$ 0,75
1	Polvo de hornear	\$ 1,50	\$ 1,50
1 Funda	Sal	\$ 2,00	\$ 2,00
1 Funda	Canela	\$ 1,50	\$ 1,50
1 Funda	Cocoa	\$ 2,00	\$ 2,00
1 Caneca	Aceite	\$ 32,00	\$ 32,00
30 Litros	Leche	\$ 1,20	\$ 36,00
3 Fundas	Crotones	\$ 2,00	\$ 6,00
1	Col	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Queso cheedar	\$ 3,00	\$ 3,00
1 Libra	Zanahoria	\$ 1,25	\$ 1,25

1	Queso mozzarella	\$ 3,00	\$ 3,00
1 Kilo	Manzana	\$ 1,50	\$ 1,50
1 Galón	Mayonesa	\$ 11,00	\$ 11,00
1 Galón	Salsa de tomate	\$ 11,50	\$ 11,50
1 Galón	Salsa bbq	\$ 18,00	\$ 18,00
2	Empaques de jamón	\$ 2,50	\$ 5,00
30	Gaseosas	\$ 0,25	\$ 7,50
30	Agua	\$ 0,30	\$ 9,00
30	Pulpas de frutas	\$ 3,00	\$ 90,00
4	Café	\$ 5,00	\$ 20,00
2	Chantilly	\$ 2,00	\$ 4,00
8	Hielo	\$ 1,25	\$ 10,00
2	Empaques de pechugas de pollo	\$ 4,50	\$ 9,00
8 kilos	Carne molida	\$ 0,60	\$ 4,80
4	Empaques de chorizo Argentino	\$ 7,50	\$ 30,00
		Subtotal	\$ 416,80
		IVA	\$ 45,84
		Total	\$ 462,64

VALIDEZ DE LA OFERTA 30 DIAS

Atentamente.


BRYAN TIGRERO
PROPIETARIO

Proforma 0058

PALI - SERVICIOS TECNOLÓGICOS
 Manta - Ecuador
 Calle 27 Ave. 30
 Ruc: 1305761379001
 Telf: 0984481608



email: pali.ec593@gmail.com

Fecha: 22-nov-21
 Cliente: EMAPASOSQ-EP
 Ruc:
 Domicilio:
 Ciudad:
 Fecha de Vencimiento: 10 días

Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total
COMPUTADOR PORTATIL DELL INSPIRON 15 3501 INTEL CORE I5-1135G7/8GB RAM /256GB SSD/PANTALLA 15.6/WIN 10	1	852.49	852.49
SUBTOTAL			\$852.49
IVA			\$102.30
TOTAL			\$954.79

Gracias por su confianza.

Atentamente,



Firmado digitalmente por:
**JAIMÉ ANDRÉS
 VELÁSQUEZ MORA**

Jaime Velásquez Mora



Distribuidor de enceres para el hogar y Especialistas en Sistemas Eléctricos

marcosalazar-098@hotmail.com ☎ 098 536 9963 📍 Barrio Nueva Brasilia calle 8 de Febrero y 6 de Diciembre

ING. MARCO JULIO SALAZAR NÁJERA

RUC: 0921600318001

Quinindè 29 de noviembre del 2021

PROFORMA: #141021

Señores. -

Sarabia

Ruc: 0803441690001

Dirección: Maclovio Velasco y 24 de Mayo

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Extractor de cocina marca Whirpool	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Congelador industrial marca Whirpool	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Horno marca TEKA	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Refrigeradora industrial marca Whirpool	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Utencillos, sartenes, ollas marca UMCO	1	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Tablas, bandejas marca UMCO	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Diseño y colocación de Jardín vertical artificial	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Lamparas marca Philips	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Vajilla 245 piezas marca UMCO	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cristalería 84 piezas marca UMCO	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Cubtería 65 piezas marca UMCO	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Cortina de aire marca General Electric	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Diseño y adquisición de muebles colonial	1	\$ 10.000,00	\$ 6.000,00
Cafetera marca Oster	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Freidora de aire marca Oster	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Diseño y colocación de adecuaciones decorativas	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
		SUBTOTAL	\$ 27.630,00
		IVA	\$ 3.315,60
		TOTAL	\$ 30.945,60

VALIDEZ DE LA OFERTA 15 DIAS

Atentamente.



Ing. Marco Julio Salazar Najera

Proforma 0058

PALI - SERVICIOS TECNOLOGICOS
 Manta - Ecuador
 Calle 27 Ave. 30
 Ruc: 1305761379001
 Telf: 0984481608



email: pali.ec593@gmail.com

Fecha: 22-nov-21
 Cliente: SARABIA
 Ruc:
 Domicilio:
 Ciudad:
 Fecha de Vencimiento: 10 días

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Computador portatil core i7 decima generación	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Equipo de audio marca BOSE	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Celular SAMSUNG A51 S	1	\$ 390,00	\$ 390,00
Aire acondicionado tipo piso techo de 60000 btu	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Circuito de camaras de seguridad	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Televisor Smart tv de 55 pulgadas marca Samsung	3	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00
Sistema POS INVENTARIOS	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Mueble de cajera	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora HP tinta continua 44BGDR	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Computadora de escritorio marca HP core i7	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Planta de luz PHILLIPS 57GGRNH	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
		SUBTOTAL	\$ 20.290,00
		IVA	\$ 2.434,80
		TOTAL	\$ 22.724,80

Gracias por su
 confianza.

Atentamente,



Jaime Velásquez Mora

ANEXO F: RECETAS ESTÁNDAR

SANDUCHE DE PERNIL			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	PAN BAGUETT	1	0,20
GR	PERNIL	60	0,25
GR	TOMATE	40	0,05
GR	LECHUGA	40	0,05
GR	CEBOLLA PERLA	30	0,07
GR	SALSA BBQ	15	0,1
GR	MAYONESA	15	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	0,82
		COSTO DE VENTA	3
		FOOD COST	27%

SANDUCHE CAMPESTRE			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	PAN BAGUETT	1	0,20
GR	CARNE DE RES	60	0,35
GR	TOCINO	50	0,3
GR	TOMATE	40	0,05
GR	LECHUGA	40	0,05
GR	CEBOLLA PERLA	30	0,07
GR	SALSA BBQ	15	0,1
GR	MAYONESA	15	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	1,22
		COSTO DE VENTA	3,5
		FOOD COST	34%

SANDUCHE DE POLLO			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	PAN BAGUETT	1	0,20
GR	POLLO	60	0,25
GR	TOMATE	40	0,05
GR	LECHUGA	40	0,05
GR	CEBOLLA PERLA	30	0,07
GR	MAYONESA	15	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	0,72
		COSTO DE VENTA	3
		FOOD COST	24%

CHORIPAN			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	PAN BAGUETT	1	0,20
U	CHORIZO ARGENTINO	1	0,85
GR	VINAGRETA	30	0,15
		COSTO DE PRODUCCION	1,20
		COSTO DE VENTA	4
		FOOD COST	30%

SANDUCHE AMERICANO			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	PAN BAGUETT	1	0,20
GR	QUESO MOZARELLA	2	0,2
GR	QUESO CHEDAR	2	0,2
GR	SALAMI	3	0,3
GR	TOMATE	40	0,05
GR	LECHUGA	40	0,05
GR	CEBOLLA PERLA	30	0,07
GR	MAYONESA	15	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	1,17
		COSTO DE VENTA	3,5
		FOOD COST	33%

ENSALADA CESAR			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	POLLO	80	0,35
GR	CROTON	20	0,3
GR	TOMATE CHERRY	50	0,05
GR	LECHUGA	40	0,05
GR	CEBOLLA PERLA	30	0,07
GR	MAYONESA	15	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	0,92
		COSTO DE VENTA	3,75
		FOOD COST	25%

ENSALADA AMERICANA			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	COL	60	0,15
GR	ZANAHORIA	40	0,15
GR	QUESO CHEEDAR	4	0,4
GR	QUESO MOZARELLA	4	0,4
GR	MANZANA	35	0,15
GR	MAYONESA	15	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	1,35
		COSTO DE VENTA	4
		FOOD COST	34%

TOSTADA DE QUESO			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	SUPAN	2	0,10
GR	QUESO	4	0,12
GR	MANTEQUILLA	20	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	0,32
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	32%

TOSTADA DE JAMON			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	SUPAN	2	0,10
GR	JAMON	2	0,12
GR	MANTEQUILLA	20	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	0,32
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	32%

TOSTADA MIXTA			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
J	SUPAN	2	0,10
GR	QUESO	4	0,12
GR	JAMON	2	0,12
GR	MANTEQUILLA	20	0,1
		COSTO DE PRODUCCION	0,44
		COSTO DE VENTA	1,5
		FOOD COST	29%

EMPANADA DE HARINA			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	DISCOS DE HARINA	2	0,10
GR	QUESO	4	0,12
		COSTO DE PRODUCCION	0,22
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	22%

EMPANADA DE VERDE			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
U	DISCOS DE VERDE	2	0,20
GR	QUESO	4	0,12
		COSTO DE PRODUCCION	0,32
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	32%

BATIDO DE DIFERENTES PULPAS			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
KG	PULPA	68	0,09
ML	LECHE	300	0,23
		COSTO DE PRODUCCION	0,32
		COSTO DE VENTA	1,5
		FOOD COST	21%

JUGO DE DIFERENTES PULPAS			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
KG	PULPA	68	0,09
ML	AGUA	300	0,15
		COSTO DE PRODUCCION	0,24
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	24%

CAPUCCINO			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	CAFÉ	10	0,10
ML	LECHE	200	0,15
ML	ESCENCIA DE VAINILLA	6	0,06
GR	HIELO	68	0,05
		COSTO DE PRODUCCION	0,36
		COSTO DE VENTA	2
		FOOD COST	18%

FRAPUCHINO			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	CAFÉ	10	0,10
ML	LECHE	200	0,15
GR	CREMA CHANTILLY	15	0,15
GR	AZUCAR	20	0,08
GR	HIELO	68	0,05
		COSTO DE PRODUCCION	0,53
		COSTO DE VENTA	2,5
		FOOD COST	21%

CAFÉ			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	CAFÉ	10	0,10
ML	AGUA	300	0,15
		COSTO DE PRODUCCION	0,25
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	25%

CAFÉ EN LECHE			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	CAFÉ	10	0,10
ML	LECHE	200	0,15
		COSTO DE PRODUCCION	0,25
		COSTO DE VENTA	1
		FOOD COST	25%

PORCION DE TORTA DE CHOCOLATE			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	HARINA	42	0,25
GR	AZUCAR	60	0,1
GR	BICARBONATO	0,8	0,02
GR	POLVO DE HORNEAR	0,4	0,04
GR	SAL	0,01	0,01
GR	CANELA EN POLVO	0,03	0,04
GR	COCOA	10,8	0,25
ML	ACEITE	4	0,18
ML	LECHE	48	0,08
ML	ESCENCIA DE VAINILLA	4	0,02
UNIDAD	HUEVOS	0,125	0,03
		COSTO DE PRODUCCION	1,02
		COSTO DE VENTA	3,5
		FOOD COST	29%

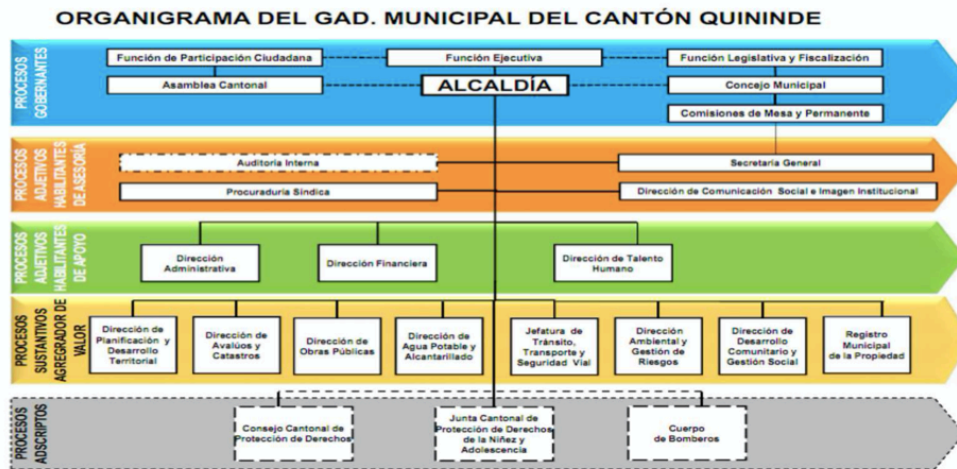
PATACON BURGUER			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
UND	VERDE	2	0,15
KG	SALSA DE TOMATE	0,03	0,05
KG	MAYONESA CASERA	0,03	0,05
UND	CARNE MOLIDA DE RES	1	0,2
KG	LECHUGA CRESPA	0,015	0,15
UND	TOMATE FRESCO	0,015	0,15
UND	CEBOLLA PERLA	0,5	0,2
KG	TOCINO	1	0,4
COSTO DE PRODUCCION			1,35
COSTO DE VENTA			4
FOOD COST			34%

PORCION DE CHEESECAKE DE OREO			
RECETA:			
UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO
GR	GALLETAS OREO MOLIDA	7,2	0,15
GR	GALLETAS OREO TROCEADA	10,8	0,18
GR	MANTEQUILLA	1,8	0,03
GR	QUESO CREMA	14,4	0,3
GR	AZUCAR	3,6	0,07
ML	ESCENCIA DE VAINILLA	6	0,05
ML	CREMA DE LECHE	70	0,22
UNIDAD	HUEVOS	2	0,1
COSTO DE PRODUCCION			1,00
COSTO DE VENTA			3
FOOD COST			33%

ANEXO G: ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas										
Alimentos	\$ 45.783,36	\$ 48.072,53	\$ 50.476,15	\$ 52.999,96	\$ 55.649,96	\$ 56.762,96	\$ 57.898,22	\$ 59.056,18	\$ 60.237,31	\$ 61.442,05
Bebidas	\$ 34.171,20	\$ 35.879,76	\$ 37.673,75	\$ 39.557,44	\$ 41.535,31	\$ 43.612,07	\$ 45.792,68	\$ 48.082,31	\$ 50.486,43	\$ 53.010,75
VENTAS TOTALES	\$ 79.954,56	\$ 83.952,29	\$ 88.149,90	\$ 92.557,40	\$ 97.185,27	\$ 100.375,03	\$ 103.690,89	\$ 107.138,49	\$ 110.723,73	\$ 114.452,80
Costo de Venta										
Alimentos	\$ 13.735,01	\$ 14.421,76	\$ 15.142,85	\$ 15.899,99	\$ 16.694,99	\$ 17.028,89	\$ 17.369,47	\$ 17.716,85	\$ 18.071,19	\$ 18.432,62
Bebidas	\$ 8.542,80	\$ 8.969,94	\$ 9.418,44	\$ 9.889,36	\$ 10.383,83	\$ 10.903,02	\$ 11.448,17	\$ 12.020,58	\$ 12.621,61	\$ 13.252,69
TOTAL DE COSTOS	\$ 23.986,37	\$ 25.185,69	\$ 26.444,97	\$ 27.767,22	\$ 29.155,58	\$ 30.112,51	\$ 31.107,27	\$ 32.141,55	\$ 33.217,12	\$ 34.335,84
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 55.968,19	\$ 58.766,60	\$ 61.704,93	\$ 64.790,18	\$ 68.029,69	\$ 70.262,52	\$ 72.583,63	\$ 74.996,95	\$ 77.506,61	\$ 80.116,96
GASTOS NO DISTRIBUIDOS										
Administración	\$ 10.150	\$ 10.658	\$ 11.190	\$ 11.750	\$ 12.337	\$ 12.954	\$ 13.602	\$ 14.282	\$ 14.996	\$ 15.746
Sueldos operacionales	\$ 25.000,000	\$ 26.250,000	\$ 27.562,500	\$ 28.940,625	\$ 30.387,656	\$ 31.907,039	\$ 33.502,391	\$ 35.177,511	\$ 36.936,386	\$ 38.783,205
Mantenimiento	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Contabilidad	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Servicios Básicos	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
TOTAL GASTOS NO DISTRIBUIDOS	\$ 28.006,15	\$ 29.256,66	\$ 30.569,69	\$ 31.948,37	\$ 33.395,99	\$ 35.785,99	\$ 37.381,99	\$ 39.057,79	\$ 40.817,38	\$ 42.664,95
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS	\$ 27.962,04	\$ 29.509,94	\$ 31.135,24	\$ 32.841,80	\$ 34.633,69	\$ 34.476,53	\$ 35.201,63	\$ 35.939,15	\$ 36.689,23	\$ 37.452,01
CARGOS FIJOS										
Renta	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.600,00
Gastos financieros	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 1.000,00
Depreciación	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 1.000,00
Permisos	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 130,00	\$ 140,00	\$ 150,00	\$ 160,00	\$ 170,00
TOTAL CARGOS FIJOS	\$ 5.810,00	\$ 5.810,00	\$ 5.820,00	\$ 6.820,00	\$ 6.825,00	\$ 6.830,00	\$ 7.840,00	\$ 7.850,00	\$ 7.860,00	\$ 8.770,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 22.152,04	\$ 23.699,94	\$ 25.315,24	\$ 26.021,80	\$ 27.808,69	\$ 27.646,53	\$ 27.361,63	\$ 28.089,15	\$ 28.829,23	\$ 28.682,01

ANEXO H: ORGANIGRAMA MUNICIPIO DE QUININDÉ



ANEXO I:

	
ITEMS	PRECIOS
• Empanadas Verde	\$ 1,00
• Empanadas de Harina	\$1,00
• Tostada de queso	\$1,00
• Tostada de jamon	\$1,00
• Sanduche campestre	\$1,22
• Sanduche de pernil	\$3,00
• Sanduche de pollo	\$3,00
• Patacon Burguer	\$ 4,00
• Cheesecake de oreo	\$1,00
• Choripan	\$4,00
• Sanduche americano	\$3,50
• Ensalada cesar	\$3,75
• Ensalada americana	\$4,00
• Tostada mixta	\$1,50
• Torta de chocolate	\$3,50

	
BEBIDAS	PRECIOS
• Batidos	\$ 1,50
• Jugo	\$1,00
• Capuccino	\$2,00
• Frapuchino	\$2,50
• Café	\$1,00
• Café en leche	\$1,00
• Gaseosas	\$0,75
• Agua	\$0,80

11. Bibliografía

Banco Central . (30 de 10 de 2021). Obtenido de

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021#:~:text=BCE-,Ecuador%20registra%20un%20crecimiento%20interanual%20de%208%2C4%25%20en,el%20segundo%20tr>

Mis Apellidos. (s/f). Obtenido de [https://www.misapellidos.com/significado-de-](https://www.misapellidos.com/significado-de-Sarabia-117170.html)

[Sarabia-117170.html](https://www.misapellidos.com/significado-de-Sarabia-117170.html)

Ministerio del turismo. (s/f). Obtenido de Indicadores clave:

<https://u.pcloud.link/publink/show?code=XZMHyIXZ1eg91YWtBwmUOtRqQM7XL0pPxBlk>

Municipio de Quinindé. (s/f). Obtenido de

http://municipiodequininde.gob.ec/municipio/index.php/component/easyfold-erlistingpro/?view=download&format=raw&data=eNpFUMtOwzAQ_JXI9zRxoaw4XceQQkPUCQlxt5Zk467kOJEfUIH4WP4EPxJxsj07M55ZEJyLb1wn9oiNk-7RsQMT251gNIJC17xZMG4Gi6YjaLYtPyRC1LDg0BaJy5Bg7TpSAZ3_t7s

POCAIP. (03 de 06 de 2021). Obtenido de <file:///Users/anaflores/Downloads/426-Texto%20del%20art%C3%ADculo-794-2-10-20210603.pdf>

Prefectura de Esmeraldas. (2015). Obtenido de

<http://www.prefecturadeesmeraldas.gob.ec/web/assets/pdot-cant%A2n-quininde.pdf>

Weather Spark. (s/f). Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/19367/Clima-promedio-en-Rosa-Zarate-Ecuador-durante-todo-el-año>

QuestionPro. (s/f). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/que-son-los-recursos-humanos.html>