



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Taller de Titulación Hospitalidad: Pie N'Art**

**Natasha Armendariz Augeraud**

**Ana María Páez Alarcón**

**María José Páez Alarcón**

**Mauricio Cepeda, Master, Director de Tesis**

Tesis de grado presentada como requisito  
para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, mayo de 2013

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

**HOJA DE APROBACION DE TESIS**

**Taller de Titulación Hospitalidad: Pie N'Art**

**Natasha Armendariz Augeraud**

**Ana María Páez Alarcón**

**María José Páez Alarcón**

Mauricio Cepeda, Master, Director de Tesis -----

Decano del Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Guliana Pachano, Master -----

Miembro del Comité de Tesis

Quito, mayo de 2013

© DERECHOS DE AUTOR

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

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Natasha Armendariz Augeraud

C. I.: 1714861901

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Ana María Páez Alarcón

C. I.: 1720436078

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: María José Páez Alarcón

C. I.: 1720436094

Fecha: Quito, mayo de 2013

**Dedicatoria**

Queremos dedicar nuestro proyecto a todas las personas que creyeron en nosotras y nos ayudaron a desarrollarlo. A nuestros padres, por darnos el apoyo incondicional de siempre para poder concluir con esta etapa de nuestras vidas, y a nuestros hermanos, David Armendariz y María Elena Páez, que aportaron con su toque de creatividad para darle vida a Pie N' Art.

## **Agradecimientos**

Agradecemos en primer lugar al Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo y a todos los que forman parte del mismo por todo los conocimientos y experiencias que nos han dado, a la Universidad San Francisco por permitirnos crecer como personas y por último, a nuestra familia y amigos que han sido un apoyo constante en nuestra vida.

## **Sumario Ejecutivo**

Pie N' Art es un concepto dirigido principalmente a mujeres, el cual propone brindar un servicio de cafetería y repostería, siendo el producto estrella los pies. Brinda un ambiente atractivo y confortante en base a decoración que utilizará estilos Kitsch y Pop Art. Su capacidad será de 92 personas en una combinación de mesas y salas, el cheque promedio aproximado es de \$12 y estará abierto los 7 días de la semana. Además se cuenta con una galería de Arte donde se presentaran los mejores proyectos de la facultad de arquitectura y arte de la USFQ. Para maximizar el uso del local, existe la opción de realizar eventos de cualquier tipo.

El estudio de factibilidad muestra que es un proyecto realizable y rentable a largo plazo. Consta de una inversión inicial de \$153, 526. 8, la cual se recuperará a partir del tercer año.

Pie N' Art está ubicado en la Avenida Pampite y José Fray Vargas en el sector de Jacarandá del Valle de Cumbayá. Actualmente el sector cuenta con varios generadores de demanda y se espera crecimiento futuro.

A pesar de que existen amenazas como la saturación del mercado y negocios que ofrecen productos similares, Pie N' Art cuenta con importantes diferenciadores que podrían contrarrestarlas como la galería de arte y el concepto planteado ya que es pionero en cuanto a cafeterías dentro de la ciudad.

## **Abstract**

Pie N' Art es un proyecto enfocado en ofrecer un ambiente único a través de variables primordiales como su decoración estilo Pop Art-Kitsch y su amplio menú, el cual incluye opciones deliciosas para desayuno, picadas, almuerzo e inclusive tentempiés de media tarde y noche. Adicionalmente, el negocio fusionará su estilo vanguardista con una galería de arte que, junto con la USFQ, se exhibirán algunas de las piezas auténticas de los alumnos de la facultad de Arte. El negocio estará ubicado en el Valle de Cumbayá, en una de sus zonas privilegiadas por estar rodeada de importantes generadores de demanda.

Pie N' Art is a project mainly focused in offering a unique atmosphere based in a Pop Art Kitsch decoration and a varied menu; which includes delicious options for breakfast, lunch, snacks and dinner. Additionally, this business will join its modern style with an art gallery that, thanks to an association with USFQ, will bring the opportunity to its art students to display their most authentic and original pieces. Pie N' Art will be located in one of the most privileged areas of Cumbaya Valley due to its full demand generators surroundings.



## Índice

1.	Concepto del proyecto.....	11
2.	Estudio de factibilidad.....	17
6.1	Entorno Macroeconómico .....	17
2.2	Análisis de sitio .....	22
2.2.1	Localización .....	22
2.2.2	Adaptabilidad y Conveniencia Física.....	23
2.2.3	Acceso y Visibilidad .....	25
2.2.4	Servicios Básicos.....	25
2.2.5	Situación Legal y Regulaciones Municipales.....	27
2.3	Análisis Vecindario .....	28
2.4	Análisis del área de mercado.....	31
2.5	Análisis de la Oferta.....	39
2.6	Análisis de la demanda y share of market .....	43
2.6.1	Pronóstico de ingresos y gastos.....	44
2.6.2	Análisis de rentabilidad del proyecto .....	45
3.	Diseño y Arquitectura .....	45
7.1	Programa de Espacio.....	47
3.2	Diagrama de relación espacial.....	49
3.3	Distribución de espacios (mesas, galería de arte y taller) .....	50
3.3.1	Mesas y sillones .....	50
3.3.2	Galería de arte y taller .....	50
3.3.3	Descripción de áreas Públicas: .....	51
3.4	Back Of The House .....	52
3.4.1	Descripción de la Cocina.....	52
3.4.2	Área de bodegas .....	53
3.4.3	Oficinas y Sala de Reuniones:.....	53
3.4.4	Recibidor y Basura: .....	54
3.4.5	Área de Empleados: .....	54
4.	Programa de Alimentos y Bebidas .....	63
8.1	Descripción y puntos de venta .....	63
8.2	Menú .....	63

9	Recursos Humanos .....	72
9.1	Cultura Organizacional .....	72
9.3	Selección y Reclutamiento .....	73
9.2	Organigrama.....	74
10	Presupuesto total del Proyecto .....	75
11.	Conclusiones .....	75
12.	Referencias.....	77
11	Anexos.....	80

## 1. Concepto del proyecto

Durante los últimos años, la industria que concierne a los servicios y a la Hospitalidad, ha sido una de las que ha mostrado mayor crecimiento. Es por esta razón que se decidió crear un negocio de alimentos y bebidas que estará especializado en brindar un servicio de cafetería y repostería, siendo nuestro producto estrella los pies. El proyecto basará su concepto en brindar un servicio diferenciado que reúna atributos especiales que tengan la capacidad de atraer efectivamente a nuestro mercado meta. El negocio estará enfocado a todo tipo de mujeres a las que les guste disfrutar de un ambiente exclusivo, llamativo, cómodo y relajante.

Nuestro negocio combinará un ambiente moderno que utilizará estilos Kitsch y Pop Art que harán del lugar un espacio atractivo y confortante para nuestro segmento objetivo. La decoración que propone este tipo de estilo es bastante atrevida, vanguardista y llamativa ya que combina tonos de colores estridentes como el verde limón, rosa chicle, azul eléctrico con elementos bastante irregulares y chillones. Algunas de las texturas más utilizadas para enfatizar este tipo de estilos son el papel, el cristal, el plástico, las pieles, entre otros materiales sintéticos. En cuanto a los muebles, se utilizarán mesas, sillas de formas geométricas, objetos estafalarios y sillones forrados de materiales sintéticos que hagan juego con almohadones de felpa y cuero. Este tipo de ambiente junto con la oferta de nuestros productos y servicios serán los responsables de brindar una experiencia única e inolvidable a nuestras clientas.

### Tipo de empresa:

Pie N° Art será una compañía limitada que contará con 3 socias. Este tipo de sociedad contiene características propias del régimen personalista y del régimen de capital. Será una sociedad cerrada y se ha optado por esta opción ya que es la forma más idónea para la pequeña empresa en cuestión. En ella, todas las socias responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. Se entiende por aportaciones cualquier clase, ya sea dinero, bienes, industria, etc. Todas las participaciones gozarán de iguales derechos.

Entre las obligaciones de las socias constará pagar a la compañía la participación suscrita, abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en administración, responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de la compañía y de las del pago de las aportaciones. Cualquier decisión se deberá tomar en forma unánime. Por último, se entenderá que la junta general estará constituida por los socias de la misma, y serán consideradas el órgano supremo de la compañía (Régimen de compañías – constitución de compañías limitadas) (Revista Judicial, 2010).

### Servicios a Ofrecer:

El negocio estará especializado en la venta de bebidas calientes como café, té, aguas aromáticas; tanto como de bebidas frías tipo smoothies de frutas y frozen cafés. También se contará con la venta de productos de repostería y panadería, como diferentes tipos de panes, pies y pasteles. Además tendremos la línea de productos de sal como

sánduches, ensaladas, sopas y embutidos (picadas). Pero también, una línea de licores. Nuestro servicio será personalizado y se contará con personal capacitado que tenga la habilidad de recomendar y dar asistencia a nuestras clientas con el fin de transmitir una sensación de comodidad y confianza en este espacio creado. El tipo de servicio que se brindará será una combinación entre counter y servicio americano, el cual consiste en hacer el pedido en caja para que posteriormente algún miembro de nuestro personal entregue su pedido en la mesa respectiva. Se ofrecerá también servicio de pick-up bajo pedidos. Las socias estarán presentes en el restaurante para tener mayor control del servicio brindado y de los procesos efectuados. Así mismo, se piensa hacer un convenio con la Universidad San Francisco de Quito para que utilicen cierta parte de nuestro restaurante como galería de arte donde se presentaran los mejores proyectos de la facultad de arquitectura y arte, mezclando entonces nuestra decoración con proyectos de arte.

Por otra parte, hemos decidido maximizar el uso de nuestro local dando la posibilidad de hacer eventos en el mismo de cualquier tipo.

Cheque Promedio	12	Capacidad	92
Días abiertos al mes	30 – 31	Rotación	0,9
Meses	12		

### Experiencia del Cliente

La experiencia de nuestras clientas empezará desde el momento que ingresan al local. Juntos, elementos como el ambiente, la decoración, el servicio personalizado y la variedad de productos ofrecidos serán fundamentales para brindar una experiencia única a

nuestro mercado meta. Con el fin de maximizar la satisfacción en la experiencia del cliente; la empresa tendrá en cuenta aspectos como:

- Seguridad que brindamos al cliente con cero riesgos, peligros o dudas en el servicio.
- Credibilidad mediante la demostración de seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza sin promesas exageradas. Fiabilidad en la ejecución del servicio y de los procesos.
- Comunicación con el fin de mantener a nuestras clientas bien informadas, utilizando lenguajes verbales y corporales sencillos de fácil comprensión que transmitan bien el mensaje de la empresa.
- Comprensión del cliente a través de entender sobre sus necesidades y hacer un esfuerzo por ponernos en su lugar, lo que desea, cuándo y cómo.
- Accesibilidad brindada a través de varias vías de contacto con los clientes (física, telefónica, web).
- Profesionalismo y posesión de destrezas necesarias; cortesía, atención, respeto y amabilidad por parte del personal de apoyo hacia nuestras clientas.
- Los elementos tangibles como las instalaciones físicas y equipos deberán mantener buenas condiciones y lograr transmitir higiene y un buen impacto en general.

#### Capacidad:

El Pie N' Art contará con capacidad para 92 personas sentadas. Sin embargo, para eventos se tendrá capacidad para 400 personas.

#### Ubicación:

Nuestro local estará ubicado en la Avenida Pampite y José Fray Vargas en el sector de Jacarandá del Valle de Cumbayá. Se considera que esta es una ubicación privilegiada para desarrollar el negocio ya que ésta es una zona bastante transitada y que presenta un alto índice tanto residencial como comercial. En cuanto a las cercanías, la ubicación del local está rodeada de varios lugares importantes que son considerados generadores de demanda como oficinas, colegios, residencias, universidad, hospital, clínicas, hoteles y centros comerciales.

Dimensión:

Área de Terreno: 1250 m<sup>2</sup>

Área de Construcción: 613 m<sup>2</sup>

Frente: 72 m

Mercado Meta:

Nuestro segmento objetivo estará definido por todo tipo de mujeres que busquen una experiencia diferente, moderna y casual estilo Kitsch y pop Art. El nivel socioeconómico al que el proyecto se enfoca es principalmente a la clase media-alta, alta.

Misión:

Buscar superar las expectativas de nuestros clientes a través de la oferta de un concepto creativo e innovador que tenga como meta satisfacer las necesidades de nuestro mercado meta; y hacer de la experiencia de cada uno de ellos, algo único. La creación de

un espacio exclusivo, moderno, cómodo y relajante, junto con la novedosa variedad de productos que se ofertan, serán la clave para que las clientas se lleven consigo una experiencia inolvidable.

#### Visión:

Ser reconocidos como un equipo creativo, divertido, y profesional, trabajando siempre con altos estándares de calidad; ofreciendo servicios y productos de excelencia a nuestros clientes; posibilidades de desarrollo a su personal y trato justo a sus proveedores; siempre basándonos en valores humanos como: respeto, profesionalismo, transparencia, entusiasmo, compromiso, creatividad, compañerismo, cooperación y confianza.

#### Objetivos:

- El objetivo de Pie N'Art es brindar un servicio excepcional con un nivel alto de productos tanto como en servicios de restauración con el propósito principal de satisfacer a su mercado meta.
- Ofrecer un trato personalizado a todas nuestras clientas con el fin de inspirar en ellas el deseo de regresar, que encuentren en nuestro negocio un sitio perfecto para disfrutar de un momento agradable, junto con una gama interesante de productos.
- Crear un ambiente acogedor y moderno por medio de la oferta de un servicio único y personalizado.
- Satisfacer y superar las expectativas de nuestro segmento objetivo a través del enfoque y dedicación en el progreso de todas las variables del negocio.
- Fomentar el buen desarrollo de nuestro personal, fundando fidelidad, buena comunicación y confianza dentro de nuestra empresa.
- Ofrecer trato justo a proveedores.



- Competir justa y lealmente con la competencia mediante la implementación de una estrategia de diferenciación definida.
- Basar nuestro incremento de ventas en un buen desempeño de trabajo diario y manejo de buena reputación; logrando expansión y progreso del negocio.
- Lograr alto reconocimiento a nivel local y posicionar al negocio como “top of mind” dentro de su zona.
- Dedicar nuestro esfuerzo a identificar necesidades y preferencias específicas de nuestras clientas actuales y potenciales.
- Dar la posibilidad de utilización de espacio para eventos, con un buen ambiente y un espacio limpio y seguro.
- Fomentar la cultura y el arte ecuatoriano de jóvenes artistas.
- Crear un espacio diferente, que rompa con las tradiciones, que vaya más de la imaginación de las personas, que sobrepase las expectativas de un simple restaurante.

## **2. Estudio de factibilidad**

### **6.1 Entorno Macroeconómico**

Con el fin de llevar a cabo nuestro proyecto, se ha identificado la estricta necesidad de determinar ciertos aspectos cruciales tanto del entorno de la zona como del país, ya que probablemente serán responsables de algunos efectos en nuestro negocio; siendo éstos provenientes de variables externas incontrolables. A grandes rasgos, se puede decir que el país representa una situación económica y social bastante dinámica con incrementos sustanciales en su economía y en el comercio internacional; así como también se han evidenciado nuevos liderazgos de Estado y aplicaciones de nuevos paradigmas, mismos

que han afectado directamente en el desarrollo nacional. Entre las variables que se consideraron fundamentales se encuentran:

- Variables Económicas (Economía de Ecuador se desacelerará para el 2013, 2012):  
Quito, la capital del país, es conocida también por ser el centro financiero del mismo; englobando en ella a las industrias nacionales e internacionales de mayor importancia. La ciudad igualmente cuenta con un alto y variado movimiento comercial, así como también se ha detectado un gran incremento en su turismo. En cuanto a la zona en específico, Cumbayá y Tumbaco se constituirán en una centralidad fundamental desempeñando un rol de núcleo de servicios para el nuevo desarrollo aeroportuario, así como también serán identificadas como zonas bastante atractivas para la inversión de nuevos proyectos que causen gran impacto económico de la localización.

Se sabe igualmente que desde el año 1999 que fue en uno de los que el país mayormente atravesó una crisis, el PIB decreció progresiva y significativamente.

La economía se rige a la dolarización y algunas fuentes confirman que una alarmante cifra de 80% de la población no satisface sus necesidades básicas (Situación económica del país, s.f). Si bien es cierto, la precaria situación económica ha significado una recesión para el país, sin embargo condujo a un proceso de inmigración fuerte que junto con los ingresos provenientes del petróleo, han mantenido la situación económica nacional a flote.

Por otro lado, según datos de la Corporación Financiera Nacional, el crecimiento que se ha detectado los últimos años se debe al aumento de las exportaciones petroleras y especialmente por el precio unitario del barril de petróleo así como por el incremento de ventas en el exterior de productos como banano, café, camarón y

pescado (Entorno del país, 2010). Ecuador, a pesar de ser un país el cual cuenta con una gran cantidad de productos para su exportación, no ha podido superar su déficit comercial debido a las importaciones que se realizan de materias primas para sector productivo. Además, establece que la tasa de desempleo sigue siendo representada por una cifra relativamente alta, representando un poco menos de la mitad de ecuatorianos en capacidad de trabajar sostienen un empleo informal; subvalorado y no reciben todos los beneficios que por ley les corresponde.

En cuanto al crecimiento de la economía, la desaceleración que se detectó en el último semestre del 2012, proyectó un estancamiento para el año actual (2013) presentando un 4% de PIB frente al 8% que se vio en el 2011; significando un agotamiento del modelo económico del Gobierno. Según cifras y proyecciones del Banco Central del Ecuador, la reducción de expectativas de crecimiento del país, indican que el Gobierno no podrá seguir aumentando su inversión pública; misma que ha sido considerado un impulsador económico durante algunos años. Datos concretos publicados por el Banco, establecen que para el año 2013 se estiman bajas en sectores como la construcción y la agricultura; sin embargo habrá un leve crecimiento en la industria manufacturera. Factores como la reducción de consumo en los hogares y la falta de políticas concretas han provocado que el entorno de políticas públicas cambie desfavorablemente para el sector productivo del país.

El hecho de considerar el crecimiento o decrecimiento de la economía del país y sus distintas variables, aporta con una guía que da una idea de cómo está la situación de los diversos sectores e industrias que sostienen al país. Gracias a estos datos, se puede deducir vagamente la disposición que tendrán los consumidores para adquirir ciertos productos y servicios; así de cuanto capital está siendo invertido en cada una

de las industrias. Aunque la economía ha presentado datos variables en cuanto a su crecimiento, las oportunidades de invertir en un nuevo negocio siguen siendo significativas y en su mayoría, rentables a largo plazo.

- Variables Sociales (Sanando, s.f, 3-5): Teniendo en cuenta que nos encontramos incluidos entre los territorios que el subdesarrollo abarca, cabe nombrar algunas de las causas que lo representan. En primer lugar tenemos la pobreza extrema en un sector grande del país. Esta engloba a la vez muchas situaciones que conllevan a la sociedad a presentar un comportamiento retrógrado de muchas maneras que incluye el excesivo crecimiento de la población, mala salud, analfabetismo, pésima infraestructura y pocos ahorros. Algunos mecanismos institucionales como las prestaciones por desempleo y las ayudas económicas a los pobres, continúan construyendo un país mediocre que se sostiene con bonos benéficos en lugar de aumentar su poder adquisitivo mediante esfuerzos. Además está el hecho de que el desarrollo social de un individuo dependerá mucho de las oportunidades económicas que disponga, de la forma en que se manifiesten sus libertades políticas, de las garantías de transparencia que goce y también de la seguridad que esté amparado. Así mismo, el orden social defectuoso del país, imposibilita el esfuerzo serio y eficaz del progreso económico, dejando que se manifiesten masas aturdidas y fatalistas, mismas que en su mayoría muestran incapacidad de despojarse de su miseria. A estas masas se le suman minorías generalmente ricas y cultas, las cuales a menudo buscan gozar de las ventajas de la civilización de los países ricos. La clase media por otro lado, aunque esté constituida mayormente por gente preparada y profesional; sigue siendo la más afectada por las decisiones

tomadas en los altos mandos, siempre apuntando sus esfuerzos para pertenecer al círculo de los privilegiados.

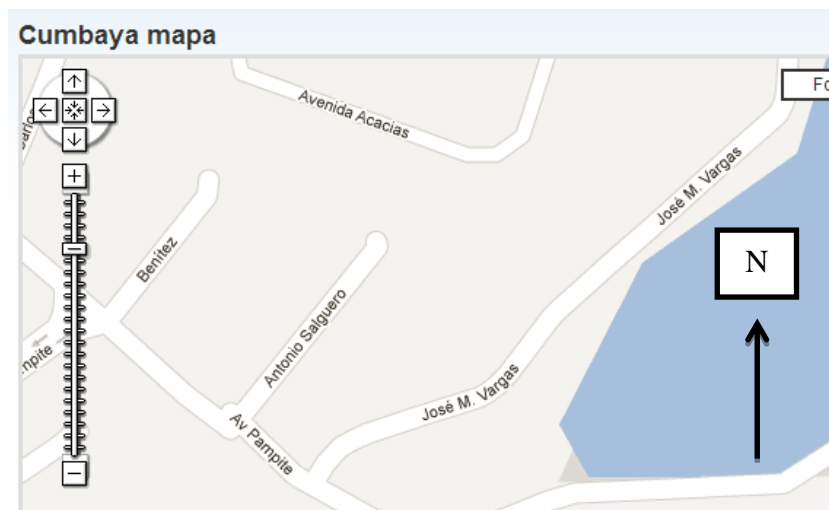
- **Variables Políticas:** El 2013, fue un año electoral en el que nuevamente triunfó el movimiento Alianza País con una buena mayoría y el proceso electoral se extenderá hasta el 2014 para la elección de alcaldes y concejales. Según un artículo del Diario La Hora; lastimosamente el panorama político significará una incidencia de manera decisiva en cuanto a la proyección económica que se podría realizar a futuro. Algunos analistas establecen que gracias al movimiento político que ha existido en el 2013, la economía no representará su mejor situación ya que la mayoría de los inversionistas estarán a la expectativa de saber quiénes serán los nuevos gobernantes con el fin de tomar medidas y “saber a qué atenerse”. Por otro lado, se considera que el Gobierno no aporta con las garantías suficientes al momento de querer fundar un negocio e inyectar capital; ocasionando que las inversiones se restrinjan, y por ende se reducirá la confianza para atraer capital extranjero capaz de hacer que nuevas empresas se constituyan. Desde el año 2009, el cual Rafael Correa asumió el poder se han evidenciado varios cambios en el país, muchos de los cuales inspiran una rivalidad intensa entre la población. Es fundamental para el país la elección de buenos líderes que estén bien ubicados en el centro y que sepan tomar decisiones que afecten positivamente a la periferia. La corrupción generalizada ha logrado un desbalance en las actividades políticas y la desconfianza entre los habitantes del país, logrando una desigualdad preponderante entre clases sociales.
- **Variables Tecnológicas:** Esta variable estará mayormente regida a tendencias globales. A pesar de que Ecuador sea un país tercermundista, las tendencias y

avances tecnológicos que se ven, no representan un mayor atraso relacionado con el resto del mundo.

- **Variables Ecológicas:** Ecuador es reconocido mundialmente por ser uno de los países más mega diversos de todo el mundo. Su variedad de flora tanto como de fauna es uno de los atractivos turísticos más relevantes del país. Así mismo, su inmensidad de ecosistemas han sido tema de visita y estudio de muchos expertos. En relación con el ámbito empresarial, ésta variable es una de las que se encuentra en auge, ya que las tendencias de los consumidores se han visto inclinadas hacia apoyar a las industrias que cuenten con responsabilidades sociales y ambientales bien definidas.

## 2.2 Análisis de sitio

### 2.2.1 Localización



El terreno de la cafetería está ubicado en el Valle de Cumbayá, frente al Reservorio, en el sector Jacarandá.

El sector Jacaranda se encuentra limitado desde el área del Reservoirio, la cual es altamente residencial y además se encuentra la Universidad San Francisco; hasta la calle Juan Montalvo que interseca con la Av. Pampite, la cual conduce al Parque de Cumbayá.

Esta zona se caracteriza por ser residencial de alta densidad. Existe mucho movimiento de gente gracias a los generadores de demanda existentes en la zona (USFQ, Centros Comerciales, Oficinas). Es una zona muy valiosa por su ubicación, por lo que diferentes negocios se han desarrollado y han ido creciendo conforme el Valle de Cumbayá y la población se extiende.

### **2.2.2 Adaptabilidad y Conveniencia Física**

El terreno está ubicado en un sitio conveniente debido al alto tráfico existente en la zona y todos los generadores de demanda que existen alrededor del mismo. El mismo tiene las siguientes características:

Extensión: 1250 m<sup>2</sup>, de los cuales 613m<sup>2</sup> pertenecen al área de construcción

Los linderos generales del lote de terreno enunciado son:

Por el Norte: Calle Antonio Salguero, pertenece a la Urbanización Jardines del Este I.

Por el Sur: Calle José M. Vargas, junto al Reservoirio

Por el Este: Restaurante de comida colombiana internacional “Mi Ranchito”

Por el Oeste: Av. Pampite

Actualmente en el terreno se encuentra una casa de tres plantas, la cual ha sido utilizada por fines comerciales durante algunos años. La misma se encuentra arrendada al restaurante marisquería “El Arrecife”, Local 3: Cumbayá.

Se piensa arrendar el terreno, el arriendo mensual aproximado es de \$4000. Se iniciará el proyecto con demoliciones internas y construcción y adecuación para la línea de producción y la parte administrativa. Posteriormente, se decorará y amoblará el local según el concepto elegido.

Se adecuará la parte exterior para proporcionar estacionamiento a nuestros clientes. En la parte exterior de la entrada al local, se construirá una pérgola, para crear una primera impresión positiva y un ambiente tranquilo. Además se construirá una nueva puerta de acceso al local que conducirá directamente al counter, derrocando ciertas paredes existentes y construyendo otras (siguiendo lo acordado con el propietario del terreno) con el fin de maximizar la capacidad del local ya que actualmente se encuentra muy dividido. Además, de esta manera acoplamos el espacio a nuestro tipo de servicio ya que los clientes deben acudir primero al counter para pedir su orden y pagar. Posteriormente los meseros llevarán las órdenes a las mesas.

Actualmente, existen unas escaleras internas que conectan la planta baja con el primer piso, las cuales obstruyen el flujo deseado de personas. Por esta razón se ha decidido remover las gradas y tapar esa área para que así la circulación de gente dentro de la cafetería sea más eficiente. Así mismo, se aprovechará la planta baja del terreno para oficinas y almacenamiento. Para esto es necesario construir una pared que dividirá las dos áreas.



Por último, se adecuará, amoblará y decorará tanto el interior de la cafetería, como el jardín exterior y las puertas de acceso de nuestros clientes.

### **2.2.3 Acceso y Visibilidad**

En el Sector de Jacarandá en el valle de Cumbayá, se encuentran vías altamente transitadas debido a todos los generadores de demanda existentes, entre estas se encuentran: la Av. Pampite, la calle Diego de Robles (USFQ) y la calle Francisco de Orellana donde se encuentra el Parque de Cumbayá.

En ésta zona se encuentran varios locales comerciales, además del Colegio Menor San Francisco. Al ser una zona de alta densidad residencial, existe un alto tráfico vehicular y peatonal.

Una gran ventaja que tiene este local es la ubicación, ya que al ser una esquina transitada, es visible y llama la atención. Existe alto tráfico, aumenta en horas pico en la mañana de 7:00 a 10:00 am y en la tarde - noche de 17:00 a 20:00 pm entre semana. En cuanto a los fines de semana, a pesar de que el tráfico es más fluido, existe mayor tráfico durante el mediodía.

### **2.2.4 Servicios Básicos**

Este terreno cuenta con todos los servicios básicos, los cuales se listan a continuación en detalle:

- Agua Potable: Cuenta con servicio de agua potable que es administrada por la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento.
- Alcantarillado: Cuenta con servicio de alcantarillado, el cual fue realizado y es actualmente controlado por la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento.
- Energía Eléctrica: Cuenta con cableado público controlado por la Empresa Eléctrica Quito. Solamente en casos extremos se va la energía como en fuertes lluvias o problemas con la EEQ.
- Teléfono: Esta zona cuenta con cableado público realizado por La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).
- Transporte: Aproximadamente el 77% de la población de Quito utiliza transporte público. El Valle de Cumbayá cuenta con el mismo como cooperativas de taxi que circulan por las calles y carreteras, además existe una línea de bus público que circula alrededor del valle y conecta con los demás puntos importantes de la ciudad de Quito. A pesar de que el paso de buses está restringido en estas calles, el pueblo de Cumbayá que es muy cercano cuenta con varias paradas específicas.
- Gas: El gas será centralizado, se hará un convenio con la distribuidora Alcanos, que vendrá a abastecernos de gas en periodos definidos.
- Basura: El Municipio de Quito pone a su disposición camiones de recolección de basura en respectivos horarios para cada zona.

### 2.2.5 Situación Legal y Regulaciones Municipales

El terreno que se utilizará para la cafetería, pertenece a la Sra. María del Pilar Campos Zapata, y actualmente se encuentra arrendado al restaurante “El Arrecife”. El avalúo comercial del terreno es de \$ 472 953, 54.

El terreno está sujeto a regulaciones municipales establecidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Administración Zonal de Tumbaco (“Administración zonal de Tumbaco”, s.f). Entre estas se encuentran:

- Uso residencial: “Es el que tiene como destino la vivienda permanente, en uso exclusivo o combinado con otros usos de suelo compatibles, en áreas y lotes independientes y edificaciones individuales o colectivas del territorio” (Ordenanza 172).
  - Residencial 3 (R3): “son zonas de uso residencial en las que se permiten actividades económicas y equipamientos de nivel barrial, sectorial y zonal” (Ordenanza 172).
- Clasificación de suelo (SU): Suelo Urbano
- Forma de ocupación del suelo: Aislada
- Retiros:
  - Retiro frontal: 5 metros
  - Retiro lateral: 3 metros
  - Retiro Posterior: 3 metros
  - Entre Bloques: 6 metros
- Extensión del terreno: 1250 m<sup>2</sup>
- Lote mínimo: 600 m<sup>2</sup>

- Frente mínimo: 15 metros
- Altura: 12 metros
- Número de Pisos: 3
- Exceso de tierra: para los excesos de tierra se ha optado por la construcción de un parqueadero adicional y la creación de oficinas en la planta baja del proyecto.
- Futuros cambios de la zona:

No existirán mayores cambios en la zona ya que es considerada residencial y existen varias casas y conjuntos actualmente. Sin embargo, pueden variar los generadores de demanda ya que en el “Centro Comercial la Esquina” rotan mucho los locales. Además, hay proyectos de construcción de oficinas.

### **2.3 Análisis Vecindario**

Cumbayá es una de las zonas donde más transformación se ha registrado en los últimos tiempos. Pasó de ser una zona agrícola a una zona residencial y luego altamente comercial. Hace varios años, muchas personas consideraban a Cumbayá como una zona “de paseo”, donde existían pequeños negocios, una zona para visitar en fin de semana. Con el pasar del tiempo, Cumbayá fue creciendo y se convirtió en lo que es ahora. Se ha visto muchas oportunidades para poder crecer como negocio y por eso se decidió implementar esta idea innovadora (Cumbayá, s.f).

Cumbayá se limita al norte y al oeste con el río Machángara, al sur con Guangopolo y al este con el Río San Pedro.

### Clima

Cumbayá se caracteriza por tener un clima cálido, lo cual se convierte en un punto a favor para los negocios en la zona.

### Empresas de la zona (los más cercanos)

- Centros comerciales: Centro Comercial Cumbayá, Paseo San Francisco, Escala.
- Hospital: Hospital de los Valles
- Clínicas: Clínica San Francisco, Clínica la Primavera
- Hotel: Hotel Cumbayá
- Empresas: oficinas de la zona
- Educación: Universidad San Francisco, Colegio Menor
- Otros: Reservorio

### Estado de las vías

Las vías son accesibles y están en buen estado. Con la construcción del nuevo aeropuerto, las vías han mejorado y la señalización es cada vez mejor. En otras palabras la movilidad ha mejorado, lo que reúne fundamentalmente la infraestructura y transporte, el equipamiento y servicios públicos y una ocupación eficiente de los espacios.

### Uso de tierras

Según la planificación del desarrollo territorial en el distrito metropolitano de Quito obtenemos que:

En delimitación y clasificación del suelo urbano, urbanizable y no urbanizable Cumbayá con los siguientes resultados.

Parroquia	Total	Urbano	Urbanizable	No urbanizable
Cumbayá	4853804	1406888	2419230	1027686
Porcentaje (%)	100	29.0	49.8	21.2

Pie N° Art está ubicado en una zona residencial, urbana.

#### Tipo de construcciones de la zona y condiciones

Cumbayá es una zona de importante desarrollo y por eso hablamos de una zona con muy buenas condiciones en términos de construcción. Se reconoce que en los últimos años ha habido importante incremento de la movilidad, un mejoramiento de equipamiento y servicios públicos, permitiendo entonces el crecimiento de varios negocios.

#### Disponibilidad de tierras

Si bien hemos visto, la zona de Cumbayá es una zona que permite el desarrollo de nuevos servicios y negocios, la disponibilidad de tierra es cada vez más alta. La aglomeración de personas ha crecido, lo cual demanda un crecimiento de negocios, servicios, vías, etc.

#### Principales competidores

Nuestros principales competidores son: Café Juan Valdez, Lucía y Cassolette, por proximidad y por servicios semejantes. Estas 3 empresas serian consideradas nuestra competencia primaria. La secundaria son aquellas empresas que entreguen un servicio o productos similares a los ofrecidos en Pie N° Art.

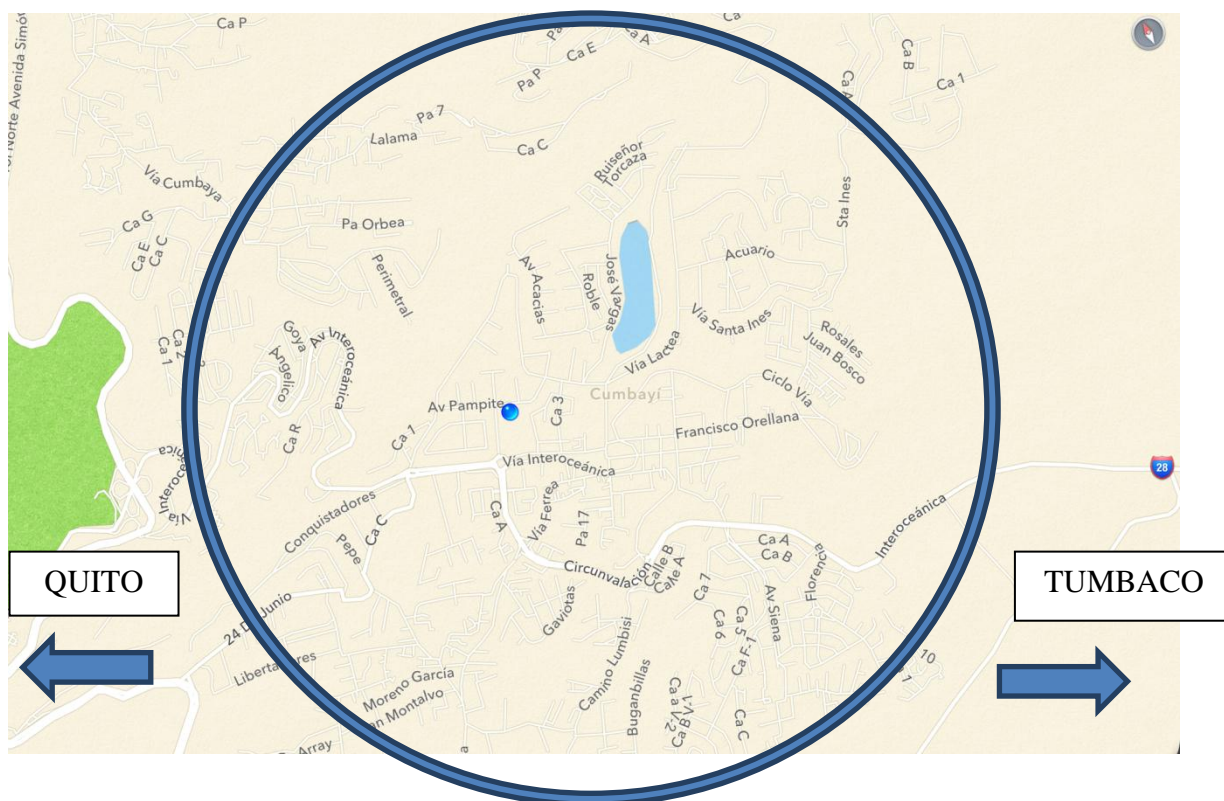
## Futura competencia

La futura competencia de Pie N' Art son todas las empresas que están por abrir en los centros comerciales cercanos y aquellas que han buscado oportunidades gracias a la apertura del nuevo aeropuerto.

Se puede determinar del vecindario que es una zona de desarrollo importante, que a futuro irá creciendo cada vez más, lo que abre las puertas a nuevos negocios. Con la implementación del nuevo aeropuerto la movilidad de personas, de empleos, de servicios irá creciendo cada vez más.

## 2.4 Análisis del área de mercado

Definición de límites (con un perímetro determinado por distancia en automóvil de 1 hora)



## Información económica y demográfica

Distribución de la población por grupos de edad (“Poblacion Pichincha”, s.f):

<u>Población de Pichincha: Grandes grupos de edad</u>	Hombre	Mujer	Total
<u>Población de Pichincha: De 0 a 14 años</u>	366852	356219	723071
<u>Población de Pichincha: De 15 a 64 años</u>	816292	874675	1690967
<u>Población de Pichincha: De 65 años y más</u>	72567	89682	162249
<u>Población de Pichincha: Total</u>	1255711	1320576	2576287

Estaríamos enfocados en el grupo que se encuentra entre 15 a 64 años principalmente. Y sobre todo en la población de Quito y principalmente la de Cumbayá. Por lo tanto los resultados siguientes:

### Quito

Cantón	Mujeres	Hombres	Total
Quito	1150380	1088811	2239191

Entre las 1150380 mujeres, el número de mujeres que se encuentran entre 15 a 64 años es:

<u>Población del Cantón Quito por: Grupos de edad</u>	Hombres	Mujeres	Total
<u>Población del Cantón Quito por: De 15 a 19 años</u>	102306	102530	204836
<u>Población del Cantón Quito por: De 20 a 24 años</u>	105506	109519	215025
<u>Población del Cantón Quito por: De 25 a 29 años</u>	102305	107359	209664



<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 30 a 34 años	87870	94478	182348
<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 35 a 39 años	74910	83405	158315
<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 40 a 44 años	64032	71680	135712
<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 45 a 49 años	59386	67322	126708
<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 50 a 54 años	47880	53798	101678
<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 55 a 59 años	39468	44251	83719
<u>Población del Cantón Quito</u> por: De 60 a 64 años	29985	34138	64123

Total: 768480 mujeres.

### **Cumbayá**

Parroquia	Mujeres	Hombres	Total
Cumbayá	16215	15248	31463
Porcentaje	51.54%	48.46%	100%

Entre las 16215 mujeres, el número de mujeres que se encuentran entre 15 a 64 años es:

Población Cumbayá:	Hombres	Mujeres	Total
De 15 a 19 años	1,331	1,349	2,680
De 20 a 24 años	1,227	1,315	2,542
De 25 a 29 años	1,163	1,339	2,502
De 30 a 34 años	1,095	1,275	2,370
De 35 a 39 años	1,199	1,371	2,570

De 40 a 44 años	1,099	1,155	2,254
De 45 a 49 años	1,027	1,154	2,181
De 50 a 54 años	812	899	1,711
De 55 a 59 años	725	754	1,479
De 60 a 64 años	552	542	1,094

Total: 11153 mujeres.

Un total de mujeres entre 15 años a 64 años, contando con el cantón Quito y la parroquia Cumbayá, de: 779633.

Socioeconómico y nivel de institución (según nivel socioeconómico) (Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, s.f)

Según los datos estadísticos realizados por la INEC, el grupo socioeconómico en Quito / Pichincha se divide en cinco niveles A, B y C+, C- y D. Cada nivel tiene un puntaje calculado según ciertas variables como son el nivel de educación del jefe de hogar, tipo de vivienda, afiliación al seguro privado, disponibilidad de internet, tenencia de computadora portátil, tipo de servicio higiénico, número de televisores a color, tenencia de refrigeradora, registro a una red social, entre otros. Juntando todas las variables (de mayor a menor importancia) da un resultado de 1000 puntos.

Grupos socioeconómicos	Puntaje
A	De 845 a 1000 puntos
B	De 696 a 845 puntos

C+	De 535 a 696 puntos
C-	De 316 a 535 puntos
D	De 0 a 316 puntos

Nuestra empresa estará enfocado en 2 niveles socioeconómicos: A y B. Según el INEC, los niveles A y B se caracterizan por (“Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico”):

### **Nivel A**

El estrato A se encuentra dentro del 1,9% de la población

Características de Vivienda:

- El material predominante del piso de estas viviendas son de duela, parquet, tablón o piso flotante.
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes:

- Todos los hogares disponen de servicio de teléfono convencional.
- Todos los hogares de este estrato cuentan con refrigeradora.
- Más del 95% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares de este estrato tienen dos televisiones a color.
- Más del 80% de los hogares tiene hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar.

#### Tecnología:

- El 99% de los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.
- La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil
- En promedio disponen de cuatro celulares en el hogar.

#### Hábitos de consumo:

- Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- Los hogares de este nivel utilizan internet.
- El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).
- El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet.
- El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

#### Educación:

- El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de post grado.

#### Economía:

- Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas.
- El 95% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.

- El 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

## **Nivel B**

Representa el 11,2% de la población.

Características de las viviendas:

- En el 46% de los hogares, el material predominante del piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes:

- El 97% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 99% de los hogares cuenta con refrigeradora.
- Más del 80% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares tienen dos televisiones a color.
- En promedio los hogares tienen un vehículo de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología:

- El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.
- El 50% de los hogares tiene computadora portátil.

- En promedio disponen de tres celulares en el hogar.

#### Hábitos de consumo:

- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

#### Educación:

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción superior.

#### Economía:

- El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
- El 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 47% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

## 2.5 Análisis de la Oferta

La metodología empleada para determinar la oferta fue tanto con trabajo de campo como con visitas a los locales de la zona que consideramos serían la futura competencia de Pie N' Art. En las visitas, tuvimos la oportunidad de observar la capacidad de los locales, cuanta gente entra a los mismos a utilizar los diferentes servicios como pick-up o servicio a la mesa, etc. También pudimos acercarnos a los administradores de algunos de ellos para obtener ciertos datos como rotación y ocupación dependiendo del día de la semana y los horarios de atención.

Dentro de la competencia primaria, consideramos tres principales dentro de la zona; Lucía Pie House & Grill, Juan Valdez Café ubicados en el Centro Comercial la Esquina y Cassolete ubicado en la calle Francisco de Orellana, junto al Parque de Cumbayá. Los factores que se consideraron para determinar la competencia fueron:

- Ubicación: Todos estos negocios están ubicados en la zona céntrica del valle de Cumbayá, donde hay mayor movimiento en cuanto a negocios de alimentos y bebidas, todos estos son cercanos.
- Tipo de comida: El tipo de productos que estos negocios venden son similares a los que tendrá Pie N' Art ya que incluyen repostería, cafés, pan, etc.
- Segmento de mercado: Todos estos negocios se dirigen a clase media, media-alta dentro de la zona.
- Cheque promedio: El cheque promedio está entre \$15 y \$25, al igual que el aproximado de Pie N' Art.
- Ambiente: decoración e infraestructura casual moderna, relajante y cómoda para los clientes.

Dentro de la competencia secundaria, se identificaron algunos negocios importantes dentro de la zona; Corfú/Cyrano junto al Centro Comercial la Esquina, panadería Ambrosía USFQ, Le Petite Patisserie en el centro comercial Paseo San Francisco, El Español (varios locales en Cumbayá y Tumbaco), Sweet and Coffee en el Centro Comercial Scala, Panadería Santa Cruz en la calle Francisco de Orellana, panadería “Pan del Parque” en el Parque de Cumbayá. Estos brindan servicios diferentes y se dirigen a otros segmentos de mercado incluso más amplios que el de Pie N’ Art, sin embargo, tiene productos que podrían competir con los que se ofrecerán en la cafetería.

Al analizar la competencia y los resultados, obtuvimos datos muy importantes para el desarrollo de Pie N’ Art. En la zona de Cumbayá, existe mucha gente que hace deporte por el sector ya que existen lugares como el Chaquiñán y reservorio donde se desarrollan este tipo de actividades. Además, es un sector residencial, existen oficinas, Universidad San Francisco e incluso Colegios cercanos. De esta manera, hay demanda desde temprano en la mañana ya que la gente busca el tipo de productos que brinda en Pie N’ Art para desayunar ya sea después de hacer deporte o antes de atender a sus respectivas responsabilidades. Durante la mañana y el medio día, existe demanda principalmente por los estudiantes y oficinistas que existen en el sector, ya que muchos de éstos almuerzan en lugares cercanos a sus trabajos y/o universidad y siempre buscan nuevas y mejores opciones. En las tardes, existe mucha gente que sale con sus amigos, familia a tomar café y consumir postres para distraerse un rato; además suelen comprar productos para llevar a casa. Durante la noche, existe un cambio de target ya que existe más gente joven que acude a estos lugares con sus parejas o grupo de amigos, además consumen productos diferentes. De esta manera, podemos concluir que existe buena rotación de clientes en el área, sin embargo, es importante tomar en cuenta el hecho de que la gente se queda periodos



extendidos en estos lugares, ya que existe conversación, ambiente, etc. Es así como la capacidad del local juega un papel muy importante, ya que es una manera efectiva de atender más clientes y brindar la misma experiencia.

Tabla: análisis de oferta

	Lucía Pie House & Grill	Cassolette	Juan Valdez Café
Ubicación			
Capacidad	90 pax	20 pax	60 pax
% de rotación	5 veces	0.8 vez	2 veces
Calidad Percibida (1- 5)	5	5	5
Tipo de administración	Privado	Cadena	Cadena
Imagen (mala/regular/buena/excelente)	Excelente	Buena	Buena
Acceso y visibilidad	Regular	Regular	Bueno
Condición Física (1-5)	4	4	4
Segmento de Mercado	Medio alto - alto	Medio alto - alto	Medio alto – alto
Generadores de Demanda	USFQ- Centros comerciales, Officenter, Centro comercial la Esquina	USFQ- Centros comerciales, Officenter, Centro comercial la Esquina	USFQ Officenter, Centro comercial la Esquina
<b>Servicios</b>			

Panadería	No	No	No
Cafetería	Si	Si	Si
Pastelería	Si	Si	Si
Comida/Bocaditos de sal	Si	Si	Si
Terraza- Jardín	Si	Si	Si
Reservaciones	Si	No Si	No No
Servicio a domicilio	Si	Si	No
Pick- Up	Si		
Cheque promedio	\$ 25.00	\$10. 00	\$ 5.00
Estacionalidad  (Alto/Medio/Bajo)			
Mañana	Bajo	Bajo	Medio
Tarde	Alto	Medio	Alto
Noche	Alto	Bajo	Alto
En general	Toda la semana	Más servicio de pick up y domicilio	Tardes y Fines de semana
¿Qué tendencias se ven?	Gente sale cada vez más a restaurantes	Se ha elevado la disposición a pagar por parte de los consumidores ya que buscan un mejor servicio y ambiente.	Incremento de generadores de demanda: aeropuerto, centros comerciales y proyectos futuros relacionados.

## 2.6 Análisis de la demanda y share of market

Para determinar la demanda, en primer lugar analizamos la zona, explorando los diferentes generadores de demanda y la competencia existente. Visitamos los locales de nuestra competencia primaria, donde nos brindaron información acerca de la capacidad y rotación de los mismos, además del cheque promedio y cuáles son las tendencias principales. Obtuvimos datos interesantes ya que la gente utiliza mucho el servicio de pick-up por comodidad, eventos, etc. Además, existe la tendencia de visitar los locales por periodos extendidos, lo cual en ocasiones no permite un porcentaje elevado de rotación; es por esto que se hace mucho énfasis en aumentar la capacidad de los mismos. La demanda varía mucho dependiendo del día, sin embargo coinciden en el hecho de que las tardes y fines de semana la ocupación es mayor. El objetivo de Pie N' Art, es generar demanda durante todo el día, atendiendo a diferentes necesidades de clientes. Además brindar buenas experiencias mediante el ambiente y servicio exclusivo.

Los datos obtenidos se muestran en la siguiente tabla:

	Lucía Pie House & Grill	Cassolette	Juan Valdez Café
Capacidad local	90 pax.	20 pax.	
Rotación	5 vez	0.8 veces	2 veces
Cheque promedio	\$25,00	\$10,00	\$5,00
Pick-up	SI	SI	NO
Cheque promedio	\$25,00	\$10,00	\$5,00

Los actuales generadores de demanda en la zona son principalmente la Universidad San Francisco de Quito, donde acuden estudiantes, profesores y docentes tanto en la mañana como en la tarde y noche. Existen Centros Comerciales, que a pesar de que tengan negocios que generan competencia, atraen a muchos consumidores a la zona. También están colegios cercanos, que generan demanda de familias que consumen antes y después del horario de clases, al igual que las oficinas “Office Center” que generan demanda sobre todo al medio día. Es importante también tomar en cuenta el Reservorio y Chaquiñán por los deportistas e incluso las Iglesias de la zona, ya que mucha gente de la zona acude a las mismas.

Los potenciales generadores de demanda son principalmente el Aeropuerto Mariscal Sucre, ya que va a atraer mucho mercado. El mismo va a preferir lugares más cercanos donde comer y tener buenas experiencias, además, que ofrezcan desayunos desde temprano en la mañana para viajeros con vuelos en estos horarios. A partir del aeropuerto, se generarán muchos negocios, sobre todo pequeñas y grandes empresas, que de alguna manera generarán demanda ya que no todos brindarán servicios de alimentos y bebidas. Además, hoy en día la gente busca mucho más que saciar su hambre, busca nuevas experiencias y conceptos donde se sientan a gusto y experimenten sentidos diferentes.

### **2.6.1 Pronóstico de ingresos y gastos**

Ver tabla.

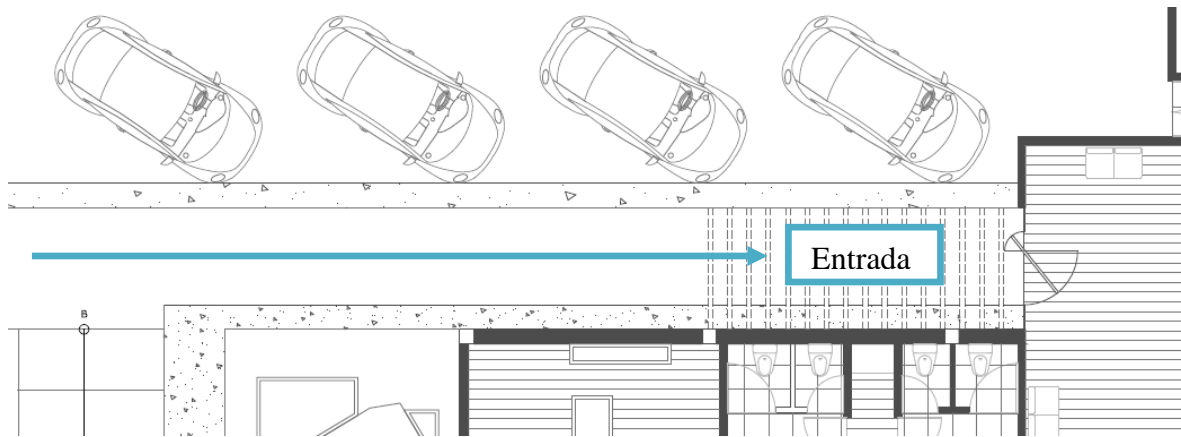
### **2.6.2 Análisis de rentabilidad del proyecto**

El flujo de caja presentado, es el reflejo que el negocio proyectará en un tiempo determinado. En este caso el flujo se realizó a cinco años plazo y servirá para hacer un análisis cuantitativo sobre la rentabilidad que se obtendrá, así como del tiempo que necesitará la empresa para recuperar los costos incurridos de la inversión. La inversión inicial es de \$153.526,8 y la tasa interna de retorno (TIR) es de 26%.

Por lo tanto, podemos ver que la inversión del proyecto será recuperada al segundo año.

### **3. Diseño y Arquitectura**

Pie N'Art se encuentra en una propiedad de 1250 m<sup>2</sup> de los cuales 613m<sup>2</sup> pertenecen al área de construcción, ubicado en el Valle de Cumbayá en la calle Pampite y José Vargas (Frente al Reservorio), en el sector Jacarandá. La construcción mantendrá su color blanco por fuera y se remodelará por dentro para adaptar la misma al concepto. La entrada principal dará vista a la puerta del restaurante, dando así un efecto de profundidad, en esta área existirá una pérgola decorativa la cual dirige a los clientes a la entrada del restaurante. Además, contaremos con un área de parqueadero, con espacio para 4 carros.



Una vez que los clientes ingresan, lo primero que encontrarán será el counter donde harán sus pedidos, además podrán visualizar algunos de los productos de Pie N' Art. Pasando esta área, tienen la posibilidad de elegir una mesa ya sea para 2 o 4 personas tanto fuera como dentro del restaurante, el área de sillones o la galería de arte donde se exhibirán los mejores trabajos realizados por los alumnos de Arte y Arquitectura de la USFQ.

La parte interior de Pie N' Art, contará con 2 plantas. La primera estará dividida en dos secciones, separadas por un biombo. Por un lado estará la galería de arte, y por el otro el counter, mostradores, un sillón de espera, las diferentes mesas y salas a la vista de los clientes. Además, se encuentran los baños que estarán ubicados entre las dos secciones.

En la segunda planta, en la parte exterior, se encuentra un jardín amplio.

Revenue Producing Areas	Non Revenue Producing Areas
Cafetería – Restaurante	Parqueaderos

Panadería	Bodegas
Áreas recreativas	Cocinas
Galería	Baños
	Break Room

### 7.1 Programa de Espacio

Espacios	m2	%
<b>Front</b>		
Área de circulación	76,57	17.31%
Área de mesas interior	55,70	12.59%
Jardín	22,15	5.00%
Baños 1er piso	21,95	4.96%
	9,30	2,10%
Baños 2ndo piso	7,80	1,76%
Clase de cocina	22,00	4,97%
Deck	28,00	6.33%
Mostrador y Caja	18,42	4.16%
Parqueaderos	60,00	13.56%
Total		72.74%
<b>Back</b>		
Cocina Caliente	9,10	2,05%
Administración	7,31	1.65%
Área de personal	3,00	0.67%

Baño de personal	2,15	0.48%
Bodega de químicos	1,20	0.27%
Bodega de secos	2,20	0.49%
Cocina Fría	8,28	1.87%
Cuarto Frío	2,20	0.49%
Posillería	7,69	1.73%
Terrazas accesibles	63,00	14.24%
Zona de descarga	14,15	3.20%
Total		27.26%
<b>Total</b>	<b>442.17</b>	<b>100%</b>



### **3.2 Diagrama de relación espacial**

### 3.3 Distribución de espacios (mesas, galería de arte y taller)

#### 3.3.1 Mesas y sillones

Existen mesas de 4 personas de 0,75 por 0,75cm, mesas de 2 personas de 0,60 por 0,75cm y sillones para 2 personas de 1,20 por 0,60.

La distribución será de la siguiente manera:

	Mesas de 4	Mesas de 2	Sillones	Sillones de Espera
Interior	10	5	4	2
Porche – Balcón	2	1	0	0
Jardín (Deck)	6	0	0	0

Es decir 92 personas sentadas y 4 personas pueden estar en los sillones de espera (que serían aquellas personas que solo vienen de paso, ya sea por la galería o por la panadería).

#### 3.3.2 Galería de arte y taller

Hemos visto que en Quito, no existe un lugar donde se pueda fomentar el arte y al mismo tiempo este estar combinado con un negocio de comida. Creemos que la galería de arte y el taller de arte nos darán un “plus” en nuestro negocio porque hará que las personas vengán a visitarlo no solo por una necesidad de comer o necesidad de estar con la gente sino también por descubrir nuevas cosas. Además que la USFQ necesita un espacio que promueva y apoye a sus estudiantes creadores y diseñadores. Y el taller hará posible esta creación de nuevos artistas, daremos clases y será un espacio para tanto diversión como distracción.

### **3.3.3 Descripción de áreas Públicas:**

#### **3.3.3.1 Fachada:**

La fachada como hemos visto conservará su color, será el mismo material. Sin embargo cambiaremos ciertas ventanas externas en vez de paredes para poder apreciar más la galería de arte.

#### **3.3.3.2 Entrada:**

La entrada no se hará como el restaurante actual. Las personas obligatoriamente deberán entrar por la puerta de peatón y la del garaje estará cerrada al menos que se desee entrar al parqueadero.

#### **3.3.3.3 Parqueaderos:**

Dentro de la construcción del negocio se contará únicamente con cuatro espacios de parqueadero; sin embargo también existe la posibilidad de parquear vehículos al exterior de las puertas del local y serán igualmente vigilados por un guardia de seguridad.

#### **3.3.3.4 Señalización:**

En el negocio se contará con rótulos y letreros que indiquen claramente la ubicación de zonas como los baños, accesos, salidas, salidas de emergencia, escaleras, áreas de servicio, áreas administrativas, entre otras.

### **3.4 Back Of The House**

Nos referimos aquí a todo lo que los clientes no ven.

#### **3.4.1 Descripción de la Cocina**

El área de la cocina se encuentra en la primera planta, la misma estará dividida en dos áreas; la parte que es visible al público es el bar donde se preparan todas las bebidas frías y calientes que ofrece el restaurante, aquí estará la cafetera y demás instrumentos necesarios. En la parte trasera, estará toda la línea de producción y menaje. En primer lugar se encuentra la posillería al lado derecho de la puerta que conecta al bar y mesas con la cocina para que el personal de servicio pueda descargar todo lo necesario fácil y rápidamente. Esta área cuenta con una pared de separación con cocina fría ya que el piso podría estar mojado, de esta manera no se interrumpe ni se perturba el trabajo de la cocina. Al lado izquierdo de la puerta se encuentra un área de utilería donde se encuentra la vajilla y utensilios necesarios para la preparación y montaje de los diferentes platos que salen de cocina. En el área de cocina fría se elaborarán las ensaladas, aderezos, salsas, etc.; ésta estará separada del área de cocina caliente donde se elaborarán sopas, sánduches, acompañamientos. Cada área contará con todos los equipos necesarios. En la parte central de la cocina habrá un mesón largo, donde se dividirán las actividades de panadería y pastelería, ya que se realizarán las diferentes masas y moldes para hornear posteriormente. Los hornos de pan están ubicados al lado de la puerta de salida trasera para que de esta manera puede generar un leve olor agradable a los clientes pero no produzca olores fuertes o incómodos, además, se puede evitar en cierta medida el calor. Dentro de la cocina se cuenta también con una bodega de secos y un cuarto frío.

### **3.4.2 Área de bodegas**

El restaurante cuenta con un área amplia de bodegas y almacenamiento ya que al contar con panadería, pastelería, línea de producción para el restaurante y eventos, es necesario mantener todos los productos organizados de manera tal de que cada producto tenga su espacio y sea utilizado de manera correcta. Dentro de la cocina, se encuentra una bodega de secos, donde se encontrarán todos los ingredientes necesarios para la producción del restaurante como por ejemplo los condimentos, pan, entre otros. También se encuentra el cuarto frío donde se almacena todo lo que necesita refrigeración como embutidos, comida que necesite de preparación previa, congelados, etc. Fuera de la cocina, junto a la puerta existe una bodega donde se encontrarán todos los instrumentos y productos de limpieza necesarios tanto para el Front como el Back of the House, también se incluyen instrumentos para la parte exterior del restaurante. Existe una bodega más amplia en la parte trasera del lugar, esta es muy importante ya que aquí se almacenará todo lo relacionado a los eventos que se realizarán, como por ejemplo manteles, vajilla extra, decoración, etc. Además, se almacenarán aquí productos de uso para el restaurante que necesiten un mayor espacio y que tengan mayores volúmenes para que así no causen molestias dentro de la cocina y no ocupen mayor espacio. El propósito de las bodegas separadas es tener un mayor control y que los productos sean utilizados y almacenados adecuadamente.

### **3.4.3 Oficinas y Sala de Reuniones:**

Estas estarán ubicadas en la segunda planta del local. Se dispondrá de tres escritorios que serán ocupados por cada una de las administradoras del negocio.

Actividades como la contabilidad y finanzas se llevarán a cabo en este lugar, así como también otras acciones administrativas. Se contará igualmente con una sala de reuniones, la cual será un espacio importante en el que tendrán lugar reuniones con los diferentes actores del negocio: proveedores, clientes, empleados, entre otros.

#### **3.4.4 Recibidor y Basura:**

Ubicado en la primera planta; el local dispondrá de un recibidor el cual será útil para que sus proveedores ingresen por el parqueadero y descarguen los insumos directamente hacia el área de las bodegas. Así mismo contará con un cuarto de basura en el cual se depositarán los desechos que se generen durante cada turno de trabajo, con el fin de que sean despachados al final de cada uno de ellos. Dentro de este cuarto se procederá a dividir la basura según su tipo con el propósito de reciclarla.

#### **3.4.5 Área de Empleados:**

Ubicada en la primera planta del negocio, esta área comprenderá vestidores y baño. Dentro de los vestidores los empleados contarán con lockers que garanticen la seguridad de sus pertenencias, así como un espacio dedicado para su propio arreglo. Esta área tendrá acceso directo al área de cocina. Es importante esta área ya que un empleado que tenga su espacio va a estar más satisfecho y al estar satisfecho realizará su trabajo de mejor manera.

### **3.5 Planos**



















## 4. Programa de Alimentos y Bebidas

### 8.1 Descripción y puntos de venta

Pie N' Art se divide en 3 importantes puntos de venta: alimentos y bebidas como tal, el servicio de panadería y pick up y la galería de arte que, si bien no se cobra entrada, se gana por alquiler del espacio en el restaurante al hacer un convenio con la Universidad San Francisco de Quito.

### 8.2 Menú

Con el fin principal de poder estimar los precios para cada uno de los productos que se ofrecen en el menú, nos hemos basado en sus costos, tanto como en los precios propuestos por la competencia. Adicionalmente, se puede ver que nuestros precios son ligeramente más altos ya que nuestro negocio ofrece exclusividad en cuanto a experiencia y la manufactura de los productos es casi 100% artesanal. Pensamos que es importante que sean precios asequibles para el segmento de mercado al que estamos dirigidos, ya que de esta manera será posible lograr un posicionamiento fuerte del concepto, así como conseguir que los consumidores nos prefieran antes que a nuestros competidores.

La elección del tipo de menú que se va a ofrecer en Pie N' Art tiene relación con el tipo del concepto que se quiere ofrecer.

#### Desayunos:

Opción 1: Omelette de huevos, croissant tradicional, mermelada, mantequilla, smoothie, café a su elección..... .. \$6.50

Opción 2: Omelette de huevos, embutidos y quesos maduros, croissant, smoothie, café a su elección.....\$7.50

Opción 3: Yogurt con granola, variedad de frutas, bollería integral, smoothie, café a su elección.....\$6.00

Torre 4 niveles Pie n'Art (4 personas):.....\$30.00

Primer nivel: Variedad de bollería blanca e integral, croissant s rellenos (jamón y queso, nutella)

Segundo nivel: Embutidos y quesos maduros

Tercer nivel: Mini variedad selecta de nuestros pies y tortas

Cuarto nivel: Selección de mermeladas, queso crema, mantequilla.

Baggels (Regular o integral)

- SIMPLES (un solo ingrediente).....\$3,00

Nutella

Mantequilla de Maní

Queso Crema

Mermelada

-kiwi/piña

-cereza salvaje

-uvilla/naranja

-blueberry/limón

- COMBINADOS



ESPECIALES:.....\$4,50

Queso crema, tomate deshidratado, jamón ahumado

Jamón ahumado, queso mozzarella, huevo

Salmon ahumado, queso crema, alcaparras

A TU

GUSTO.....\$4,00

Combina tres ingredientes a tu elección (queso crema, mantequilla de maní, mermelada, nutella, queso mozzarella)

Picadas (para dos o para cuatro personas):

Variedad de jamones, embutidos y quesos maduros, aceitunas, champiñones y pickles.

Canasta de pan.....\$15.00 / \$25.00

Sanduches;

Pollo BBQ.....\$5.50

Tradicional con salami.....\$4.50

Mediterráneo.....\$6,00

Capresse.....\$4.00

Salmon Ahumado.....\$5.50

Lomo de cerdo.....\$5.50

Pollo tropical.....\$5.50

Jamón Pavo Light.....\$5.00

Club.....\$6.00

Roastbeef.....\$5,50

Vegetariano.....\$4.00

### Sopas

- Sopa de cebolla.....\$7.00  
Cebollas salteadas en un caldo de tomillo con pimienta, laurel y gratinado con queso gruyere.
- Locro de papa.....\$6.00  
Sopa de papa con queso y crema de leche acompañado de aguacate.
- Crema del día.....\$7.00  
Aguacate, Tomate, o Espinaca

*\*Todas nuestras sopas serán servidas en un pan en forma de bowl*

### Ensaladas

- César sin pollo.....\$5.00  
Lechuga romana acompañada con salsa Cesar, queso parmesano y crotones.
- César con pollo.....\$6,50  
Lechuga romana acompañada con salsa Cesar, queso parmesano, crotones y pechuga de pollo al Dijon.
- Thai.....\$7.00  
Crujiente lechuga, fideos de arroz, pedazos de wantanes, cebolla, brotes de soya, tiras de pechuga de pollo acompañada con una salsa a base de maní con un toque de picante  
La salsa de esta ensalada es a base de maní con un toque de picante.

- Ensalada de atún.....\$5,50  
Lechuga americana, espinaca, tomate, aceitunas verdes, huevo duro, filetes de atún acompañada de mayonesa especial.
- Salmón Rostizado.....\$7.00  
Lechuga americana, salmón rostizado, aguacate, palmitos, zanahoria y pimiento acompañado de una salsa de naranja y yogurt.
- Griega.....\$6.00  
Lechuga, albahaca, espinaca, huevo duro, aceitunas verdes, cebollas, queso feta acompañado de salsa griega.

*\*Todas nuestras sopas serán servidas en un pan en forma de bowl*

#### Pies y Tortas

Pecan Pie.....	porción 4,00 entero 25,00
Pie de limón.....	porción 3,50 entero 20,00
Pie de manzana y canela.....	porción 4,00 entero 25,00
Pie limón y manzana.....	porción 4,25 entero 25,00
Chesecake chocolate negro y blanco.....	porción 4,25 entero 25,00
Cheesecake de maracuyá.....	porción 3,50 entero 22,00
Chesecake de Oreo.....	porción 3,50 entero 22,00
Chesecake Tradicional .....	porción 3,50 entero 20,00
Torta mojada de chocolate.....	porción 3,50 entero 28,00

#### Bebidas Calientes;

Cappuccino.....	\$3,50
-----------------	--------

Moccaccino.....	\$4,00
Chocolate caliente con Marshmallows.....	\$4,50
Te y Aguas Aromáticas.....	\$3,00
Café Americano.....	\$3,00
Expresso.....	\$2,50
Café au Lait.....	\$3,50

#### Bebidas Frías:

Jugos de frutas.....	\$2,50
Jugo de Naranja.....	\$3,00
Smoothies.....	\$4,00

- Frutilla
- Kiwi
- Banano
- Mora
- Naranjilla

Smoothies Mixtos (dos ingredientes a su elección).....	\$4,50
Agua Natural y con gas.....	\$1,00
Gaseosas.....	\$2,50
Té Helado.....	\$2,50

#### Bebidas Alcohólicas:

Vino de la casa.....	\$5,50
----------------------	--------

Sangría/Tinto de Verano.....	\$6,00
Mimosas.....	\$4,50
Vino Hervido.....	\$6,00
Cerveza.....	\$3,50
Margaritas.....	\$5,50
Daiquiris.....	\$5,00
Micheladas.....	\$4,50

### PANADERÍA

• Chocolatina.....	\$0.80
• Rollo de canela.....	\$1,00
• Croissant.....	\$0,30
• Croissant Integral.....	\$0,35
• Croissant de Nutella.....	\$0.50
• Pretzel de canela.....	\$1,50
• Pan de leche.....	\$0,30
• Pan de agua.....	\$0,25
• Pan de ajonjolí.....	\$0,25
• Pan de yuca.....	\$0.50
• Focaccia.....	\$0,30
• Granulado.....	\$0,35
• Pan de ajo.....	\$0,40
• Pan integral.....	\$0,30
• Baguette.....	\$1.20
• Pan negro.....	\$0,25
• Pan de zanahoria.....	\$0,80
• Croissant de Jamón y Queso.....	\$0.80
• Brownie con almendras.....	\$1.50

## **Eventos**

En cuanto a eventos, se dará la opción de escoger los platos de nuestro menú. Para esto se cotizarán varias opciones al gusto de los clientes. Cualquier servicio adicional se pautará en el contrato con las administradoras.

## **Costos y Precios de Venta**

Para entender un poco más, se sacará las recetas estándares de 3 productos diferentes de nuestro restaurante (un plato salado, un producto de panadería y uno de los productos estrella)

- Sopa de cebolla
- Pan de agua
- Pie de limón

Recetas Estándar:

<b>Nombre:</b>	Sopa de cebolla				
<b>Rendimiento:</b>	4 personas				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Cebolla	2	unidades	0,15	unidad	0,30
Mantequilla	50	gr	3,58	250 gr	0,72
Caldo Vegetal	1	lt	1,10	lt	1,10
Sal	50	gr	0,45	kilo	0,02
Aceite de oliva	75	ml	0,20	ml	0,15
Queso Gruyere	100	gr	7,70	kilo	0,77
Queso Mozzarella	100	gr	4,17	500 gr	0,83
Pan Bowl	1	unidad	1,05	unidad	1,05
				Costo	4,94
				5%	0,25
				Sub Total	5,19
				Total (1 pax)	1,30
<b>Nombre:</b>	Pan de agua				
<b>Rendimiento:</b>	5 personas				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Harina	200	gr	1,88	kilo	0,38
Levadura	6	gr	0,8	500 gr	0
Sal	5	gr	0,45	kilo	0
Agua	200	ml	2,5	3 lt	0,17
				Costo	0,54
				5%	0,03
				Sub Total	0,57
				Total (1 pax)	0,11
<b>Nombre:</b>	Pie de limón				
<b>Rendimiento:</b>	5 personas				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Harina	200	gr	1,88	kilo	0,38
Mantequilla	60	gr	3,58	250 gr	0,86
Azucar	50	gr	3,5	500 gr	0,35
Polvo Hornear	2	gr	1,75	100 gr	0,04
Huevo	1	unidad	5,12	24 unidades	0,21
Leche condensada	500	gr	3,2	500 gr	3,20
Limones	2	unidades	0,78	12 unidades	0,13
Claros	3	unidades	5,12	24 unidades	0,64
Azúcar	12	gr	3,5	500 gr	0,08
				Costo	5,89
				5%	0,29
				Sub Total	6,19
				Total (1 pax)	0,77

Margen de ganancia para los 3 productos: (PVP – COSTO)

- Sopa de cebolla:  $\$7.00 - \$1.30 = \$5.70$

- Pan de agua:  $\$0.25 - \$0.11 = \$0.14$

- Pie de limón:  $\$3.50 - \$0.77 = \$2,73$

Cheque promedio \* número de días abiertos (365):  $12*365 = 4380$

## **9 Recursos Humanos**

### **9.1 Cultura Organizacional**

La cultura organizacional de Pie N'Art se basa en el "Empowerment" ya que se podrá percibir un ambiente amigable entre todos los miembros que seremos parte del negocio. Todos los trabajadores tendrán un poder de decisión que irá de la mano con los valores de la empresa y con el rol de cada uno. Por esta razón, el negocio carecerá de una jerarquía estrictamente vertical. Se planea que los trabajadores no se sientan presionados en el cumplimiento de su rol y que cuenten con la confianza suficiente de tomar las decisiones que les corresponde. Consideramos que es fundamental que exista un ambiente en el que se perciba igualdad entre los miembros del negocio y tratar de evitar, en lo posible, un sentimiento de poder excesivo por parte de la cabeza de la empresa.

#### **El rol de los fundadores**

Pensamos también que es muy importante el hecho de que las administradoras tengan en claro lo que quieren en términos de objetivos de la empresa, con el fin de que se



pueda transmitir el mensaje a sus empleados así como también fundar valores que reflejen la perspectiva del negocio.

### **9.3 Selección y Reclutamiento**

En cuanto a los procesos de reclutamiento y selección de personal, se tendrá especial atención ya que consideramos muy importante el hecho de que los trabajadores cuenten con valores compatibles con los de la empresa y que por ende se sientan cómodos.

#### **Socialización**

La empresa buscará mantener un tipo de socialización a través de reuniones semanales con todos los miembros que conforman el negocio, con el propósito de analizar temas importantes, compartir información, solucionar posibles inconvenientes, entre otros.

#### **Perfil buscado**

Meseros: Jóvenes que puedan tomar decisiones por si solos. Personas amables, responsables, puntuales, con y honestas.

Pastelero: Persona creativa, responsable, puntual, honesta, que tenga conocimiento sobre pastelería.

Panadero: Persona creativa, responsable, puntual, honesta, que tenga conocimiento sobre panadería.

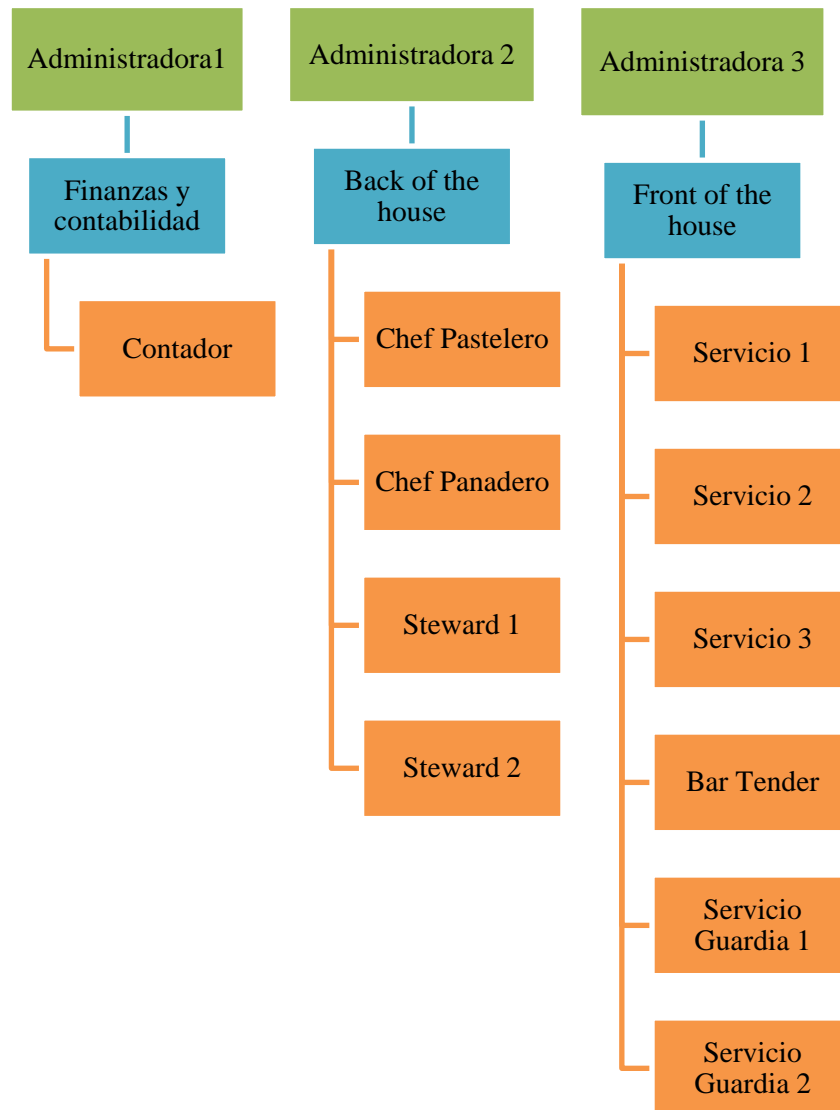
Cocineros: personas honestas, que les guste trabajar en grupo.

Bartender: persona con conocimiento sobre la preparación y conservación de bebidas.

Tener vocación de servicio, capacidad de improvisar.

Seguridad: Personas que sepan de defensa personal, con cultura de servicio

## 9.2 Organigrama



- \* Tercerización: publicidad. Se contratara una empresa que nos haga la publicidad de la empresa, con página web y redes sociales.

Se eligió un organigrama horizontal con solamente dos niveles de jerarquía, porque queremos dar “empowerment” a nuestro personal y que el mismo sienta igualdad, respeto y confianza. Las administradoras no solo harán la gerencia del restaurante, sino que también se encargarán de hacer recurso humanos, de abrir y cerrar caja, a recibir a la gente, de toda el área de galería y del control en general del restaurante. Se piensa que es más importante que los gerentes estén a diario en el restaurante porque se quiere demostrar profesionalismo y compromiso a los clientes. Al contar con la presencia de los gerentes en el restaurante, el trabajo será mucho más dedicado, y los gerentes pondrán entonces ser realmente buenos “líderes” en su empresa. Es decir, que existirá una mejor comunicación, y se podrá encaminar al personal a los objetivos deseados. Para ser un buen líder, el mismo debe estar pendiente de los demás y no de sí mismo y tener la capacidad de respetar el trabajo de los otros.

## 10 Presupuesto total del Proyecto

<b>Inversión</b>	
Equipo pesado	\$ 31, 184. 47
Material de Producción	\$ 2084,63
Construcción	\$ 116,000
Menaje	\$ 1807, 70
Pre- Opening	\$ 2, 450, 00
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 153, 526. 80</b>

## 11. Conclusiones

- Después de haber realizado y analizado todos los estudios pertinentes para desarrollar Pie N' Art, se puede constatar que se cuenta con un concepto totalmente innovador que es muy probable que se ajuste al mercado al que el proyecto está dirigido. Al contar con una mezcla de decoración, ambiente, galería de arte y cafetería/pastelería es muy probable que el mercado se sienta atraído y por ende alcanzar índices altos de crecimiento a largo plazo.
- Se considera que el ambiente que resultará del desarrollo del negocio más las opciones pensadas para el menú; se ajustará a varios segmentos de mercado que serán los principales actores del retorno de la inversión del proyecto.
- Se puede concluir que uno de los factores claves que influirán en el éxito del proyecto es la ubicación privilegiada, ya que la zona actualmente se encuentra en crecimiento comercial y por ende rodeada de varios generadores de demanda interesantes.
- A partir de la inversión de 153 526,8 que incluye construcción, equipamiento, nómina, menaje, material de producción, equipo pesado, obra civil y remodelación, decoración interior y mobiliario, diseño arquitectónico, evento de apertura; se esperará recuperar la inversión a principios del tercer año de apertura aproximadamente, operando con un cheque promedio de \$12,00; una capacidad para 92 personas; una rotación de 0,9; abierto los 7 días de la semana.
- A pesar de que existen varias amenazas en el mercado, como la saturación del mismo y la dificultad para conseguir financiamiento; el proyecto cuenta con importantes diferenciadores que podrían contrarrestarlas como por ejemplo la galería de Arte y el concepto planteado ya que es pionero en cuanto a cafeterías dentro de la ciudad.

## 12. Referencias

Aquicito (s.f). “Cumbayá”. Obtenido el 01 de Marzo 2013.

[http://www.quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com\\_content&view=section  
&id=9&Itemid=15](http://www.quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=9&Itemid=15)

Concejo Metropolitano de Quito (s.f). “Ordenanza 172”. Obtenido el 12 de Marzo 2013.

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%  
C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-172%20-%20BECAS.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-172%20-%20BECAS.pdf)

Corporación Financiera Nacional del Ecuador (2010). “Entorno del país”. Obtenido el 12 de Marzo 2013.

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12&Itemid=133](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=133)

Documenta cooperación (s.f). “Situación económica del país”. Obtenido el 12 de Marzo 2013.

[http://www.documentacooperacion.org/index.php?option=com\\_content&view=article  
&id=318&Itemid=203](http://www.documentacooperacion.org/index.php?option=com_content&view=article&id=318&Itemid=203)

El Universo (2012). “Economía de Ecuador se desacelerará para el 2013”. Obtenido el 12 de Marzo 2013.

[http://www.eluniverso.com/2012/10/24/1/1356/economia-ecuador-desacelerara-  
2013.html](http://www.eluniverso.com/2012/10/24/1/1356/economia-ecuador-desacelerara-2013.html)

Eruditos (s.f). “Poblacion de Pichincha”. Obtenido el 4 de Marzo del 2013.

[http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n\\_de\\_Pichincha](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_de_Pichincha)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (s.f). “Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico”. Obtenido el 08 de Marzo 2013.

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90& }](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)

Lopez, Carlos (2001). “Los 10 componentes del buen servicio”. Obtenido el 1 de Marzo 2013.

<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no13/10componentes.htm>

Quito Distrito Metropolitano (s.f). “Administración Tumbaco”. Obtenido el 2 de Marzo 2013.

<http://www.quito.gob.ec/el-municipio/administraciones/administracion-tumbaco.html>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. LA PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TERRITORIAL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO - (DIRECCIÓN METROPOLITANA DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL) PDF.

Obtenido el 1 de Marzo 2013.

[www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=45462](http://www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=45462)

Revista Judicial (2010). “Constitucion de una compañía limitada”. Obtenido el 8 de Marzo 2013.

[http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=5844&Itemid=599](http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5844&Itemid=599)

Sabándo B, Raul. (s.f). UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI:

“Situación política, social, y económica del Ecuador”. Obtenido el 12 de Marzo 2013.

[http://issuu.com/raulomar/docs/analisis\\_critico\\_politica\\_social\\_y\\_economico?mode=window&pageNumber=2](http://issuu.com/raulomar/docs/analisis_critico_politica_social_y_economico?mode=window&pageNumber=2)

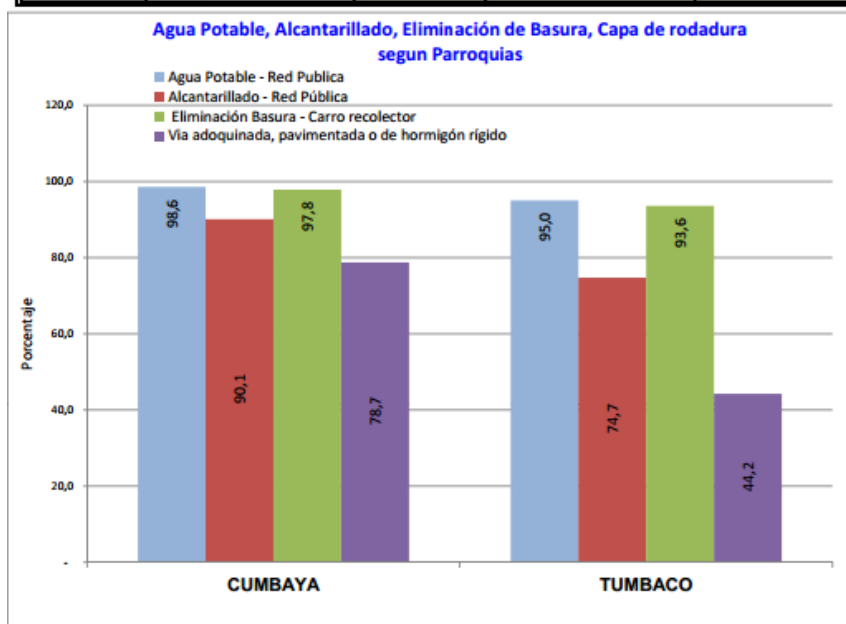
Secretaria del Ambiente (2010). “Uso y ocupación de suelo no urbanizable”. Obtenido el 2 de Marzo 2013.

[http://www.quitoambiente.gob.ec/gestiondelconocimiento/general/mapa\\_5\\_uso\\_y\\_ocupacion\\_de\\_suelo\\_no\\_urbanizable.pdf](http://www.quitoambiente.gob.ec/gestiondelconocimiento/general/mapa_5_uso_y_ocupacion_de_suelo_no_urbanizable.pdf)

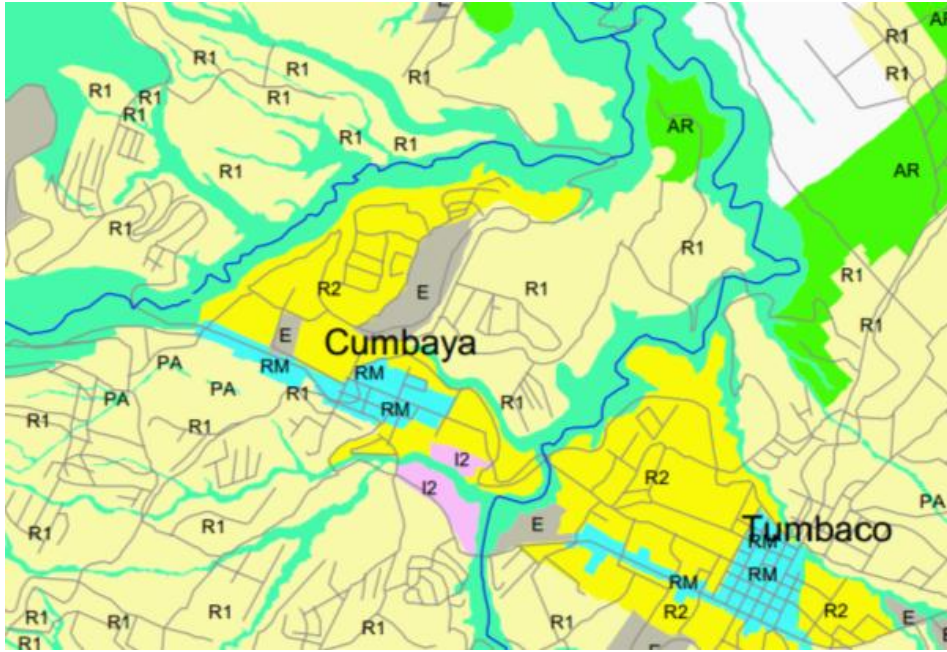
## 11 Anexos

**INDICADORES DE COBERTURA DE LA ADMINSTRACION  
ZONAL TUMBACO SEGUN PARROQUIAS**

DESCRIPCION	TOTAL ZONA TUMBACO	PARROQUIA *		
		CUMBAYA	TUMBACO	
Cobertura de Servicios Básicos (Porcentaje)	Agua Potable - Red Pública	96,4	98,6	95,0
	Agua Potable - Tubería dentro de la vivienda	78,7	86,4	73,6
	Alcantarillado - Red Pública	80,8	90,1	74,7
	Eliminación Basura - Carro recolector	95,3	97,8	93,6
	Disponibilidad de Energía Eléctrica	99,5	99,8	99,3
	Servicio Higiénico - Uso exclusivo	86,5	92,2	82,8
	Servicio Ducha - Uso exclusivo	81,6	90,0	76,2
	Combustible para Cocinar - Gas	96,3	95,2	97,1
	Disponibilidad de Servicio Telefónico	65,4	77,2	57,8
	Vía adoquinada, pavimentada o de hormigón rígido	57,4	78,7	44,2
Cobertura de Servicios Complementarios (Porcentaje)	Viviendas con Energía por Panel Solar	0,02	-	0,03
	Cocinar con Gas Centralizado	-	-	-
	Hogares por lo menos con un Celular	89,8	94,2	86,9
	Disponibilidad de Computara	54,8	70,9	44,4
	Disponibilidad de Servicio de Internet	39,5	57,4	28,0
	Disponibilidad de servicio de Televisión por Cable	33,0	55,4	18,5
	Hogares que Compran agua purificada	25,3	27,7	23,7







	Agrícola Resid.		Industrial 2		Patrimonial		Residencial 2
	Área Natural		Industrial 3		RNNR		Residencial 3
	EQ especial		Industrial 4		RNR		Drenaje
	Equipamiento		Múltiple		Residencial 1		Fondo vial

Ejemplo:

RM = Residencial múltiple

E = Equipamiento

- Planos topográficos.
- Tabla financiera