



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SEDE SANTO DOMINGO

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
CARRERA DE GASTRONOMÍA

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
ADMINISTRADORA GASTRONÓMICA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN
MOUSSES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO 2015.**

Autora:

GENESIS STEFANIA ASTUDILLO SOTO

Directora del trabajo de titulación:

ING. NARCIZA PAREDES GAVIDIA

Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador

Agosto, 2016.

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN
MOUSSES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO 2015.**

Ing. Narciza Magdalena Paredes Gavidia

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

APROBADO

Ing. Karina Cuenca, MsC.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. María Gutiérrez, MsC.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcdo. Ives Torriente, MsC.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo,.....de.....del 2016

DERECHOS DE AUTOR

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 2016
Reservados todos los derechos de reproducción

AUTORÍA

Expreso que el siguiente Trabajo de Titulación fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación de la autora, sin ningún tipo de material o información plagiada.

Genesis Astudillo

Genesis Stefania Astudillo Soto
C.C: 172496294-7

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad por: Genesis Stefania Astudillo Soto, sin ningún tipo de material o información plagiada.



ING. NARCIZA MAGDALENA PAREDES GAVIDIA
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios que ha sabido guiarme y bendecirme durante toda mi carrera universitaria, con sabiduría y empeño hasta la realización de este trabajo de titulación.

Agradezco a mi padre, madre y esposo quienes han confiado en mí siempre y me han apoyado en toda mi formación universitaria brindándome su ayuda incondicional, a mi abuelita y tía que han sabido apoyarme siempre siendo un cimiento durante mi vida estudiantil.

Así como también agradezco a mis maestros que han sabido compartir sus conocimientos y experiencia para hacer de mí una mejor profesional, agradezco especialmente a mi directora de trabajo de titulación la Ingeniera Magdalena Paredes quien con paciencia y dedicación ha sabido guiarme en todo mi carrera universitaria.

Genesis Astudillo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mi padre el cual ya no se encuentra con nosotros, pero desde el cielo ha sabido guiarme y cuidarme en todo momento siendo siempre el motivo de entusiasmo y superación para mi vida.

A mi madre por su amor y apoyo, siendo en cada momento un ejemplo de trabajo y perseverancia a seguir.

A mi esposo quien ha estado en todo momento apoyando y motivándome, brindándome su amor y confianza en el transcurso de mi carrera profesional.

A todos ellos les quedo infinitamente agradecida por su confianza en mí, motivo por el cual les dedico este trabajo de titulación.

Genesis Astudillo

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172496294-7
APELLIDO Y NOMBRES:	Astudillo Soto Genesis Stefania
DIRECCIÓN:	Vía Quevedo Km. 3
EMAIL:	genesisstefania1991@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	3775 054
TELÉFONO MOVIL:	0996235745

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad de una cafetería especializada en mousses en la ciudad de Santo Domingo 2015.
AUTOR O AUTORES:	Genesis Stefania Astudillo Soto
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	19 de Agosto, 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Ing. Narciza Magdalena Paredes Gavidia
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRAI <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Administradora Gastronómica
RESUMEN:	En la investigación realizada se analizó a la población de la ciudad de Santo Domingo, parroquia Chigüilpe, con el objetivo de determinar específicamente la factibilidad de una cafetería especializada en mousses y conocer las preferencias gastronómicas que tiene este segmento también se procedió a identificar todos los aspectos técnicos necesarios para el correcto funcionamiento de la cafetería.

Se parte del criterio de crear una cafetería especializada en mousses, que ofrecerá postres y bebidas distintos a los ya existentes, esto contribuirá con la expansión cultural de los gustos gastronómicos ya que degustaran postres de distinta cultura a la nuestra.

Gracias al estudio de mercado realizado se pudo analizar la situación actual de las cafeterías de la zona, obteniendo datos que fueron de gran ayuda para poder estudiar a la posible competencia, determinar las debilidades y fortalezas que tiene estos establecimientos, y definir el mercado objetivo al cual estará dirigida la cafetería, enfocándose especialmente a profesional y familias, ofreciendo un ambiente confortable y acogedor con una ubicación céntrica. Los productos que se ofrecerán serán de alta calidad, puesto que se implementaran procesos estandarizados en alimentos y bebidas, se utilizaran técnicas de producción culinarias que permitirán, garantizar la inocuidad y calidad del producto, conjuntamente acompañado por un buen servicio.

A través del estudio financiero se constató que el proyecto es factible debido a que la VAN es de \$17453,23 siendo esto favorable para este tipo de negocio y el TIR de 32% esto supera al costo de oportunidad, teniendo

	un periodo de recuperación de capital de dos años y ocho meses
PALABRAS CLAVES:	Factibilidad, Aspectos técnicos, Procesos estandarizados, Inocuidad
ABSTRACT:	<p>In the conducted research the population of Chiguilpe town in Santo Domingo city was analyzed, in order to specifically determine the feasibility of a cafeteria specialized in mousse and meet the food preferences that this segment has got. Also, it was necessary to proceed to identify all the technical aspects for the proper operation of the cafeteria.</p> <p>This approach seeks to create a cafeteria specialized in mousse, which will offer desserts and beverages that differ from the existing ones, this will contribute to the cultural expansion of gastronomic tastes since these desserts will be different from our culture.</p> <p>Thanks to market research it was possible to analyze the current situation of the cafes in the area, obtaining data that was of great help to study possible competence, determining the weaknesses and strengths that these establishments have, and define the target market which will aim at the cafeteria, especially focusing on professionals and families, offering comfortable and cozy atmosphere with a central location. The products to be offered will be of high quality, since standardized processes in food and beverage will be implemented, culinary</p>

	<p>production techniques will be used, which ensure the safety and product quality, together accompanied by good service.</p> <p>Through the financial study it was found that the project is feasible because the NPV (Net present value) is \$ 17453.23 being this favorable for this type of business and IRR (Internal rate of return) of 32% this exceeds the opportunity cost, having a capital recovery period of two years and eight months.</p>
KEYWORDS	Feasibility, Technical aspects, Standardized processes, Safety

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: Genesis Astudillo
 Genesis Stefania Astudillo Soto
 C.C. 172496294-7

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **GENESIS STEFANIA ASTUDILLO SOTO**, C.I. 172496294-7 autora del proyecto titulado: “**Estudio de factibilidad de una cafetería especializada en Mousses en la ciudad de Santo Domingo 2015**” previo a la obtención del título de **ADMINISTRADORA GASTRONÓMICA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Santo Domingo, 19 de agosto de 2016

f: Genesis Astudillo

Genesis Stefania Astudillo Soto

C.C. 172496294-7

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	i
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	ii
II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	ii
III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	ii
IV. OBJETIVOS.....	iii
V. JUSTIFICACIÓN.....	iii
VI. METODOLOGÍA	iv
CAPÍTULO I. MARCO DE REFERENCIA.....	1
1.1. MARCO TEÓRICO	1
1.1.1. CAFETERÍA	1
1.1.2. SERVICIO DE BARRA	2
1.1.3. SERVICIO DE SALA.....	2
1.1.4. REPOSTERÍA.....	3
1.2. MARCO LEGAL	5
1.2.1. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	5
1.2.2. LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL	5
1.2.3. CUERPO DE BOMBEROS	5
1.2.4. MINISTERIO DE SALUD	5
1.2.5. MINISTERIO DE TURISMO.....	6
1.3. MARCO INSTITUCIONAL.....	6
1.3.1. MINISTERIO DE TURISMO.....	6
1.4. MARCO CONCEPTUAL.....	7
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS	9
2.1. MACRO ENTORNO	9
2.2. MICRO ENTORNO.....	9
2.3. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	9
2.3.1. LA MUESTRA.....	10
2.3.2. MODELO DE ENCUESTA.....	11
2.3.3. TABULACIÓN A DUEÑOS DE CAFETERÍAS.	11
2.3.4. TABULACIÓN A CLIENTES POTENCIALES.	16
2.4. OFERTA – DEMANDA	21
2.5. MIX DE MARKETING	21
2.5.1. PRODUCTO	21
2.5.2. PRECIO.....	22

2.5.3.	PLAZA	22
CAPÍTULO III. PROPUESTA		23
3.1.	ESTUDIO TÉCNICO.....	23
3.1.1.	RECURSOS TÉCNICOS	24
3.1.2.	RECURSOS MATERIALES	27
3.1.3.	RECURSOS HUMANOS	29
3.1.3.1.	Administrador.....	29
3.1.3.2.	Chef Pastelero.....	30
3.1.3.3.	Mesero	30
3.1.3.4.	Cajera.....	31
3.1.3.5.	Steward.....	32
3.1.4.	HORARIO DE ATENCIÓN	33
3.2.	ESTUDIO ADMINISTRACIÓN	33
3.2.1.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	33
3.2.2.	ORGANIGRAMA FUNCIONAL	33
3.3.	ESTUDIO LEGAL.....	34
3.3.1.	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	34
3.3.2.	PATENTE MUNICIPAL	34
3.3.3.	CUERPO DE BOMBEROS.....	34
3.3.4.	MINISTERIO DE SALUD	35
3.4.	ESTUDIO DE MARKETING.....	35
3.4.1.	ANUNCIOS EN EL PERIÓDICO.....	35
3.4.2.	MARKETING ONLINE	36
3.4.3.	PUBLICIDAD CREATIVA.....	37
3.5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	37
3.5.1.	ESTUDIO ECONÓMICO.....	37
3.5.1.1.	Ingresos	37
3.5.1.2.	Costos Directos.....	37
3.5.2.	INVERSIONES	38
3.5.2.1.	Activos fijos Tangibles.....	38
3.5.2.2.	Activos fijos Intangibles.....	38
3.5.2.3.	Maquinaria y Equipo	38
3.5.2.4.	Muebles y Enceres.....	39
3.5.2.5.	Equipos de Oficina	39
3.5.2.6.	Equipos de Computo	40
3.5.2.7.	Equipos de poca duración.....	40
3.5.2.8.	Capital de trabajo.....	41

3.5.2.9.	Depreciaciones	41
3.5.2.10.	Seguros	41
3.5.2.11.	Mantenimiento.....	42
3.5.2.12.	Préstamo	42
3.5.3.	ESTUDIO FINANCIERO.....	43
3.5.3.1.	Balance de situación inicial	43
3.5.3.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias	44
3.5.3.3.	Flujo de Caja	45
3.5.3.4.	Punto de Equilibrio.....	46
3.6.	ESTUDIO DE IMPACTOS	47
3.6.1.	IMPACTO CULTURAL.....	47
3.6.2.	IMPACTO AMBIENTAL	47
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
	CONCLUSIONES	48
	RECOMENDACIONES.....	49
	BIBLIOGRAFÍA	50
	ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Población.....	10
Tabla 2.	Tabulación a dueños de cafeterías.....	11
Tabla 3.	Tabulación de clientes potenciales por sexo	16
Tabla 4.	Tabulación de clientes potenciales por edad	16
Tabla 5.	Cuanto pagaría por una porción de mousse	21
Tabla 6.	Grupo de inventarios	25
Tabla 7.	Inventario Maquinaria y equipo	27
Tabla 8.	Inventario Muebles y encerres.....	27
Tabla 9.	Inventario Equipos de oficina	28
Tabla 10.	Equipo de computo.....	28
Tabla 11.	Equipo de poca duración	28
Tabla 12.	Ingresos	37
Tabla 13.	Costos Directos	37
Tabla 14.	Activos fijos tangibles	38
Tabla 15.	Activos fijos intangibles.....	38
Tabla 16.	Maquinaria y equipo.....	38
Tabla 17.	Muebles y encerres	39
Tabla 18.	Equipos de oficina.....	39
Tabla 19.	Equipos de computo	40
Tabla 20.	Equipos de poca duración	40
Tabla 21.	Capital de trabajo	41
Tabla 22.	Depreciaciones	41
Tabla 23.	Seguros	41
Tabla 24.	Mantenimiento	42
Tabla 25.	Préstamo	42
Tabla 26.	Balance de situación inicial.....	43
Tabla 27.	Estado de pérdidas y ganancias.....	44
Tabla 28.	Flujo de caja	45
Tabla 29.	Punto de equilibrio	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Años de función de la cafetería	12
Figura 2.	Empleados de la empresa	12
Figura 3.	Días de más clientela en su cafetería.....	13
Figura 4.	Perfil de clientes	13
Figura 5.	Fortaleza del negocio	14
Figura 6.	Productos de mayor venta	14
Figura 7.	Consumo promedio	15
Figura 8.	Mousse en el menú.....	15
Figura 9.	Sabor de Mousse	16
Figura 10.	Visita de una cafetería	17
Figura 11.	Con quien va acompañado a una cafetería	17
Figura 12.	Alimentos de preferencia	18
Figura 13.	Alimentos de preferencia	18
Figura 14.	Cafetería con especialización en mousses.....	19
Figura 15.	Sabores de Mousse de preferencia	19
Figura 16.	Cuanto pagaría por una porción de mousse	20
Figura 17.	Diseño de cafetería	23
Figura 18.	Diseño de cafetería	24
Figura 19.	Diagrama de procesos de producción.....	26
Figura 20.	Organigrama estructural	33
Figura 21.	Organigrama funcional.....	33
Figura 22.	Diseño anuncio periódico.....	35
Figura 23.	Diseño de pagina WEB	36
Figura 24.	Punto de equilibrio	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Modelo de encuesta # 1	52
Anexo 2.	Modelo de Encuesta # 2	55
Anexo 3.	Lista de mercado	57
Anexo 4.	Solicitud de compra.....	58
Anexo 5.	Orden de compra	59
Anexo 6.	Kardex	60
Anexo 7.	Receta estándar.....	61
Anexo 8.	Menú.....	62
Anexo 9.	Receta estándar.....	64

INTRODUCCIÓN

En el año de 1789, al culminar la revolución Francesa empezaron a abrir las cafeterías, gracias a esto la panadería y la repostería empezó a surgir, las cafeterías son establecimientos donde se sirve diferentes variedades de café, bebida, repostería y pastelería. (Salazar Rosero, 2014)

Brindando un lugar cómodo de reunión para disfrutar conversaciones entre familiares, amigos y ejecutivos, las cafeterías se clasifican en tres categorías: como son la cafetería especial, de primera y segunda categoría cada una tiene que cumplir con ciertas condiciones para poder establecer su categoría.

Estos establecimientos gastronómicos ofrecen comidas rápidas, calientes o frías, a cualquier hora del día, de acuerdo con los deseos del cliente. Este tipo de restaurantes se inició para los clientes que tienen prisa o que viven demasiado lejos de su casa como para regresar a alimentarse de manera razonable o suficiente, estos negocios operan permitiendo ofrecer precios muy bajos en relación con los restaurantes formales, que cobran más porque tienen mayor gasto en cuanto al personal de servicio, las cafeterías elaboran sus menús en forma muy restringida con el fin de evitar pérdidas, y obligan al cliente a escoger entre otros platillos preparados con anterioridad como son los platillos que no requieren mucho tiempo de elaboración. Por lo general las cafeterías como son establecimientos de servicio rápido tienen una cocina pequeña que no requiere mucha inversión.

Las personas que acuden diariamente para poder leer tranquilamente el periódico, charlar con viejos amigos, conocer otros nuevos; otros vienen nada más a refrescarse y a tomar un buen café o jugo con una rebanada de algún postre. Por lo general los clientes de las cafeterías y bares tienen algo en común, ya sea porque busquen un lugar para pasar un rato agradable, degustar un buen postre con café o una cerveza con un buen queso pero todos buscan un lugar acogedor donde sea reconocidos que el mesero o el dueño los llame amablemente por su nombre y los haga sentir como si estuvieran en casa, todos buscan algún reconocimiento, sobre todo en esta época donde las personas “son apenas siluetas grises sin rostro que transitan por las calles, restaurantes y cafeterías en el más completo anonimato.” (Comblence, 2000)

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Santo Domingo hay una gran oferta gastronómica, la misma que ha sido correspondida por los comensales, ha favorecido a la creación de todo tipo de establecimientos gastronómicos, incluso hasta franquicias y cadenas nacionales como son las Menestras del Negro, la pizzería el Hornero, la cafetería *Sweetland*, entre otras, e internacionales como el KFC, *Subway*, *Papa John's*.

II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

El mercado busca lugares innovadores, con un ambiente confortable, la creación de una cafetería especializada en mousses brindara a la ciudad de Santo Domingo, un distinto estilo culinario ayudando a mejorar la oferta que existe de la gastronomía de la ciudad, donde se pueda disfrutar de exquisitas variedades de mousses, aperitivos y bebidas y poder compartir un momento agradable con familiares, amigos, compañeros de trabajo en un lugar cómodo y acogedor.

III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

a. GENERAL

¿Qué factibilidad genera la creación de una cafetería especializada en mousses en la ciudad de Santo Domingo?

b. ESPECIFICOS

¿Cuál es la situación actual de las cafeterías en la ciudad de Santo Domingo?

¿Qué aspectos técnicos son indispensables para la creación de una cafetería especializada en *mousses*?

¿Qué viabilidad tiene la implementación de una cafetería especializada en *mousses* en la ciudad de Santo Domingo?

IV. OBJETIVOS

a. OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad de una cafetería especializada en *mousses* en la ciudad de Santo Domingo.

b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar la situación actual de las cafeterías en la ciudad de Santo Domingo.
- Analizar las preferencias de los clientes potenciales.
- Definir los aspectos técnicos indispensable para la cafetería especializada en *mousses*.
- Analizar la viabilidad de la creación del negocio.

V. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto tiene como finalidad comprobar la factibilidad de una cafetería especializada en mousses en la ciudad de Santo Domingo, analizando el impacto que tienen las cafeterías, ya que cada día la “población de la ciudad se vuelve más exigente” (Maldonado, 2014), podemos observar que la oferta de establecimientos gastronómicos ha aumentado en la ciudad ya que la población busca lugares atractivos para poder compartir un momento de desiertos acompañado de sus familiares y amigos y poder degustar de un aperitivo diferente a lo que se está acostumbrado, hoy en día los comensales buscan un aperitivo innovador, ya que la gastronomía ha ido avanzando de manera impresionante, es por ello que se tiene que brindar a los comensales un establecimiento gastronómico que este siempre a la vanguardia acompañado con un exquisito sabor en los platillos que se sirven sin dejar de tomar en cuenta la calidad de los productos y el valor nutricional de dichos alimentos y bebidas.

El negocio de las cafeterías “genera un gran índice de rentabilidad, especialmente por la venta de bebidas ya que su costo de producción es muy bajo” (Suarez-Samper, 2009),

permitiendo tener un gran índice de ganancia, esto ayuda a que el negocio surja, al contar con un establecimiento diferente a los habituales, esto favorece y contribuye al mejoramiento gastronómico de la ciudad como lo es una cafetería especializada en mousses, que ofrece a los comensales de la ciudad aperitivos distintos , permitiéndoles degustar postres de diferente cultura y estilo culinario.

El señor Marcos Gottfried Marco, director de Expo Café afirma que “invertir en una cafetería es una buena alternativa, ya que el negocio del café ha crecido de manera considerable tanto en los países productores como en los no productores de café. ” (Suarez-Samper, 2009), por el hecho de tener un gran índice de rentabilidad en los alimentos y en especial en la bebidas que se sirven, además de mejorar la gastronomía de la ciudad consolidando el sistema económico, social y solidario en forma sostenible ya que con el proyecto de factibilidad de la cafetería especializada en mousses en la ciudad de Santo Domingo, además de poder conocer la factibilidad de dicho negocio podemos garantizar el trabajo digno en todas sus formar, sin dejar a un lado la finalidad del objetivo del proyecto que es la viabilidad del negocio.

VI. METODOLOGÍA

Tipo de Investigación.

Descriptiva: este tipo de investigación se basa en la “búsqueda específica de propiedades, características, rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Además que describe tendencias de un grupo o población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

El tipo de investigación descriptiva tiene como meta de la investigación la descripción de situaciones, eventos, fenómenos, etc. Describir exactamente como ocurren estos acontecimientos, para darnos a conocer detalladamente como son y se manifiestan.

Método de Investigación.

Método analítico: Este meto es el que reside en la “división de un todo, descomponiéndolo en sus elementos o partes para no perder de vista la naturaleza, causa y

efectos.” (Bernal, 2010) Hay que tener en cuenta todos los datos de la investigación para poder plantear este método los cuales son su naturaleza y su objeto de investigación.

Este método de investigación me permitirá comprender de mejor forma el objeto de estudio, ordenando y clasificando cada contenido teórico para luego ejercer la aplicación en la práctica, ya que se podrá observar y analizar las cualidades de los clientes potenciales, permitiéndome averiguar y conocer el comportamiento de los presuntos consumidores.

Método deductivo: Este método que va de aseveraciones de índole general hacia afirmaciones particulares. Se ha dicho que las verdades establecidas por la ciencia tienen que confortarse con la realidad a través de las conclusiones que se deduzcan de los planteamientos generales, leyes, principios, categorías, conceptos e hipótesis (Mena, Chavez, & Rojas, 1998).

Utilizare este método en el análisis financiero para poder evaluar los estados financieros y conocer la factibilidad del proyecto, además que me ayudara a establecer el tamaño de la muestra, con ayuda de datos reales y generales de la población económicamente activa de la ciudad de Santo Domingo, al igual de la demanda potencial satisfecha e insatisfecha de dicha población.

Método inductivo: “Este método maneja el movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares hacia afirmaciones de carácter general.” (Mena, Chavez, & Rojas, 1998)

Esto involucra pasar de los resultados logrados de observaciones o experimentos, al planteamiento de hipótesis, leyes y teorías que comprenden directamente los casos de los que se partió u a otros de igual clase, con esto se quiere decir que se generalizan los efectos, y con esto causamos un salto en el conocimiento ya que no nos quedamos con los hechos particulares porque se investiga su comprensión más profunda en síntesis racional.

Este método me otorgara a través de la observación conocer información del comportamiento de la posible competencia, al igual del comportamiento de los clientes potenciales, poder conocer sus gustos y preferencias de servicio y de productos.

Técnicas de Investigación.

Encuesta: “La encuesta se define como un metodología de la investigación que, adaptándose a la fase del método científico general, intenta obtener información cuantitativa sobre una población, ya sea en términos descriptivos o de relación entre variables medias, utilizando un modelo. “ (Arnau, Anguera, & Gómez, 1990)

En el presente proyecto de factibilidad para la apertura de una cafetería en la ciudad de Santo Domingo utilizare como técnica de investigación la encuesta ya que esta técnica me permitirá obtener datos muy importantes de los posibles clientes, como lo son conocer sus preferencias y gustos además de información cuantitativa que será de gran ayuda para el proyecto de factibilidad.

La encuesta me proporcionara información sumamente necesaria para poder conocer el estudio de mercado y con los resultados obtenidos, se podrá conocer la demanda, y así poder cumplir con las necesidades que requiere la población de Santo Domingo en cuanto al aspecto que exista un lugar que brinde en servicio de alimentos y bebidas, que cumpla sus necesidades y expectativas.

La encuesta se la realizara a la población económicamente activa de la ciudad, hombres y mujeres entre un rango de edad de 18 a 45 años aproximadamente.

CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. CAFETERÍA

La legislación específica de cafeterías hoteleras define las cafeterías como un “establecimiento gastronómico donde se ofrece bebidas frías y calientes café, batidos, refrescos, infusiones, etc. Platos fríos y calientes *sándwiches*, bocadillos, hamburguesas, raciones, postre, etc.” (García, García, & Gil, 2010), estos productos se sirven al público en general, mediante el precio, para ser consumidos en la barra o en la mesa y a cualquier hora del día que permanezca abierto el establecimiento. }

El sector de las cafeterías ha mantenido en la última década un ritmo muy alto de expansión, en parte, porque es en este sector gastronómico donde se pueden agrupar administrativamente la mayor parte de los establecimientos de la nueva restauración.

Se asume que el concepto *food-service* es como una denominación internacional que comprende a la elaboración y servicio de comidas y bebidas fuera del hogar. Podemos decir que el *food-service* es una actividad que ofertan a los viajeros y a los residentes servicios de alimentación y bebidas. Es por ello que quedan establecidas todas las empresas gastronómicas como los restaurantes, cafeterías y los bares, dependiendo de cada país donde se pueden incluir otros establecimientos.

Las actividades de los establecimientos de alimentos y bebidas cada día mejoran, para poderse adaptar a las necesidades de la vida de una sociedad moderna, en la que comer fuera de casa se ha convertido en una acción habitual. Los modelos de los establecimientos gastronómicos sufrieron cambios profundos en la “Segunda mitad del siglo XX. Antes de la Segunda Guerra Mundial, salir a comer era una actividad reservada a la clase más adinerada. En 1950 se produjo un avance de los restaurantes populares que ofrecían comida a precio

económico.” (Fonseca, 2007). En la actualidad, se ofrece comida a buen precio en una amplia variedad de empresas gastronómicas.

1.1.2. SERVICIO DE BARRA

Como ya se ha mencionado con anterioridad este servicio, es muy común en cafeterías y bares, cuya principal característica es la rapidez. Es un servicio directo al cliente por parte del mesero o camarero, que se encuentra al otro lado de la barra, se realiza bajo la constante mirada del comensal, lo cual requiere del mesero en la limpieza en tres aspectos: “En cuanto a pulcritud en el uniforme y en el aseo personal, en instalaciones, maquinaria y material con el que trabajamos, en la forma de trabajar.” (García, García, & Gil, 2010), no se puede excluir ninguno de estos aspectos mencionados, porque son muy importantes.

Muchas veces el cliente visita el establecimiento a beber y a degustar un aperitivo, no necesariamente porque tenga sed o hambre, sino porque desea satisfacer otras necesidades como pueden ser evadirse o liberarse del trabajo diario, charlar o distraerse. En este servicio debido a la cercanía constante que concurre con el cliente, muchas veces se crean relaciones personales que normalmente, vienen solicitadas por el cliente.

De aquí se deriva que una característica que tiene que poseer el profesional es la de ser una persona de perfil abierto, extrovertido, amable, que permita al consumidor una agradable estancia en el establecimiento, pero no hay que olvidar algo que es muy importante, es el saber conservar la distancia suficiente y conservar el respeto mutuo, hay que tener en cuenta en este tipo de servicio el saludar cuando el cliente se acerca, no olvidarse del nombre del cliente cuando lo conozcamos al igual que sus gustos. Esto es un gran detalle que el cliente retribuye, cuando el comensal se retire, hay que despedirse y agradecerle su visita, siempre se tiene que sonreír y atender a los clientes según la hora de llegada al igual que mantener la barra siempre limpia.

1.1.3. SERVICIO DE SALA

Este servicio se ofrece en los locales que cuentan con mesas y en las que el comensal puede consumir los alimentos y bebidas sentado, en este servicio se tiene que contar con camareros que exclusivamente se encarguen del servicio de mesas; cuando existe una gran

número de mesas, estas deberán ser organizadas por rangos.

“En este tipo de servicio es muy importante que el camarero tenga un gran dominio de la bandeja, puesto que se debería ayudar de ella para el transporte y servicio de las consumiciones. ” (García, García, & Gil, 2010).

Un punto muy importante en este servicio es el *Mise en Place* ya que es de gran importancia para la rapidez de este servicio, al igual en este servicio se tiene que contar con una mesa u aparador con todos los elementos necesarios, como lo son los platos, cubiertos, servilleta, etc., con el propósito de agilizar y maximizar el servicio, ya que cuando el chef prepara los alimentos el camarero se tiene que encargar de organizar el servicio de la sala, no se puede olvidar que en las mesas tiene que estar la carta donde muestre los alimentos y bebidas que se ofrecen en dicho establecimiento .

Este servicio se brinda a través de un control, es un lugar que tiene que estar ubicado en el establecimiento, donde se encuentran la mesa o aparador que cuenta con todos los materiales necesarios para prestar el servicio a los clientes,

Al igual que el servicio de barra con este servicio haya que tener en cuenta ciertos aspecto para que el servicio brindado sea de calidad como lo es saludar al cliente amablemente al momento que ingresa al establecimiento y acompañarlo a la mesa, dar cierta preferencia a las damas cuando se sirven los aperitivos en la mesa, mantener siempre la mesa limpia, realizar siempre el servicio por el lado derecho del cliente. “La forma más correcta de colocar el material en la bandeja es situado el de mayor peso en la parte trasera más cercana al cuerpo y el más liviano delante de esta forma descansa el peso en el antebrazo. ” (García, García, & Gil, 2010), los alimentos que se lleven en la bandeja deberán organizarse de manera ordenada y las bebidas deberán estar colocadas de modo que el comensal pueda leerlas etiquetas.

1.1.4. REPOSTERÍA

La repostería fina es una parte muy importante de la cultura gastronómica. Desde la temprana “Edad Media el irresistible placer por lo superfluo. Las representaciones del reino de la Utopía, centrada en los manjares, incluyen los panes de especias y en los días de fiestas

los ricos y los pobres había en sus casas dulces. ” (Jurgen, 1999), y consumían los postres no solo para calmar el hambre si no cuando les apetecía, pero en la actualidad la repostería ha cambiado ya que además de tener un deliciosa sabor en sus postres tiene que ser un espectáculo para la vista, podemos afirmar que la repostería es un placer creativo para quien la realiza y un festín para el paladar de quien la consume.

Desde la antigüedad los egipcios, griegos, y los romanos preparaban dulces con harina, frutas, miel, y especias, para deleitar su paladar, “las mujeres de Centroeuropa ofrecían a los dioses bollos trenzados en lugar de sus propias trenzas. ” (Jurgen, 1999). En esta época aparece la receta del bollo de Navidad, que hoy en día es el tradicional *Panettone italiano*.

En la actualidad podemos degustar de una gran variedad de postres, gracias a los molineros que aprendieron a obtener una harina blanca fina de trigo, aportaron a la repostería para poder crear toda una variedad de productos, que cada día van mejorando su sabor y decoración.

“La repostería engloba un amplio número de acepciones y sustituye cada vez en mayor medida al termino de pastelería utilizado en la mayor parte de los establecimientos o departamentos dedicados a tal fin. ” (Pozuelo & Pérez, 2011), ya que la repostería es un arte, en cuanto a la capacidad de poder crear manjares destinados al consumo, que causan un agradable sabor al paladar de quien los consume.

La repostería se clasifica en: “postres calientes, fríos, fritos, postres a base de helado, quesos, y frutas naturales. ” (Pilar, 2013), dentro de la categoría de los postres calientes tenemos a las tartas, cremas, *soufflés*, *crepas*, postres de arroz, *puddings*, carlotas, etc. Postres fríos las gelatinas, flanes, cremas frías, merengues, *bavaresas*, *mousses* etc. Algunos de los postres fritos son los buñuelos, croquetas, empanadillas, torrijas, etc. En cuanto a los postres a base de helado tenemos los sorbetes, toda clase de helados, que se clasifican en helados de crema y de extracto de frutas, *parfaits*, *soufflés glacés*, *mousses glacés*, *bicuit glacés*, *bombas glacés*, etc. Y en los postres a base de queso están los postres que su principal ingrediente es el queso y las frutas acompañadas con quesos.

1.2. MARCO LEGAL

Para la apertura un establecimiento de alimentos y bebida, en este caso de una cafetería, se requiere cumplir con ciertos requisitos legales como lo son:

1.2.1. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Es una institución independiente, que tiene la libertad de tomar sus decisiones, creada con el propósito de recaudar los tributos internos de las personas naturales y jurídicas. En esta institución se realiza unos de los requisitos para poder apertura la cafetería que es la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), que es para las personas que realizan actividades económicas, para que cumplan con las obligaciones tributarias pendientes.

1.2.2. LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL

Esta ley es la encargada de inspeccionar y conceder permisos para que los establecimientos realicen sus actividades comerciales, el permiso que otorgan para que los locales comerciales puedan funcionar es la patente municipal, este permiso lo tiene que tener todos los establecimientos comerciales, que cuentan con un local fijo. Además otorga el permiso de funcionamiento anual a todos los establecimientos que realizan actividad comercial.

1.2.3. CUERPO DE BOMBEROS

Es una institución encargada en dar bienestar a la sociedad, salvar vidas y proteger el medio ambiente y los bienes de la sociedad, esta institución otorga el permiso de funcionamiento de los bomberos.

1.2.4. MINISTERIO DE SALUD

Es la entidad encargada de planificar, regular, controlar y regular la salud de toda la sociedad ecuatoriana, a través de vigilar, garantizar el control sanitario, este ministerio concede el permiso de funcionamiento de salud, a los establecimientos que comercializan alimentos y bebidas.

1.2.5. MINISTERIO DE TURISMO

Es una entidad encargada de fomentar el turismo en el Ecuador, además de ayudar a desarrollar económicamente y social es turismo del país, este ministerio otorga el certificado de registro en este ministerio.

1.3. MARCO INSTITUCIONAL

1.3.1. MINISTERIO DE TURISMO

Es el encargado de regular los establecimientos que prestan servicio de alimentos y bebidas a personas residentes y extranjeras, además de proporcionar las categorías de dichos establecimientos, al igual que promover el turismo en el Ecuador y de promover la competitividad turística y de avalar un servicio de calidad.

El Ministerio de turismo “Establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculadas al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo” (Ley N° 97. Ministerio de turismo, Ecuador, 29 de diciembre 2014)

El ministerio ejerce ciertas funciones en cuanto a los establecimientos gastronómicos las cuales son:

- Concede la categoría ;
- Cede la calificación a los establecimientos gastronómicos;
- Cambia la categoría y calificación otorgada;
- Soluciona los recursos de carácter administrativo que expresen los titulares de establecimientos gastronómicos en dependencia con la categorización o calificación concedida;
- Controla el estado de conservación de dichos establecimientos, así como calidad y condiciones del servicio que presten, ya estableció en el plan anual de supervisión e inspección.

1.4. MARCO CONCEPTUAL

Atención al Cliente: “servicio que proporciona empresas de servicios o empresas que proporcionan productos a sus cliente. ” (Vargas & Aldana, 2006)

Bavaroise: “Crema preparada sobre una base de crema inglesa, aligerada con nata batida y ligada con gelatina. ” (Schuhmacher, 2006)

Café: “Bebida con un sabor sabrosamente amargo. Bebida más importante de la cafetería. ” (Fonseca, 2007)

Carlotas: “Postre francés que se sirve frío. ” (Pozuelo & Pérez, 2011), al que se le agrega gelatina para darle su consistencia.

Crema Inglesa: “Crema de vainilla; crema básica espesa utilizada en diversos postres”. (Schuhmacher, 2006)

Crema Pastelera: “Crema de pastelería elaborada con leche, azúcar y yemas de huevo y ligada con almidón. ” (Schuhmacher, 2006)

Decorar: “Adornar un platillo o postres para su presentación” (García, García, & Gil, 2010)

Espuma: “Postre popular, del grupo de los semifríos de elaboración dulce, con textura suave y ligera. ” (Pozuelo & Pérez, 2011)

Merengue: “Masa espumosa de claras de huevo y azúcar; más bien seca que cocida en el horno. ” (Schuhmacher, 2006)

Mesero: “Persona que su función principal es el servicio de mesas, prepara las áreas de trabajo para el servicio, realiza la atención al cliente para el consumo de alimentos y bebidas”. (García, García, & Gil, 2010)

Mise en place: ““Puesta a punto. Preparación de todo lo necesario para empezar el servicio. ” (Area, 2012)

Moldear: “Disponer la masa o las cremas la forma deseada. ”. (Area, 2012)

Montar: “Sinónimo de batir. Preparar un postre para su servicio, emplatado. También se aplica a unir diferentes piezas pequeñas para hacer una mayor pieza montada. ” (Area, 2012)

Mousse: “Crema fría ligera hecha con claras de huevo. ” (Schuhmacher, 2006)

Nata batida: “No debe ser demasiado espesa, pues la nata pierde volumen y sabor. Utilizada como acompañamiento debe azucararse ligeramente, pues así despliega su aroma de mantequilla suave. ” (Schuhmacher, 2006)

Postre: “Alimento dulce, que se sirve al final de una comida” (García, García, & Gil, 2010)

Punto de Nieve: “Batir las claras y añadir progresivamente el azúcar. Para la masa de biscocho el punto de nieve debe ser untuoso, no debe ser resistente al corte incorporar el azúcar de una sola vez, no poco a poco ni dejando fluir. ” (Schuhmacher, 2006) Batiendo a la vez toda la azúcar se obtiene una masa espumosa más densa que, al mezclar con las yemas la masa o la masa de mantequilla, adquiere mucha mayor estabilidad y facilita una estructura más uniforme y consistente.

Semifrío: “Postres cremosos dulces que se realizan en la repostería para su consumo en frío, que se presentan en un estado sólido o semisólido con una textura esponjosa y firme que permanece durante su periodo de conservación. ” (Pozuelo & Pérez, 2011)

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS

2.1. MACRO ENTORNO

El proyecto se realizará en la ciudad de Santo Domingo o también conocida como Santo Domingo de los Colorados, llamada así por la etnia Tsàchila que habita desde la antigüedad en este territorio, Santo Domingo es una ciudad del Ecuador y capital de provincia de Santo Domingo de los Tsàchilas es considerada la cuarta ciudad más poblada del país, ubicada en la región costa del país es por ello que su clima es húmedo y tropical, esta ciudad es el punto de enlace entre ciudades y provincias muy importantes del país como lo son Quito, Guayaquil, Manabí, Esmeraldas, Ambato, Quevedo y otras ciudades significativas del país, por su ubicación es considerada un puerto terrestre de intercambio comercial entre la zona de la sierra y la costa.

Su gastronomía no tiene un único platillo típico que lo distinga en el mapa ecuatoriano. Su oferta e identidad gastronómica es diversa, como su gente, son el resultado de la mezcla cultural y la sazón de inmigrantes, que poblaron la provincia desde 1970(Comercio, 2011)

2.2. MICRO ENTORNO

La cafetería especializada en mousses se ubicara en la ciudad de Santo Domingo, en la parroquia urbana Chigüilpe, urbanización Mutualista Benalcázar, calle Rio Lelia N°142 y los Ceibos, es una de las mejores zonas de la ciudad ya que se encuentra en el centro de la ciudad cerca de entidades públicas y privadas además de estar cerca de todos los proveedores y contar con todos los servicios básicos que se necesitan.

2.3. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La población de la ciudad de Santo Domingo es numerosa ya que la ciudad de Santo Domingo está considerada en la cuarta área metropolitana más poblada según el censo

realizado en el año 2010, la actividad económica de la población santodomingueña en su mayoría son empleados privados seguido por comerciantes. La población es muy innovadora, el mercado siempre están buscando el cambio, existen diferentes establecimientos gastronómicos, que brindan a sus comensales productos tradicionales, la idea de este proyecto es ofrecer a la población productos distintos a los habituales.

Para la segmentación del mercado tomaremos datos del Instituto nacional de estadística y censo del Ecuador, de la población de la parroquia urbana Chigüilpe de la ciudad de Santo Domingo, la cual es de 5975 habitantes.

Tabla 1. Población

POBLACIÓN DE LA PARROQUIA CHIGÜILPE	%	TOTAL
Hombres	48,18	2879
Mujeres	51,82	3096
Total	100%	5975

FUENTE: INEC

2.3.1. LA MUESTRA

La fórmula para determinar la muestra es la siguiente

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

n = Número de personas encuestadas

Z^2 = nivel de confianza

p = probabilidad de confianza

q = probabilidad en contra

N = universo de estudio

e = error estimado

Datos

n=?

$Z^2 = 1.96$

$p = 0.50$

$q = 0.50$

$N = 5975$

$e = 0.05$

Desarrollo

$$n = \frac{(1,96)^2 * 5975 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 * (5975 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{5738,39}{15,8954}$$

$$n = 361$$

Mediante el desarrollo de la formula nos da un resultado de 361 encuesta a realizar, las encuestas se las realizara a los habitantes de la parroquia urbana Chigüilpe de la ciudad de Santo Domingo.

2.3.2. MODELO DE ENCUESTA

Se realizaron dos encuestas una que va dirigida a los dueños de cafeterías que están inscritas en el Ministerio de Turismo y a cafeterías que se encuentran en la zona donde se piensa ubicar la cafetería especializada en mousse, y otra encuesta que va dirigida a la población de la parroquia Chigüiles. (Anexo 1 y 2)

2.3.3. TABULACIÓN A DUEÑOS DE CAFETERÍAS.

Tabla 2. Tabulación a dueños de cafeterías

NOMBRE	DIRECCION	CAP.
El rinconcito Loja	Av. Abrahán Calazacón	30
K'Fe cafetería-Gourmet	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Rio Lelia	40
Macedonia Sal y Dulce	Río Mulaute y Av. Quito y Guayaquil	30
Dolce coffee	Coop. Las Palmas calle Venezuela	30
Panini	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Rio Lelia y Balsas	35
Chocolate caliente	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Rio Lelia	20
El Goloso	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Rio Lelia	28
Sándwich Lovers	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Rio Lelia	30
Sweet Land	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Rio Lelia	30
Dulces y detalles	Urb. Mutualista Benalcázar, Av. Quito	20

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías de la zona

Pregunta # 1

¿Cuántos años lleva funcionando su cafetería?

■ 6 meses a 1 año ■ 2 a 3 años ■ 4 a 5 años ■ Más de 5 años

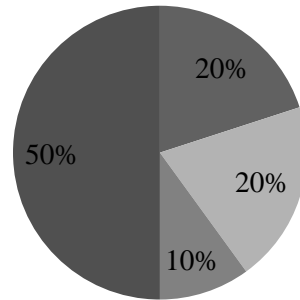


Figura 1. Años de función de la cafetería

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 50% de las cafeterías lleva funcionando más de cinco años, y el 20% llevan funcionando de dos a tres años al igual que de seis a un año, y apenas el 10% lleva funcionando de cuatro a cinco años.

Pregunta # 2

¿Cómo está compuesta su estructura organizacional (número de empleados)?

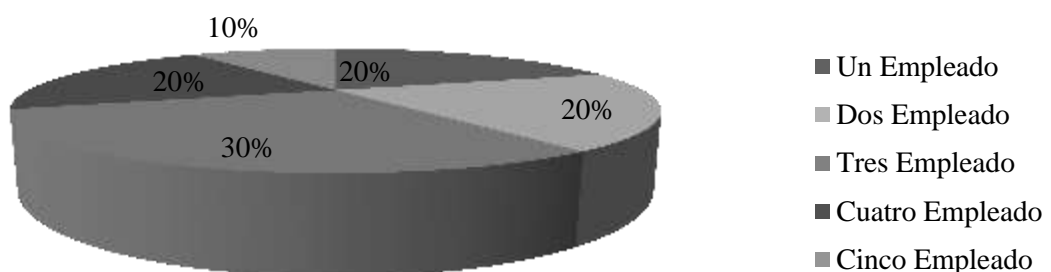


Figura 2. Empleados de la empresa

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

De las cafeterías encuestadas, el 30% cuenta con tres empleados , un 20% indican que cuentan con un empleado, otro 20% cuentan con dos empleados ,un 10% cuentan con cinco empleados y el 20% cuentan con cuatro empleados.

Pregunta # 3

¿Qué días suele tener más clientes en su cafetería?

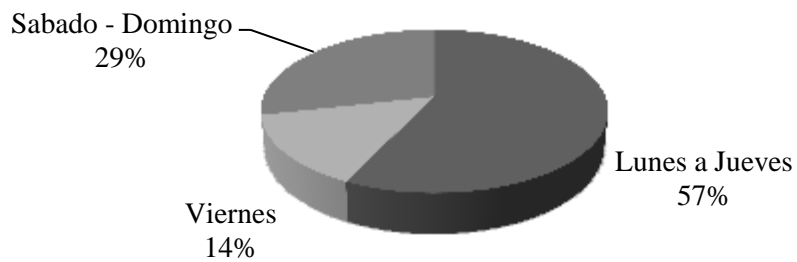


Figura 3. Días de más clientela en su cafetería

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 57% suele tener más clientes de lunes a jueves, y el 29% de sábado, a domingo, el 14% los días viernes.

Pregunta # 4

¿Cuál es el perfil de los clientes que comúnmente visitan su cafetería?

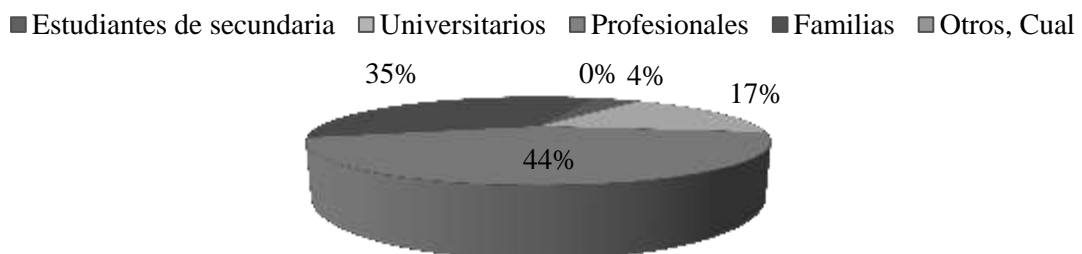


Figura 4. Perfil de clientes

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

De las cafeterías encuestadas estas cuentan con clientes con un perfil profesional del 44% y un 35% familias, un 17% universitario y tan solo un 4% estudiantes de secundaria.

Pregunta # 5

¿Cuál aspecto considera usted que es una fortaleza para su negocio?

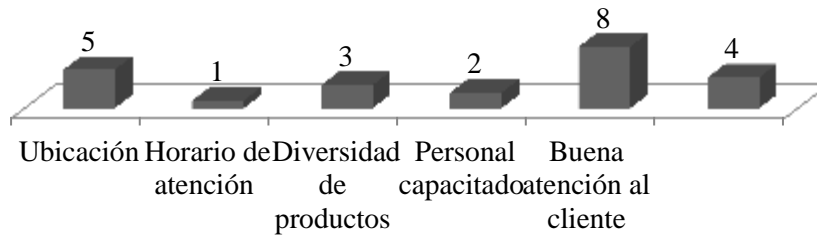


Figura 5. Fortaleza del negocio

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

De acuerdo a los datos de la encuesta se puede dar cuenta que los dueños de las cafetería aseguran que los aspectos que fortalecen a su negocio son la buena atención al cliente, ubicación, buena calidad de los productos y diversidad de productos.

Pregunta # 6

¿Cuál de estos productos tiene mayor venta en su establecimiento? Califique el de mayor venta (5) y el de menor venta (0)

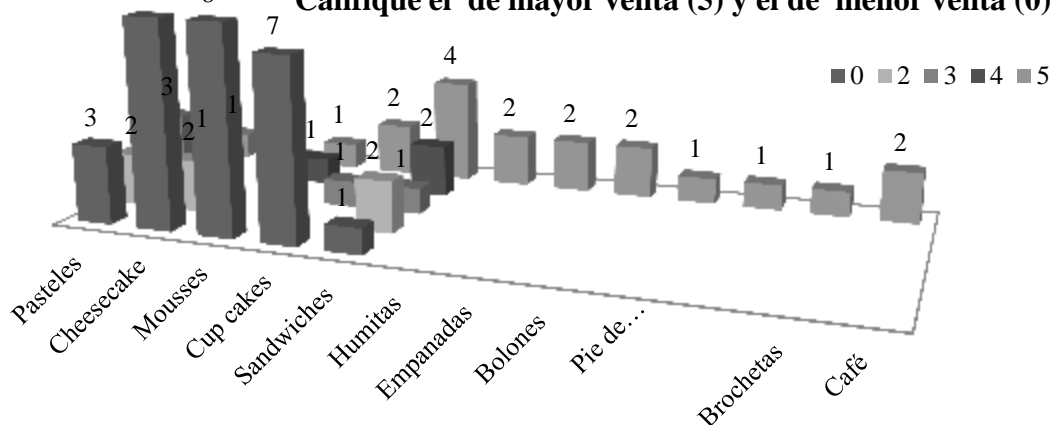


Figura 6. Productos de mayor venta

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

Cuatro cafeterías aseguran que su producto de mayor rotación son los Sándwiches, y tres cafeterías dicen que los pasteles tienen mayor rotación y solo dos cafeterías dicen que los mousses y los cup cake se venden con mayor frecuencias, cuentan con otros productos que consideran que se venden más como lo son las humitas, empanadas, bolones, pie de manzana, pierna de pavo, brochetas y el café.

Pregunta # 7

¿Cuál es el consumo promedio por persona que acuden a su cafetería?



Figura 7. Consumo promedio

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 50% de las cafeterías indican que el consumo promedio por persona es de \$2 a \$5 y el 30% de \$6 a \$10.

Pregunta # 8

En su menú ofrece mousse



Figura 8. Mousse en el menú

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 80% de las cafeterías indican que no ofrecen mousse en su menú y el 20% indican que sí.

Pregunta # 9

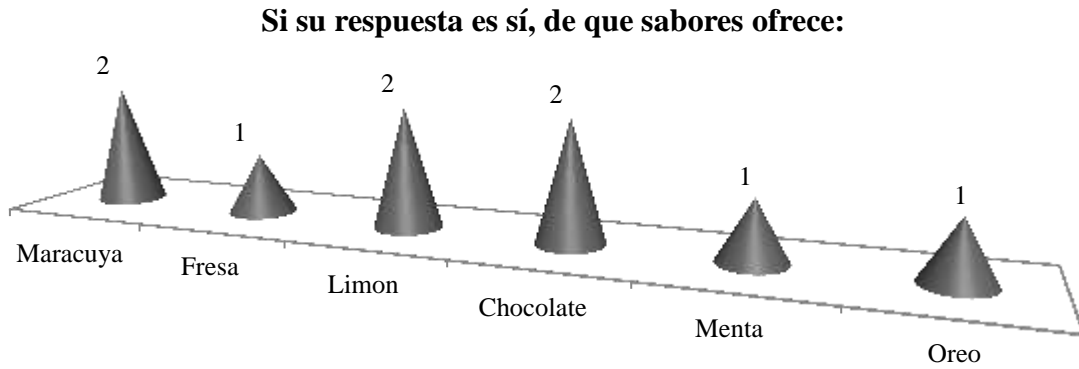


Figura 9. Sabor de Mousse

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

De las dos cafeterías que ofrecen mousses los sabores son los siguientes: maracuyá, limón, chocolate, fresa, y oreo.

2.3.4. TABULACIÓN A CLIENTES POTENCIALES.

Tabla 3. Tabulación de clientes potenciales por sexo

Sexo	Número de Clientes Potenciales
Femenino	189
Masculino	172

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

Tabla 4. Tabulación de clientes potenciales por edad

Edad	Número de Clientes Potenciales
18-25	124
26-32	93
33-39	72
40 o mayor	72

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

Pregunta # 1

Con que frecuencia visita usted una cafetería



Figura 10. Visita de una cafetería

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 51% de los encuestados acude a una cafetería una vez a la semana, el 30% visita cafeterías una vez al mes y el 18% todos los días y tan solo el 1% nunca acude a una cafetería.

Pregunta #2

Cuando usted acude a una cafetería con quien va acompañado.

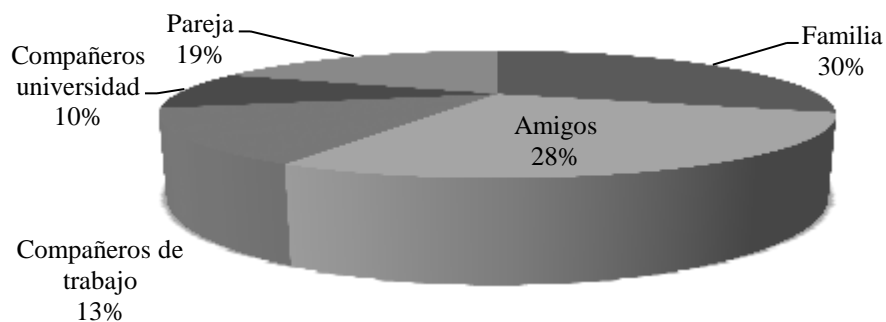


Figura 11. Con quien va acompañado a una cafetería

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

Podemos observar que el 30% de los encuestados van a las cafeterías acompañados de su familia, 28% con amigos, 19% con su pareja, 13% con sus compañeros de trabajo y 10% con compañeros de universidad.

Pregunta # 3

¿Cuál de los siguientes alimentos es de su preferencia?

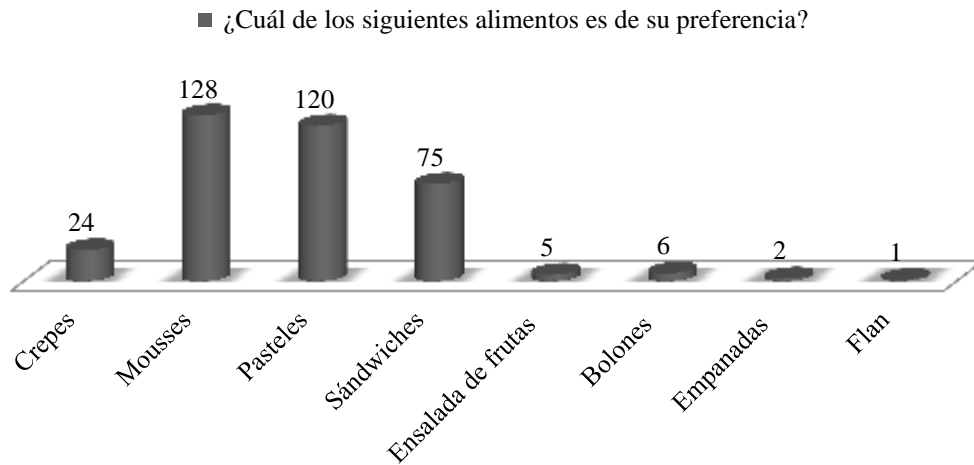


Figura 12. Alimentos de preferencia

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

Las personas nos indican en el mousses es un alimento de su preferencia ya que 128 encuestados lo dijeron, 120 le agradan los pasteles, 75 los sándwiches, 24 las crepes, 6 los bolones y 5 las ensaladas de frutas, 2 las empanadas y una el flan.

Pregunta #4

En alguna ocasión usted ha degustado mousses.



Figura 13. Alimentos de preferencia

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 79% de los encuestados han degustado en alguna ocasión mousse y el 21% nunca han degustado mousse.

Pregunta # 5

Le gustaría que en Santo Domingo haya una cafetería con especialización e mousses.



Figura 14. Cafetería con especialización en mousses

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 99% de los encuestados les gustaría que en santo Domingo haya una cafetería con especialización en mousse y tan solo el 1% no les gustaría.

Pregunta #6

¿Cuál de estos sabores de mousse le gustaría que se sirvieran?

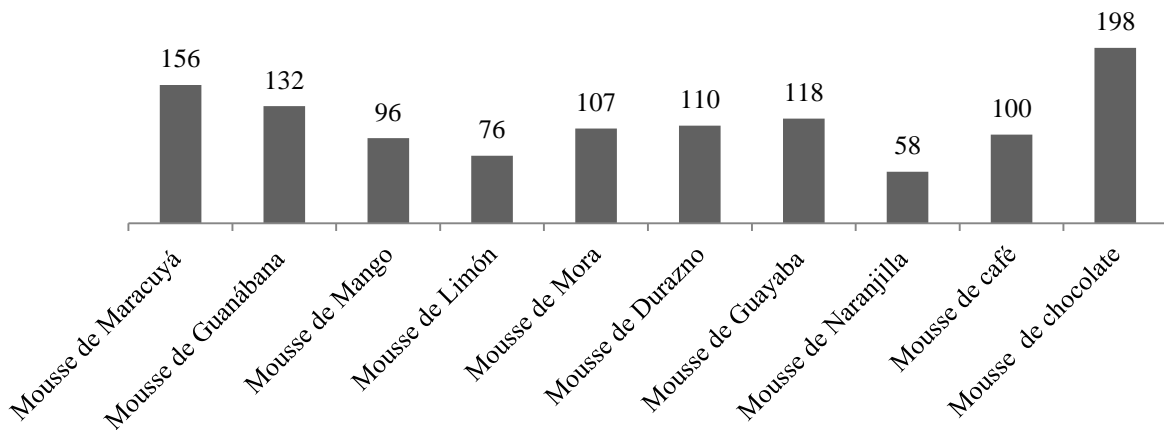


Figura 15. Sabores de Mousse de preferencia

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El sabor de mayor preferencia de los encuestados es el de chocolate seguido por el de maracuyá, guanábana, guayaba, durazno, mora, café, mango, los de menor preferencia son los de limón y de naranjilla.

Pregunta #7

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de mousse?

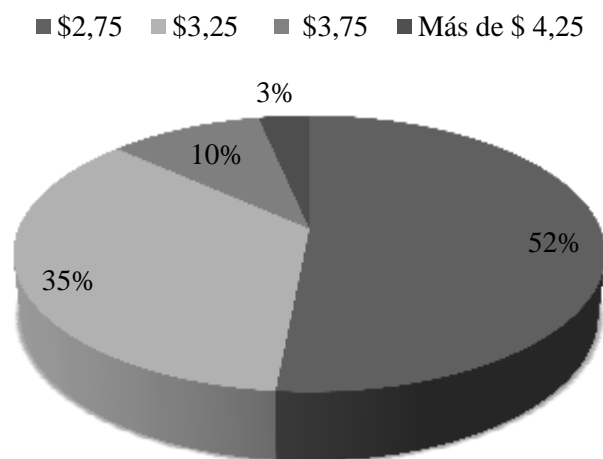


Figura 16. Cuanto pagaría por una porción de mousse

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Encuesta aplicada a dueños de cafeterías

El 52% nos indican que pagarían por una porción de mousses \$2,75, 35% cancelarían 3,25 y 10% \$3,75 y el 3% pagarían más de \$4,25.

Conclusión de la tabulación

Gracias a la realización de encuestas a los dueños de cafeterías pude obtener datos primordiales de la oferta que existe en la ciudad, que me ayudaron, a conocer las fortalezas de la posible competencia, además conocer cómo es su funcionamiento, como está compuesta su estructura organizacional y conocer con qué recursos técnicos cuentan, asimismo estar al tanto del consumo promedio que tiene sus clientes.

Con la realización de la encuesta a los posibles clientes potenciales obtuve

información, que me ayudo a conocer los gustos y preferencias que tienen, saber con qué frecuencia visitan una cafetería y con quien van acompañados con estos datos obtenidos me sirvieron para poder realizar la carta del establecimiento al igual que el diseño.

Conocer si les gustaría que en Santo Domingo existiera una cafetería especializada en mousses, gracias a estos datos se puede comprobar el grado de aceptación del proyecto.

2.4. OFERTA – DEMANDA

Mediante los datos obtenidos de las encuestas nos podemos fijar que la población de la parroquia Chigüilpe les agrada acudir a las cafeterías a consumir postres y bebidas.

Las únicas cafeterías que ofrecen mousse en su carta son Sweet Land y Dulces y detalles, esta oferta no logra abastecer toda la demanda que existe.

La demanda es muy amplia, es por ello que hemos decidido tan solo tomar el 1% de la que obtendremos la demanda insatisfecha, logrando así satisfacer a los futuros clientes potenciales ofreciéndoles productos de calidad.

Tabla 5. Cuanto pagaría por una porción de mousse

Demanda Insatisfecha							
	Total	de	%	Total	demanda	Total	de
	demanda			insatisfecha		insatisfecha	al año
Población	5975		1%	60		15720	
Total de DI				60			

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

2.5. MIX DE MARKETING

2.5.1. PRODUCTO

La cafetería especializada en mousses es un establecimiento dirigido a jóvenes y adultos se ofrecerá productos de alta calidad e higiene, ofrecerá distintas variedades de postres y bebidas, con una especialidad en mousses.

2.5.2. PRECIO

Los precios se establecerán con controles estándares sin dejar de tomar en cuenta la competencia y el tipo de clientes, para lograr tener un adecuado posicionamiento en el mercado.

2.5.3. PLAZA

Se identificara el mercado con una estrategia corporativa, los alimentos y bebidas se ofrecerán a través de una carta y se venderán directamente al cliente en el establecimiento.

2.5.4. PROMOCIÓN

Se realizaran anuncios en el periódico, Marketing Online, mailing y publicidad creativa.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se detallara, todo lo que corresponde al funcionamiento de la cafetería especializada en mousses.

La cafetería tendrá una capacidad máxima de 40 personas, ofrecerá sus alimentos y bebidas a través de un menú, el servicio será un auto servicio.



Figura 17. Diseño de cafetería

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia



Figura 18. Diseño de cafetería

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.1.1. RECURSOS TÉCNICOS

Suministros de materia prima

Previamente a la obtención de materia prima necesaria para la elaboración de las recetas, el Chef y su ayudante realizarán la lista de mercado, en la que detallarán los alimentos perecederos, y la solicitud de compra la realizará el encargado de compras donde solicitará la compra de alimentos y bebidas no perecibles. Luego se procederá a realizar la orden de compra, previamente antes de realizarla se buscarán proveedores y se acordarán días de entrega y formas de pago. (Anexo 3 al 5)

Tabla 6. Grupo de inventarios

NOMBRE	CÓDIGO
PERECEDEROS	
Frutas y verduras	FV
Lácteos 1	L1
Carnes y salsamentarías	CS
Aves y caza	AC
Pescados y mariscos	PM
NO PERECEDEROS	
Enlatados y envasados	EE
Lácteos 2	L2
Granos	G
BEBIDAS Y CIGARILLOS	
Gaseosas	Gs
Vinos	V
Licores	Lc
Cervezas	C
Cigarrillos	Cg

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Recepción y almacenamiento

Los alimentos y bebidas serán entregados en el establecimiento de acuerdo a lo acordado con los proveedores, la factura debe coincidir con la orden de compra y se tiene que revisar los artículos entregados que sean de acuerdo a lo especificado al igual tienen que coincidir la cantidades y precios de los productos solicitados.

Posteriormente los alimentos no perecederos y los alimentos perecederos de mayor costo como lo son las carnes y salsamentarías, aves y caza, pescados y mariscos se deberán registrar mediante un sistema de inventario, utilizaremos el kardex con el sistema de promedio ponderado, este sistema nos ayudara a no tener pérdidas y controlar el desperdicio de la materia prima ya que se utilizaran la materia prima existente en el stock y posteriormente la mercadería recién obtenida.

Las frutas y verduras y los lácteos 1, se consideran directos ya que después de su compra son considerados consumidos. (Anexo 6)

Producción

El área de producción es esencial en el establecimiento ya que aquí es donde se preparan los alimentos y bebidas que se ofrecen en el establecimiento, hay que controlar el desperdicio de la materia prima que se utiliza para la preparación de los postres, para poder controlar se utilizara la receta estándar.

La receta estándar es un documento que se utiliza en la cocina, en el que se encuentran todos los productos, cantidades y unidades para poder realizar una receta, además de los costos que nos sirven para poder calcular el costo de un platillo y la forma de preparación y presentación de los platillos.(Anexo 7)

Menú

Para realizar el menú del establecimiento, se analizó los resultados de la tabulación de la encuesta realizada a los posibles clientes potenciales, además para establecer los precios de venta se consideró datos obtenido de la receta estándar y de la tabulación de la encuesta. (Anexo 8 y 9)



Figura 19. Diagrama de procesos de producción

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.1.2. RECURSOS MATERIALES

Para el funcionamiento de la cafetería especializada en mousse se necesitarán los siguientes bienes tangibles.

Tabla 7. Inventario Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	
Detalle	Cantidad
Horno	1
Máquina de café	1
Horno microondas	1
Batidora	1
Balanza	2
Licuada	1
Nevera	1
Molino de café	1
Cocina	1
Extractor de jugos	1
Soplete de pastelería	1
Compresor para pastelería	1

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Tabla 8. Inventario Muebles y encerres

Muebles y Encerres	
Detalle	Unidad
Mesas	8
Sillas	32
Sillones	3
Exhibidor frio	1
Exhibidor	1
Barra	1
Tv	1
Aire acondicionado	1
Extintor	2

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Tabla 9. Inventario Equipos de oficina

Equipos de oficina	
Detalle	Cantidad
Escritorio	2
Sillas	4
Archivador	1
Caja registradora	1
Impresora	1
Teléfono	1
Calculadora	1

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Tabla 10. Equipo de computo

Equipos de computo	
Detalle	Cantidad
Computadoras	2
Laptop	1

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Tabla 11. Equipo de poca duración

Equipos de poca duración	
Detalle	Cantidad
Platos	30
Tasas	30
Vasos	30
Cuchillos	3
Espátulas de goma	2
Moldes	6
Latas	5
Ollas	6
Soporte giratorio	1
Bowls	10
Batidores	2
Set de Cortadores	1
Rodillo	2
Raspadores	1
Set de Boquillas	1
Mangas	5
Espátula	3
Liras de cortar	1
Tamiz	2
Esterillas	3
Cucharas medidoras	1
Set de Cubiertos	3
Pinzas	2
Alisador	1
Rejillas	3

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.1.3. RECURSOS HUMANOS

Se detallara la descripción de cada puesto de trabajo, el perfil de los empleados y sus funciones a realizar. Además de los horarios de trabajo.

3.1.3.1. Administrador

El Administrador es la persona responsable del buen funcionamiento de la empresa, el líder encargado de guiar y ordenar a todos los empleados que están a su cargo y comprobar que todas las actividades se cumplan satisfactoriamente.

Perfil

- Título de administrador de empresas.
- Experiencia mínima 2 años.
- Espíritu de liderazgo y emprendimiento.
- Conocer de empresas hoteleras y turísticas.
- Capacidad de motivación y orientación de personal.

Funciones

- Administrar ingresos y egresos de la empresa.
- Efectuar objetivos y misión de la empresa.
- Establecer reglamentos para el buen funcionamiento de la empresa.
- Verificar el cumplimiento del reglamento y normas establecidas.
- Entrevistar y seleccionar personal.
- Realizar los horarios del personal a su cargo.
- Crear estrategias para innovación de la empresa
- Inducir la responsabilidad, desempeño e innovación.
- Realizar compras de materia prima para el establecimiento.
- Controlar facturación de compras y ventas

3.1.3.2. Chef Pastelero

Encargado de realizar recetas y elaboración de productos de repostería, coordinar y realizar actividades de la cocina.

Perfil

- Título de Chef Pastelero.
- Experiencia mínima 3 años.
- Capacidad para manejar y realizar formatos de alimentos y bebidas.
- Capacidad para manejar personal.
- Espíritu emprendedor y vanguardista.
- Capacidad para trabajar bajo presión.

Funciones

- Elaboración de recetas estándar.
- Supervisar personal a su cargo.
- Elaborar horarios de personal a su cargo.
- Elaboración del menú.
- Controlar la higiene y adecuado uso de los materiales de la cocina.
- Autorizar formatos de alimentos y bebidas.
- Supervisar la materia prima.
- Controlar alimentos y bebidas
- Almacenamiento de alimentos y bebidas.

3.1.3.3. Mesero

Persona encargada en dar la bienvenida y atender a los clientes, ordena y limpia el montaje de las mesas.

Perfil

- Mínimo ser bachiller.
- Experiencia mínima cuatro años.
- Edad entre 18 y 25 años.
- Genero indistinto.
- Tener conocimientos amplios de gastronomía.
- Conocer sobre atención al cliente.

Funciones

- Dar la bienvenida a los clientes.
- Atender a los clientes.
- Asistir y asesorar al cliente.
- Realizar el montaje de las mesas.
- Servir alimentos y bebidas.
- Montaje de loza, cubertería y cristalería.

3.1.3.4. Cajera

Persona encargada de la facturación y cobro de cuentas de los clientes.

Perfil

- Tener título de bachiller mínimo.
- Edad entre los 20 y 35 años.
- Género femenino.
- Experiencia mínima un años.
- Dominar software contable.
- Destrezas numéricas.
- Dominio de computación.

Funciones

- Realizar facturas.
- Cobrar facturas.
- Registrar ventas del establecimiento.
- Realizar corte y cierre de caja.
- Llevar un control de pagos.
- Atender las necesidades del cliente.

3.1.3.5. Steward

Encargado de la limpieza y desinfección del establecimiento y ciertas preparaciones de alimentos y bebidas.

Perfil

- Edad entre 18 y 35 años.
- Título de bachiller.
- Genero indistinto.
- Responsable y honrado.
- Experiencia mínima dos años
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Disponibilidad de tiempo.

Funciones

- Limpieza de la cocina.
- Desinfección de utensilios.
- Limpieza de la loza y cristalería.
- Limpieza y clasificaciones alimentos perecibles.
- Preparación de alimentos y bebidas.

3.1.4. HORARIO DE ATENCIÓN

Se atenderá desde los días martes a sábado, y el horario de atención será desde las 14:00 hasta las 22:00

3.2. ESTUDIO ADMINISTRACIÓN

En el estudio administrativo del establecimiento se detallara el organigrama estructural y funcional.

3.2.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

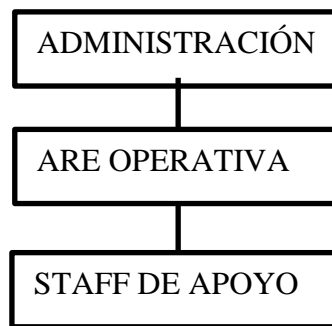


Figura 20. Organigrama estructural

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.2.2. Organigrama funcional

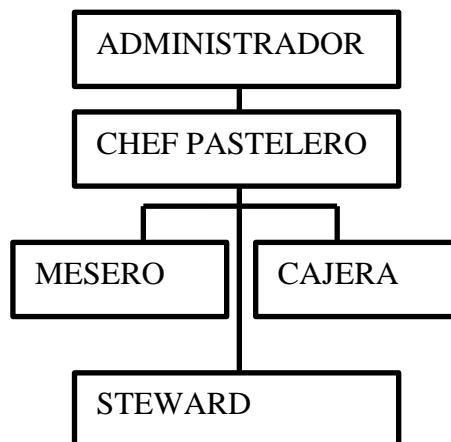


Figura 21. Organigrama funcional

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.3. ESTUDIO LEGAL

Para poder sacar los permisos respectivos para la cafetería especializada en mousses en la ciudad de Santo Domingo cada entidad requiere ciertos requisitos.

3.3.1. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Para la obtención del RUC como persona natural se requiere los siguientes requisitos:

- Cedula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Copia de pago de algún servicio básico del establecimiento
- Formulario

3.3.2. PATENTE MUNICIPAL

Es una obligación obtener la patente municipal, para las personas que realizan actividades económicas, en la ciudad de Santo Domingo, este pago de impuestos se realiza anualmente y se requiere lo siguiente documentación:

- Formulario de solicitud de inscripción en el registro de patentes municipales.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Original y copia de papeleta de votación.
- Original y copia del RUC actualizado.
- Correo electrónico.
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos del año en curso

3.3.3. CUERPO DE BOMBEROS.

- Copia de la cedula
- Copia de la papeleta de votación
- Planilla de la luz
- Croquis de la ubicación del negocio
- RUC

3.3.4. MINISTERIO DE SALUD

- Formulario de solicitud
- RUC
- Cédula de identidad
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento.

3.4. ESTUDIO DE MARKETING

Se realizarán algunas estrategias publicitarias para lograr tener mayor demanda de clientes, las cuales son publicidad en el periódico, marketing online, mailing publicidad creativa en el establecimiento.

3.4.1. ANUNCIOS EN EL PERIÓDICO

Se realizará un anuncio publicitario en el diario la hora de la ciudad de Santo Domingo durante un mes, las publicaciones se las realizara dos días a la semana los días lunes y viernes.



Figura 22. Diseño anuncio periódico

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.4.2. MARKETING ONLINE

Se creara una página web dinámica, la que constara de un catálogo de nuestros productos, servicios, fotos, contactos, videos, noticias, quienes somos, esto nos ayudara a tener interactividad con los futuros clientes, además que pobra conocer noticias del establecimiento todos los días.

Y se realizara emailing masivo a los posibles clientes para hacerles conocer de nuestros productos.



Figura 23. Diseño de página WEB

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.4.3. PUBLICIDAD CREATIVA

Se realizaran promociones de venta los días martes, jueves y viernes tales son dos por uno en bebidas, o algún postre específico, para estimular a los clientes.

3.5. ESTUDIO FINANCIERO

3.5.1. ESTUDIO ECONÓMICO

3.5.1.1. Ingresos

Tabla 12. Ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personas	21809	22267	22734	23212	23699
Precio unitario promedio	\$ 3.18	\$ 3.23	\$ 3.28	\$ 3.34	\$ 3.39
Ingresos Totales	\$ 69,351.83	\$ 71,962	\$ 74,671	\$ 77,482	\$ 80,399

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Para calcular el número de personas tomamos en cuenta el índice de crecimiento, y para calcular el precio promedio se utilizó un promedio de precio de venta que se obtuvo de la carta además utilizamos el índice de inflación.

3.5.1.2. Costos Directos

Tabla 13. Costos Directos

Costos directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personas	21809	22267	22734	23212	23699
Costo promedio	\$ 1.10	\$ 1.12	\$ 1.14	\$ 1.15	\$ 1.17
Total de costos	\$ 23,989.90	\$ 24,893	\$ 25,830	\$ 26,802	\$ 27,811

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

Para el cálculo del número de personas proyectado se tomó en cuenta el índice de crecimiento, y para el costo promedio se utilizó el índice de inflación.

3.5.2. INVERSIONES

3.5.2.1. Activos fijos Tangibles

Tabla 14. Activos fijos tangibles

Activos fijos tangibles	
Detalle	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 6,526
Muebles y Enseres	\$ 8,726
Equipos de oficina	\$ 908
Equipos de Computo	\$ 836
Equipos de poca duración	\$ 1,471
Total	\$ 18,467

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.2. Activos fijos Intangibles

Tabla 15. Activos fijos intangibles

Activos fijos Intangibles	
Permisos	\$ 328.44
Total	\$ 328.44

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.3. Maquinaria y Equipo

Tabla 16. Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Horno	1	\$ 650	\$ 650
Máquina de café	1	\$ 2,550	\$ 2,550
Horno microondas	1	\$ 154.40	\$ 154.40
Batidora	1	\$ 423.20	\$ 423.20
Balanza	1	\$ 28	\$ 28
Licuadora	1	\$ 252.80	\$ 252.80
Nevera	1	\$ 1,540.25	\$ 1,540.25
Molino de granos	1	\$ 218.14	\$ 218.14
Cocina	1	\$ 353.69	\$ 353.69
Extractor de jugos	1	\$ 70	\$ 70
Soplete de pastelería	1	\$ 67.25	\$ 67.25
Compresor para pastelería	1	\$ 90	\$ 90
Subtotal			\$ 6,397.73
Imprevistos 2%			\$ 127.95
Total			\$ 6,525.68

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.4. Muebles y Enceres

Tabla 17. Muebles y enceres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas	8	\$ 160	\$ 1,280
Sillas	32	\$ 30	\$ 960
Sillones	3	\$ 200	\$ 600
Exhibidor frio	1	\$ 1,200	\$ 1,200
Exhibidor	1	\$ 1,500	\$ 1,500
Barra	1	\$ 1,025	\$ 1,025
Tv	1	\$ 1,050	\$ 1,050
Aire acondicionado	1	\$ 780	\$ 780
Extintor	2	\$ 80	\$ 160
Subtotal			\$ 8,555
Imprevistos 2%			\$ 171.10
Total			\$ 8,726

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.5. Equipos de Oficina

Tabla 18. Equipos de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	1	\$ 160	\$ 160
Sillas	2	\$ 50	\$ 100
Archivador	1	\$ 80	\$ 80
Caja registradora	1	\$ 260	\$ 260
Impresora	1	\$ 170	\$ 170
Teléfono	1	\$ 50	\$ 50
Calculadora	1	\$ 70	\$ 70
Subtotal			\$ 890
Imprevistos 2%			\$ 18
Total			\$ 908

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.6. Equipos de Computo

Tabla 19. Equipos de computo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadoras	1	\$ 465	\$ 465
Laptop	1	\$ 355	\$ 355
Subtotal			\$ 820
Imprevistos 2%			\$ 16.40
Total			\$ 836

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.7. Equipos de poca duración

Tabla 20. Equipos de poca duración

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Platos	30	\$ 1.80	\$ 54
Tasas	30	\$ 1.50	\$ 45
Vasos	30	\$ 1.50	\$ 45
Cuchillos	3	\$ 24	\$ 72
Espátulas de goma	2	\$ 15	\$ 30
Moldes	6	\$ 21.60	\$ 130
Latas	5	\$ 25	\$ 125
Ollas	6	\$ 35	\$ 210
Soporte giratorio	1	\$ 40	\$ 40
Bowls	10	\$ 3.50	\$ 35
Batidores	2	\$ 10	\$ 20
Set de Cortadores	1	\$ 35	\$ 35
Rodillo	2	\$ 20	\$ 40
Raspadores	1	\$ 5	\$ 5
Set de Boquillas	1	\$ 80	\$ 80
Mangas	5	\$ 12	\$ 60
Espátula	3	\$ 15	\$ 45
Liras de cortar	1	\$ 42.60	\$ 43
Tamiz	2	\$ 4.50	\$ 9
Esterillas	3	\$ 28.90	\$ 87
Cucharas medidoras	1	\$ 18.0	\$ 18
Set de Cubiertos	3	\$ 38	\$ 114
Pinzas	2	\$ 16.20	\$ 32
Alisador	1	\$ 9.30	\$ 9
Rejillas	3	\$ 19.98	\$ 60
Subtotal			\$ 1,442.54
Imprevistos 2%			\$ 28.85
Total			\$ 1,471.39

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.8. Capital de trabajo

Tabla 21. Capital de trabajo

Detalle	Valor trimestral	Valor anual
Materia prima	\$ 1,999.14	\$ 23,990
Insumos	\$ 103.36	\$ 1,240.32
Mano de obra directa	\$ 1,574.92	\$ 18,899
Gastos administrativos	\$ 1,103.92	\$ 13,247
Mantenimiento y Reparación	\$ 38.36	\$ 460.36
Total	\$ 4,819.69	\$ 57,375.95

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.9. Depreciaciones

Tabla 22. Depreciaciones

AÑOS	Maquinaria y equipos	Muebles y enseres	Equipo de oficina	Equipo de computo	Equipo de poca duración	de	Total
1	\$ 652.57	\$ 872.61	\$ 181.56	278.8	\$ 735.70		\$ 2,721.23
2	\$ 652.57	\$ 872.61	\$ 181.56	278.8	\$ 735.70		\$ 2,721.23
3	\$ 652.57	\$ 872.61	\$ 181.56	278.8			\$ 1,985.54
4	\$ 652.57	\$ 872.61	\$ 181.56		\$ 735.70		\$ 2,442.43
5	\$ 652.57	\$ 872.61	\$ 181.56		\$ 735.70		\$ 2,442.43

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.10. Seguros

Tabla 23. Seguros

AÑOS	Maquinaria y equipos	Muebles y enseres	Equipo de oficina	Equipo de computo	Equipo de poca duración	de	Total
1	\$ 6,526	\$ 8,726	\$ 908	\$ 836		\$ 1,471	\$ 18,467
2	\$ 5,873	\$ 7,853	\$ 726	\$ 558		\$ 736	\$ 15,746
3	\$ 5,221	\$ 6,981	\$ 545	\$ 279			\$ 13,025
4	\$ 4,568	\$ 6,108	\$ 363				\$ 11,039
5	\$ 3,915	\$ 5,236	\$ 182				\$ 9,333

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.11. Mantenimiento

Tabla 24. Mantenimiento

Detalle	Valor	%	V. Mensual	V. Anual
Maquinaria y equipo	\$ 6,526	3%	\$ 16.31	\$ 195.77
Muebles y encerados	\$ 8,726	2%	\$ 14.54	\$ 174.52
Equipo de oficina	\$ 908	2%	\$ 1.51	\$ 18.16
Equipo de computo	\$ 836	4%	\$ 2.79	\$ 33.46
Equipo de poca duración	\$ 1,471	2%	\$ 2.45	\$ 29.43
Subtotal			\$ 37.61	\$ 451.33
Imprevistos 2%			\$ 0.75	\$ 9.03
Total			\$ 38.36	\$ 460.36

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.2.12. Préstamo

Tabla 25. Préstamo

Periodos	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización capital	Saldo insoluto	Interés anual	Amortización
1	\$ 9,741.00	\$ 129.88	\$ 342.46	\$ 212.58	\$ 9,528.42		
2	\$ 9,528.42	\$ 127.05	\$ 342.46	\$ 215.42	\$ 9,313.00		
3	\$ 9,313.00	\$ 124.17	\$ 342.46	\$ 218.29	\$ 9,094.70		
4	\$ 9,094.70	\$ 121.26	\$ 342.46	\$ 221.20	\$ 8,873.50		
5	\$ 8,873.50	\$ 118.31	\$ 342.46	\$ 224.15	\$ 8,649.35		
6	\$ 8,649.35	\$ 115.32	\$ 342.46	\$ 227.14	\$ 8,422.21		
7	\$ 8,422.21	\$ 112.30	\$ 342.46	\$ 230.17	\$ 8,192.04		
8	\$ 8,192.04	\$ 109.23	\$ 342.46	\$ 233.24	\$ 7,958.81		
9	\$ 7,958.81	\$ 106.12	\$ 342.46	\$ 236.35	\$ 7,722.46		
10	\$ 7,722.46	\$ 102.97	\$ 342.46	\$ 239.50	\$ 7,482.96		
11	\$ 7,482.96	\$ 99.77	\$ 342.46	\$ 242.69	\$ 7,240.27		
12	\$ 7,240.27	\$ 96.54	\$ 342.46	\$ 245.93	\$ 6,994.34	\$ 1,362.92	\$ 2,746.66
13	\$ 6,994.34	\$ 93.26	\$ 342.46	\$ 249.21	\$ 6,745.13		
14	\$ 6,745.13	\$ 89.94	\$ 342.46	\$ 252.53	\$ 6,492.60		
15	\$ 6,492.60	\$ 86.57	\$ 342.46	\$ 255.90	\$ 6,236.71		
16	\$ 6,236.71	\$ 83.16	\$ 342.46	\$ 259.31	\$ 5,977.40		
17	\$ 5,977.40	\$ 79.70	\$ 342.46	\$ 262.77	\$ 5,714.63		
18	\$ 5,714.63	\$ 76.20	\$ 342.46	\$ 266.27	\$ 5,448.36		
19	\$ 5,448.36	\$ 72.64	\$ 342.46	\$ 269.82	\$ 5,178.54		
20	\$ 5,178.54	\$ 69.05	\$ 342.46	\$ 273.42	\$ 4,905.13		
21	\$ 4,905.13	\$ 65.40	\$ 342.46	\$ 277.06	\$ 4,628.06		
22	\$ 4,628.06	\$ 61.71	\$ 342.46	\$ 280.76	\$ 4,347.31		
23	\$ 4,347.31	\$ 57.96	\$ 342.46	\$ 284.50	\$ 4,062.81		
24	\$ 4,062.81	\$ 54.17	\$ 342.46	\$ 288.29	\$ 3,774.51	\$ 889.75	\$ 3,219.83
25	\$ 3,774.51	\$ 50.33	\$ 342.46	\$ 292.14	\$ 3,482.37		
26	\$ 3,482.37	\$ 46.43	\$ 342.46	\$ 296.03	\$ 3,186.34		
27	\$ 3,186.34	\$ 42.48	\$ 342.46	\$ 299.98	\$ 2,886.36		
28	\$ 2,886.36	\$ 38.48	\$ 342.46	\$ 303.98	\$ 2,582.38		
29	\$ 2,582.38	\$ 34.43	\$ 342.46	\$ 308.03	\$ 2,274.35		
30	\$ 2,274.35	\$ 30.32	\$ 342.46	\$ 312.14	\$ 1,962.21		
31	\$ 1,962.21	\$ 26.16	\$ 342.46	\$ 316.30	\$ 1,645.91		
32	\$ 1,645.91	\$ 21.95	\$ 342.46	\$ 320.52	\$ 1,325.39		
33	\$ 1,325.39	\$ 17.67	\$ 342.46	\$ 324.79	\$ 1,000.59		
34	\$ 1,000.59	\$ 13.34	\$ 342.46	\$ 329.12	\$ 671.47		
35	\$ 671.47	\$ 8.95	\$ 342.46	\$ 333.51	\$ 337.96		
36	\$ 337.96	\$ 4.51	\$ 342.46	\$ 337.96	\$ 0.00	\$ 335.06	\$ 3,774.51
0.03516 i						\$ 2,587.73	\$ 9,741.00
\$ 342.46 Cuota							

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.3. ESTUDIO FINANCIERO

3.5.3.1. Balance de situación inicial

Tabla 26. Balance de situación inicial

1. ACTIVO		2. PASIVOS		
1.1 ACTIVOS CORRIENTES		2.1. PASIVO CORRIENTE		
1.1.1. Caja	\$ 1,207.28	2.1.1. Cuentas por Pagar		
1.1.2. Banco	\$ 1,613.28	2.1.2. IESS por Pagar		
1.1.3. Cuentas por Cobrar		TOTAL PASIVO CORRIENTE	PASIVO	\$ 0.00
1.1.6. Préstamos a Empleados				
1.1.7. Inventario de Suministros y Materiales	\$ 1,999.14	2.2. PASIVO NO CORRIENTE	NO	
		2.2.1. Préstamo Bancario		
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	\$ 4,819.69	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		
		TOTAL PASIVOS		\$ 0.00
1.2 ACTIVOS FIJOS		3. PATRIMONIO		
1.2.1. Maquinarias y Equipos	\$ 6,525.68	3.1 CAPITAL		
1.2.2. (-) Depreciación Acumulada Maquinarias y Equipos		3.1.1. Capital		\$ 23,615.51
1.2.5. Muebles y Enseres	\$ 8,726.10			
1.2.6.(-) Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres				
1.2.7. Equipo de computación	\$ 836.40			
1.2.8. (-) Depreciación Acumulada de Equipo de computación				
1.2.9. Equipo de oficina	\$ 907.80			
1.2.10. (-) Depreciación Acumulada de Equipo de oficina				
1.2.11. Equipo de poca duración	\$ 1,471.39			
1.2.12. (-) Depreciación Acumulada de Equipos de poca duración				
1.3. ACTIVOS INTANGIBLES		TOTAL PATRIMONIO		\$ 23,615.51
1.3.1 Permiso	\$ 328.44			
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 18,467.38	TOTAL PASIVO CAPITAL	+	\$ 23,615.51
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 23,615.51			

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 27. Estado de pérdidas y ganancias

INGRESOS					
VENTAS	\$ 69,351.83	\$ 71,962.39	\$ 74,671.22	\$ 77,482.01	\$ 80,398.61
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 23,989.63	\$ 24,892.65	\$ 25,829.67	\$ 26,801.95	\$ 27,810.84
MARGEN BRUTO	\$ 45,362.20	\$ 47,069.74	\$ 48,841.55	\$ 50,680.06	\$ 52,587.77
GASTOS	\$ 33,386.32	\$ 33,930.52	\$ 34,483.58	\$ 35,045.67	\$ 35,616.91
ADMINISTRATIVOS					
DEPRECIACIÓN	\$ 2,721.23	\$ 2,721.23	\$ 1,985.54	\$ 2,442.43	\$ 2,442.43
GASTOS DE VENTAS	\$ 178.00	\$ 180.90	\$ 183.85	\$ 186.85	\$ 189.89
UTILIDAD	\$ 9,076.65	\$ 10,237.09	\$ 12,188.58	\$ 13,005.11	\$ 14,338.54
OPERACIONAL					
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,362.92	\$ 889.75	\$ 335.06		
UTILIDAD ANTES	\$ 7,713.73	\$ 9,347.34	\$ 11,853.51	\$ 13,005.11	\$ 14,338.54
PARTIC. TRABAJADOR					
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 1,157.06	\$ 1,402.10	\$ 1,778.03	\$ 1,950.77	\$ 2,150.78
UTILIDAD ANTES	\$ 6,556.67	\$ 7,945.24	\$ 10,075.49	\$ 11,054.34	\$ 12,187.76
IMPUESTOS					
(-) 25% IMPUESTO RENTA	\$ 1,639.17	\$ 1,986.31	\$ 2,518.87	\$ 2,763.59	\$ 3,046.94
UTILIDAD NETA	\$ 4,917.50	\$ 5,958.93	\$ 7,556.61	\$ 8,290.76	\$ 9,140.82

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.3.3. Flujo de Caja

Tabla 28. Flujo de caja

PERIODO		2016	2017	2018	2019	2020
Saldo Inicial			\$ 9,076.65	\$ 13,320.12	\$ 14,541.82	
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS		\$ 69,351.83	\$ 71,962.39	\$ 74,671.22	\$ 77,482.01	\$ 80,398.61
(-) COSTOS DE VENTAS		\$ 23,989.63	\$ 24,892.65	\$ 25,829.67	\$ 26,801.95	\$ 27,810.84
TOTAL DE VENTAS NETAS		\$ 45,362.20	\$ 47,069.74	\$ 48,841.55	\$ 50,680.06	\$ 52,587.77
EGRESOS OPERATIVOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 33,386.32	\$ 33,930.52	\$ 34,483.58	\$ 35,045.67	\$ 35,616.91
GASTOS DEPRECIACION		\$ 2,721.23	\$ 2,721.23	\$ 1,985.54	\$ 2,442.43	\$ 2,442.43
GASTOS DE VENTAS		\$ 178.00	\$ 180.90	\$ 183.85	\$ 186.85	\$ 189.89
TOTAL DE EGRESOS		\$ 36,285.55	\$ 33,749.62	\$ 34,299.73	\$ 34,858.82	\$ 35,427.02
FLUJO OPERATIVO		\$ 9,076.65	\$ 13,320.12	\$ 14,541.82	\$ 15,821.24	\$ 17,160.75
GASTOS FINANCIEROS		\$ 9,741.28	\$ 1,362.92	\$ 889.75	\$ 335.06	
VALOR RESIDUAL				\$ 735.70	\$ 278.80	\$ 917.26
AMORTIZACIONES			\$ 2,746.66	\$ 3,219.83	\$ 3,774.51	
INGRESOS NO OPERATIVO						
APORTE PROPIO 100 %		\$ 13,874.23			\$ 1,471.39	
FLUJO NETO GENERADO		\$ 23,615.51	\$ 4,967.07	\$ 9,946.24	\$ 10,711.04	\$ 15,821.24
FLUJO NETO ACUMULADO		-\$ 23,615.51	-\$ 18,648.44	-\$ 8,702.20	\$ 2,008.84	\$ 17,830.08
			-\$ 23,615.51	\$ 4,967.07	\$ 9,946.24	\$ 10,711.04
VAN		\$17,453.23			\$ 15,821.24	\$ 18,078.01
TIR		32%	\$42,814.06			
Periodo de Recupero de Capital (PRD) =		2.87				

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.5.3.4. Punto de Equilibrio

Tabla 29. Punto de equilibrio

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo fijo	\$ 33,386.32	\$ 33,930.52	\$ 34,483.58	\$ 35,045.67	\$ 35,616.91
Precio venta unitario	\$ 3.18	\$ 3.23	\$ 3.28	\$ 3.34	\$ 3.39
Costo variable unitario	\$ 1.10	\$ 1.12	\$ 1.14	\$ 1.15	\$ 1.17
Punto de equilibrio unidades	16,051	16,051	16,051	16,051	16,051
Costo variable total	\$ 17,656.23	\$ 17,944.02	\$ 18,236.51	\$ 18,533.77	\$ 18,835.87
Punto de equilibrio en \$	\$ 51,042.55	\$ 51,874.54	\$ 52,720.10	\$ 53,579.43	\$ 54,452.78

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

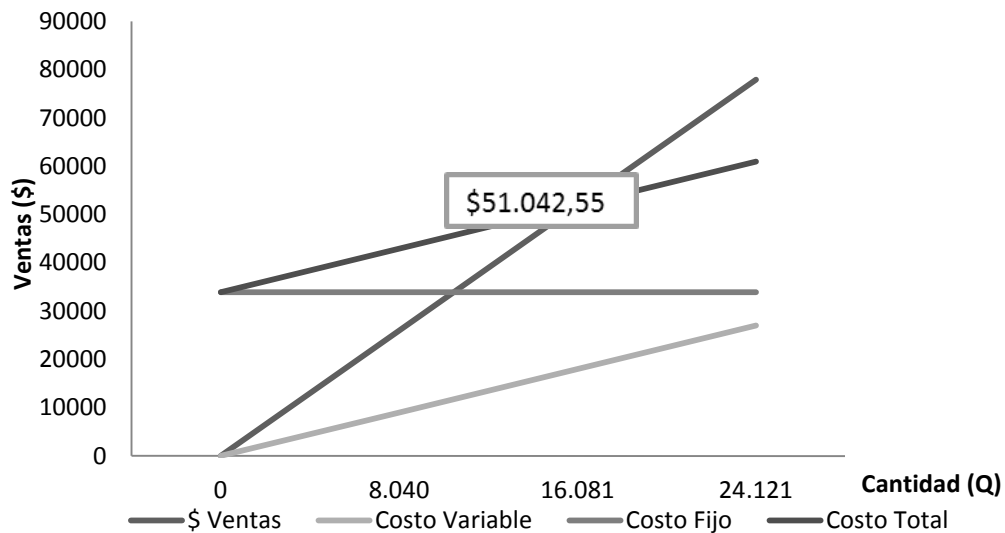


Figura 24. Punto de equilibrio

ELABORADO POR: Genesis Stefania Astudillo Soto

FUENTE: Investigación Propia

3.6. ESTUDIO DE IMPACTOS

3.6.1. Impacto cultural

Esto reside en el la venta de un nuevo un producto, ajeno a la cultura ecuatoriana que llamara mucho la atención de la población de la ciudad de Santo Domingo ya que les agrada la innovación, mediante la compra de postres como el mousses los clientes potenciales conocerán postres de distinto estilo culinario y adoptaran distintas costumbres de alimentación, esto les ayudara a tener una amplia cultura gastronómica.

3.6.2. Impacto ambiental

En la actualidad la contaminación del el medio ambiente es un tema que preocupa a toda población, la industria de alimentos y bebidas no crea impactos ambientales significativos porque la mayoría de los desperdicios que se producirán en la cafetería son orgánicos que no afectan al medio ambiente. Se clasificaran los desechos en orgánicos e inorgánicos, se utilizaran productos biodegradables para la limpieza del establecimiento y focos ahorradores de energía para no contribuir a la contaminación del ambiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Gracias al estudio financiero podemos analizar la factibilidad del proyecto ya que con los datos obtenidos de este estudio, podemos decir que la cafetería especializada en mousses en la ciudad de Santo Domingo es factible.
- A través de la realización de encuestas se analizó la situación actual de las cafeterías de la ciudad, muchas de estas cafeterías no están inscritas en el ministerio de turismo, apenas hay cinco cafeterías que se encuentran registradas en el ministerio de turismo, además de conocer el perfil, consumo promedio de sus clientes y sus principales fortalezas en su negocio, siendo la de mayor importancia la atención al cliente seguida por la ubicación y la buena calidad de sus alimentos y bebidas que ofrecen.
- A través del estudio de mercado se estableció que la población de la parroquia Chigüilpe les agrada acudir a las cafeterías y degustar postres, siendo el mousses uno de los postres de su preferencia, seguido por los pasteles.
- Gracias a la realización del estudio técnico se identificó todos los aspectos indispensables para el correcto funcionamiento de la cafetería especializada en mousses, y así optimizar todos los recursos técnicos y además nos ayuda a expresar la viabilidad del proyecto, con la elaboración del punto de equilibrio se pudo determinar el volumen de unidades a producir para no obtener pérdidas.

RECOMENDACIONES

- Establecer planes de mejoramiento para que la cafetería mejore sus ventas día a día y así aumente sus ingresos, además de tener siempre presente ofrecer un servicio y un producto de calidad.
- Tener un control minucioso de la competencia y siempre estar a la vanguardia para lograr atraer a nuevos clientes y lograr una fidelización.
- Ofrecer siempre productos de calidad, al igual que un ambiente vanguardista, y un servicio personalizado ya que los clientes siempre están buscando un lugar innovador.
- Tener siempre presente los estándares del estudio técnico ya que gracias a estos estándares podemos optimizar todos los recursos, y lograr mantener la viabilidad de la cafetería.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Area, G. A. (2012). *Preelaboración de productos básicos de pastelería*. España: MAD, S. L.
- Arnau, G. J., Anguera, A. M., & Gómez, B. J. (1990). *Metodología de la Investigación en ciencias del Comportamiento*. Murcia: COMPOBELL. S.A.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.
- Comblence, L. L. (2000). *Alimentos y bebidas Higien, manejo y preparacion*. Meéxico: Compañía Editorial Continental.
- De la Torre, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Fonseca, E. (2007). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Lima: Lexus Editores.
- García Colín, J. (2008). *Contabilidad de Costos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- García, O. F., García, O. P., & Gil, M. M. (2010). *Operaciones básicas y servicios en bar y cafetería*. España: Paraninfo, S.A.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. M. (2010). *Metodologia de la investigacion 5ta edicion*. Mexixo: MC GRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES,S.A.DE.C.V.
- Jurgen, L. (1999). *Gran libro práctico de la repostería*. España: Evergráficas, S. L.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: Gráficas Cobo.
- Mena, R. E., Chavez, M., & Rojas, C. (1998). *Investigacion Educativa*. Quito, Ecuador: PROPAD.
- Méndez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: McGraw Hill.
- Montes, E., Lloret, I., & López, M. Á. (2009). *Diseño y Gestión de Cocinas: Manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración*. España, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña*. Quito: FONSA.
- Pilar, C. C. (2013). *Elaboraciones de pastelería y repostería en cocina*. Madrid, España: Paraninfo, SA.
- Posso Yépez, M. (2011). *Marco Lógico, Tesis y Proyectos - Planes e Informes de Investigación*. Quito: Noción.

- Pozuelo, T. J., & Pérez, P. M. (2011). *Repostería*. Madrid, España: Paraninfo, S.A.
- Schuhmacher, K. (2006). *El gran libro del Chocolate*. España: EVEREST, S.A.
- Suarez-Samper, L. (2009). *Entrepreneur Guías de Negocios Cafetería*. México: Gráficos Digitales Avanzados,S.A.
- Vargas, Q. M., & Aldana, d. V. (2006). *Calidad y Servicio, Conceptos y Herramientas*. Bogotá: ECOE ediciones.
- Youshimatz Nava (a), A. (2006). *Control de Costos de Alimentos y Bebidas I*. México, D.F., México: Trillas S.A.

NETGRAFIA

- Comercio, E. (2011). *especiales.elcomercio.com*. Recuperado el 2011, de http://especiales.elcomercio.com/2011/12/comida_mestiza_santo_domingo/
- Maldonado, C. (2014). *Google academico*. Obtenido de <http://scholar.google.com.ec/scholar?hl=es&q=%E2%80%9CCREACI%C3%93N+DE+UNA+RUTA+GASTRON%C3%93MICA+EN+LA+PROVINCIA+DE+SANTO+DOMINGO+DE+LOS+TS%C3%81CHILAS%E2%80%9D&btnG=&lr=>
- Juan, S., & Roussos, A. (Julio de 2010). *El focus group como técnica de investigación cualitativa. Documentos de Trabajo No. 256*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de www.ub.edu.ar (Universidad de Belgrano): http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf
- Salazar Rosero, P. (2014). *Salazar Rosero,P*. Recuperado el 2014, de Salazar Rosero,P: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3264>
- www.feztiva.com. (2010). *Feztiva*. Recuperado el 18 de Agosto de 2013, de www.feztiva.com: <http://www.feztiva.com/4075-1-Como+comer+los+Alimentos.html>
- Zavala, S. (Marzo de 2012). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de www.ute.edu.ec: http://uio.ute.edu.ec/itt/INVESTIGACION/Guia_Redaccion_APA_6taEd.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta # 1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



Sede Santo Domingo

CARRERA DE GASTRONOMIA

COMO PARTE DE UN ANÁLISIS PARA LA REALIZACIÓN DE LA TESIS DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN MOUSSES SE DESEA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LAS CAFETERÍAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.

Objetivo: Obtener información que permita conocer datos primordiales de la oferta

Nombre de la cafetería:

Capacidad Max:

Dirección de su cafetería:

1. ¿Cuántos años lleva funcionando su cafetería?

6 meses a 1 2 a 3 años 4 a 5 años más de 5 años

2. ¿Cómo está compuesta su estructura organizacional (número de empleados)?

3. ¿Qué días suele tener más clientes en su cafetería?

Lunes a Jueves

Viernes

Sab –Dom

4. ¿Cuál es el perfil de los clientes que comúnmente visitan su cafetería?

Estudiantes de Secundaria

Universitarios

Profesionales

Familias

Otros, cual:

5. ¿Cuál aspecto considera usted que es una fortaleza para su negocio?

Ubicación

Horario de atención

Diversidad de productos

Personal capacitado

Buena atención al cliente

Buena calidad de los productos

6. ¿Cuál de estos productos tiene mayor venta en su establecimiento?

Califique el de mayor venta (5) y el de menor venta (0)

Pasteles

Cheesecake

Mousses

Cupcakes

Sandwiches

Otros, cual:

7. ¿Cuál es el consumo promedio por persona que acuden a su cafetería?

De \$ De \$6 a \$ De \$11 a \$15 Más de \$ 16

8. En su menú ofrece mousse

Sí No

Si su respuesta es sí, de que sabores ofrece:

Gracias por su tiempo

Anexo 2. Modelo de Encuesta # 2

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



Sede Santo Domingo

CARRERA DE GASTRONOMIA

Objetivo: Obtener información de gustos y preferencias por parte de los clientes potenciales, en cuanto a servicio y alimentos y bebidas.

Sexo: F__ M__

Edad: 18-25__ 26-32__ 33-39__ 40 o mayor__

1. Con que frecuencia visita usted una cafetería.

Todos los días__ Una vez a la semana __ Una vez al mes__ Nunca__

2. Cuando usted acude a una cafetería con quien va acompañado.

Familia ____ Amigos ____ Compañeros de trabajo ____

Compañeros universidad ____ Pareja____

3. ¿Cuál de los siguientes alimentos es de su preferencia?

Crepes__ Mousses__ Pasteles__ Sándwiches __ otros Cual _____

4. En alguna ocasión usted ha degustado mousses.

Sí ____ No____

5. Le gustaría que en Santo Domingo haya una cafetería con especialización e mousses.

Sí _____

No _____

6. ¿Cuál de estos sabores de mousse le gustaría que se sirvieran?

Mousse de Maracuyá _____

Mousse de Guanábana _____

Mousse de Mango _____

Mousse de Limón _____

Mousse de Mora _____

Mousse de Durazno _____

Mousse de Guayaba _____

Mousse de Naranja _____

Mousse de café _____

Mousse de chocolate _____

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de mousse?

\$2,75 _____ \$3,25 _____ \$3,75 _____ Más de \$4,25 _____

Gracias por el tiempo que dedico para contestar


Anexo 3. Lista de mercado

LISTA DE MERCADO				
				
N°-			FECHA :	
ELABORADO POR :				
CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TOTAL				
REALIZADO POR:			RECIBIDO POR:	

Anexo 4. Solicitud de compra

SOLICITUD DE COMPRA			
			
N°-		FECHA:	
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIONES
ENTREGADO POR:		RECIBIDO POR:	

Anexo 5. Orden de compra

ORDEN DE COMPRA				
				
PROVEEDOR:		SOLICITUD N°-		ORDEN N°-
FECHA DE ELABORACION:			FECHA DE ENTREGA:	
UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
SUB TOTAL				_____
DESCUENTO (%)				_____
IVA (%)				_____
TOTAL				_____
FORMA DE PAGO:				

Anexo 6. Kardex

KARDEX												
Producto				Stock Máximo			Stock Mínimo			Método		
										PROMEDIO		
#	Fecha	Detalle		Entradas			Saldos					
		Concepto	Fact No.	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Cantidad	Valor unitario	Total
1												
2												
3												
4												
5												
6												
		Costos										

Anexo 7. Receta estándar

RECETA ESTÁNDAR				
				
FECHA :				
NOMBRE DEL PLATO:				
NUMERO DE PORCIONES:				
INGREDI ENTES	CAN TIDAD	U NIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
FOTO			TOTAL	
			COSTO POR PORCION	
			% COSTO POTENCIAL	
			TOTAL	
PREPARACION:				

Anexo 8. Menú

Menú



Mousses

Mousse de maracuyá.....	2,60
Mousse de guanábana.....	2,60
Mousse de guayaba.....	2,60
Mousse de durazno.....	2,60
Mousse de mango.....	2,60
Mousse de mora.....	2,60
Mousse de limón.....	2,60
Mousse de café.....	2,60
Mousse de chocolate.....	2,60
Mousse de chocolate blanco.....	2,60
Mousse de chocolate blanco y negro.....	2,85
Mousse de maracuyá y guanábana.....	2,85

Postres

Pastel de tres leches.....	3,00
Pastel de chocolate.....	2,80
Pastel de naranja.....	2,80
Pastel de choclo.....	2,80
Panna cotta.....	2,40
Pie de manzana.....	3,00

Pie de limón 3,00

Sándwiches

Sándwich de jamón y queso..... 3,20

Sándwich de jamón de pavo 3,40

Sándwich especial..... 4,10

Sándwich cubano 4,10

Ensaladas

Ensalada de frutas 3,40

Ensalada cesar 3,50

Ensalada de verano 3,50

Ensalada del chef 3,90

Ensalada d mixta..... 3,40

Bebidas

Café expreso..... 1,20

Café americano 1,50

Café bombón..... 1,80

Moccachino..... 3,00

Capuchino 2,80

Chocolate 1,80

Capuchino frio 3,20

Moccachino frio 3,50

Café frio 2,00

Frappellate..... 3,00

Milkshake de oreo..... 3,50

Jugos de frutas..... 2,00



Agua sin gas..... 1,00

Agua con gas..... 1,10

Gaseosas..... 1,00



Anexo 9. Receta estándar

RECETA ESTÁNDAR				
				
FECHA : 19-05-2016				
NOMBRE DEL PLATO: Mousse de chocolate blanco y negro				
NUMERO DE PORCIONES: 6 porciones				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Huevo	4	Unidades	0,15	0,60
Gelatina sin sabor	30	gr	0,04	1.20
Crema de leche	250	gr	0.0062	1,55
Chocolate negro	150	gr	0.0074	1,11
Chocolate blanco	200	gr	0.0074	1.48
			TOTAL 5,94 COSTO POR PORCION 0,99 %COSTO POTENCIAL 0.35 TOTAL 2,83	
<p>PREPARACION: separar las yemas de las claras, montar a punto de nieve las claras y reservar, derretir el chocolate blanco y negro por separado en el microondas por tres periodos consecutivos de 20 segundos. Agregarle al chocolate blanco la mitad de las yemas, mesclar rápidamente con un batidor de mano, hacemos lo mismo con el chocolate negro. Montar la crema de leche, colocamos la mitad de la crema de leche con la mezcla del chocolate blanco y la otra mitad con la del chocolate negro, agregamos a cada mezcla las claras montadas y movimientos suaves y envolventes. Hidratamos la gelatina sin sabor con un poco de agua y la derretimos en el microondas. Colocamos en forma de hilo la gelatina en cada mezcla, colocamos en un molde la mezcla del chocolate blanco y la llevamos a refrigeración por diez minutos, sacamos de refrigeración el molde y colocamos la mezcla de chocolate negro llevamos a refrigeración por 30 minutos. Desmoldamos y servimos.</p>				