



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**“Estudio y propuesta para la creación
de una cafetería temática en el cantón
Manta, provincia Manabí – Ecuador”**

AUTOR: José Luis Pacheco Montalván

TUTOR: Mg. Xavier Álvaro Silva

Manta, diciembre 2020

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 380 horas, bajo la modalidad de Proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “**Estudio y propuesta para la creación de una cafetería temática en el cantón Manta, provincia de Manabí - Ecuador**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde al señor Pacheco Montalván José Luis estudiante de la carrera de Hotelería, período académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 11 de enero de 2021. Lo certifico,

Lic. Gustavo Xavier Álvaro Silva
Docente Tutor
Área: Servicio

Aprobación.

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo de fin de carrera titulado **“ESTUDIO Y PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ - ECUADOR”**, ha sido realizado y concluido por el estudiante Pacheco Montalván José Luis.; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación de diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autoridad.

Firmamos:

PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Lic. Luis Reyes Chávez, Mg

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Ángela Farfán

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Jessica Mendoza.

TUTOR ACADEMICO

Lic. Xavier Álvaro Silva

GRADUADO.

Pacheco Montalván José Luis.

II

CI: 131331845-1

DEDICATORIA

“La felicidad suprema de la vida es la convicción de que somos amados”

Y no puedo tener felicidad más suprema que la convicción que llegó a este triunfo, con la oportunidad que Dios me ha dado de ser quien soy, de darme unos padres perfectos, José y Melis, unos hermanos admirables, Alberto y Dalia.

A ellos la esencia de mi existencia dedico este trabajo fruto del incentivo que día a día me dan.

Gracias por existir.

AGRADECIMIENTO

“La perfección se alcanza no cuando ya no hay nada que añadir, sino cuando ya no hay nada que suprimir”

El camino para llegar a esta meta es largo, obstáculos sin fin se cruzan, pero solo la constancia nos permite vencerlos y alcanzar el triunfo deseado, a quien hace posible vencerlos y alcanzar el triunfo anhelado, a quien hace que hoy pueda obtener el título de ingeniero, la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a través de su cuerpo colegiado, prestigiosos maestros, amigos que han dado lo mejor de sí para capacitarme y darme la oportunidad de seguir el camino de la preparación para llegar a la perfección deseada.

Este agradecimiento va dirigido a todos quienes me han apoyado, como mi incondicional familia y grandes amistades que en el trayecto de esta capacitación fueron pilar fundamental de apoyo para seguir adelante.

Mi gratitud imperecedera a todos ellos.

RESUMEN

El turismo es una actividad económica que se ha venido desarrollando a nivel mundial, y cada día mejora los ingresos de los países que se dedican a esta. Y es que, durante el transcurso del año 2020, esta actividad al igual que otras, no funcionaron con total normalidad, a causa de la pandemia Covid-19, la cual trajo consigo muchos cierres de negocios y complicaciones económicas a nivel mundial. Este proyecto se enfoca en realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería, que brinde servicios de alimentación medicinal y tradicional, bebidas e infusiones, prestación de libros sin recargo dentro del establecimiento y alquiler de un espacio especial del local para que el o los clientes realicen cualquier tipo de celebración. Este proyecto de emprendimiento surge a partir de la necesidad de implementar un servicio de comida saludable, que actualmente carece la ciudad de Manta, buscando así satisfacer a los habitantes de la localidad y todos aquellos que acudan al establecimiento. Para determinar la viabilidad del proyecto se realiza un estudio de mercado que permite revelar un diagnóstico en torno la situación actual en base a la oferta y demanda, sumado a esto, también se realiza un estudio técnico y económico. Los resultados proporcionados por este estudio permiten inferir que el proyecto de emprendimiento es viable, debido a que posee una aceptación mayoritaria por parte de los encuestados, y también es factible, tomando en consideración los resultados proporcionados por los estudios financieros.

Palabras clave: Turismo, proyecto de emprendimiento, cafetería medicinal, estudio de factibilidad

ABSTRACT

Tourism is an economic activity that has been developing worldwide, and every day the income of the countries that are engaged in it improves. And it is that, during the course of the year 2020, this activity, like others, did not work with total normality, due to the Covid-19 pandemic, which brought with it many business closures and economic complications worldwide. This project focuses on carrying out a feasibility study for the creation of a cafeteria, which provides medicinal and traditional food services, drinks and infusions, provision of books without surcharge within the establishment and rental of a special space in the premises so that the clients carry out any type of celebration. This entrepreneurial project arises from the need to implement a healthy food service, which the city of Manta currently lacks, thus seeking to satisfy the inhabitants of the town and all those who come to the establishment. To determine the viability of the project, a market study is carried out that allows revealing a diagnosis around the current situation based on supply and demand, in addition to this, a technical and economic study is also carried out. The results provided by this study allow inferring that the entrepreneurship project is viable, since it has a majority acceptance by the respondents, and it is also feasible, considering the results provided by the financial studies.

Keywords: Tourism, entrepreneurship project, medicinal cafeteria, feasibility study

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema	3
OBJETIVO GENERAL.....	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	4
1.1 Turismo.....	4
1.1.1 Características del Turismo.....	5
1.1.2 Importancia del turismo en la economía	5
1.2 Gastronomía.....	6
1.2.1 Gastronomía nacional.....	7
1.2.2 Gastronomía gourmet.....	7
1.2.3 Gastronomía vegana.....	8
1.2.4 Gastronomía medicinal	8
1.3 Restaurante.....	8
1.4 Cafetería.....	9
1.5 Estudio de mercado.....	10
1.6 Segmentación de mercado	10
1.7 Estudio técnico.....	11
1.8 Historia de las cafeterías	12
1.8.1 Sweet and Coffee	12
1.8.2 Modelo de café.....	13
1.8.3 Café Melatte	13
1.9 DAFO.....	13
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	15
2.1 Diseño metodológico de la información.....	15
2.2 Métodos de Investigación	15
2.3 Técnicas de investigación	15
2.4 Análisis DAFO.....	16
CAPÍTULO III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	17

3.1 Estudio de Factibilidad	17
3.2 Estudio de Mercado	17
3.3 Análisis de la demanda	18
3.4 Análisis de la oferta (competencia).....	24
3.5 Promoción y distribución (Promotion – Place).....	25
CAPÍTULO IV. PLAN DE NEGOCIOS	27
4.1 Resumen ejecutivo	27
4.2 Descripción de la empresa	28
4.3 Análisis del mercado y competencia.....	29
4.4 Organigrama funcional	30
4.5 Descripción de productos y precios	31
4.6 Finanzas y proyecciones	33
4.6.1 Presupuesto de inversión.....	33
4.6.2 Balance inicial	33
4.6.3 Presupuesto de mano de obra	33
4.6.4 Presupuesto de ventas.....	34
4.6.5 Presupuesto de gastos.....	34
4.6.6 Presupuesto de materiales directos.....	34
4.6.7 Estado de pérdidas y ganancias	34
4.6.8 VAN y TIR.....	35
Conclusiones.....	36
Recomendaciones	37
Bibliografía	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características del turismo	5
Tabla 2: Definiciones de gastronomía	8
Tabla 3: Definiciones de estudio de mercado.....	10
Tabla 4: Definiciones de segmentación de mercado	11
Tabla 5: Análisis DAFO	16
Tabla 6: Segmento de personas naturales.....	18
Tabla 7: Servicios adicionales.....	23
Tabla 8: Menú y precios “Varuna Cafetería”	24
Tabla 9: Menú y precios “Mr. Bolón”	25
Tabla 10: Menú y precios “Juan Valdez”	25
Tabla 11: Menú y precios “Cafetería Medicinal”	31

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Evolución del concepto de turismo	4
Imagen 2: Importancia del turismo en la economía	6
Imagen 3: Edad.....	19
Imagen 4: Género	19
Imagen 5: Creación de la “Cafetería Medicinal”.....	20
Imagen 6: Opciones de comida	20
Imagen 7: Rango de ingresos.....	21
Imagen 8: Frecuencia de visitas.....	21
Imagen 9: Atracción para acudir a una cafetería	22
Imagen 10: Motivaciones para asistir a una cafetería.....	22
Imagen 11: Horarios	23
Imagen 12: Plan de negocios “Cafetería Medicinal”	27
Imagen 13: Organigrama empresarial “Cafetería Medicinal”	30

INTRODUCCIÓN

El turismo es una apuesta estratégica del Gobierno Nacional en la medida que podría aportar en la consecución de uno de los retos más grandes del país, colocándolo como segunda fuente de ingresos no petroleros. Lo que se busca es modificar el actual modelo de generación de riqueza concentrador, excluyente y conservador, basado en la extracción de recursos naturales. Ministerio de turismo (2019).

A reflexión del autor, el turismo es un pilar fundamental para el desarrollo del Ecuador, por lo que actualmente se busca que se establezcan prioridades en torno a este ámbito, mejorando cada día las condiciones en las que se desenvuelve esta actividad y a su vez brindando una eficiente calidad del servicio.

El cantón Manta se caracteriza por poseer recursos tanto naturales como culturales potenciales, logrando llamar la atención de turistas nacionales e internacionales, buscando definirse como destino turístico, pero se presentan limitaciones que no permiten que el cantón se desarrolle como tal. Una de las causas se centra en una escasa inversión de recursos fiscales para la creación de nuevos productos, lo que genera un bajo desarrollo turístico como destino. Zambrano (2019).

A juicio del autor, el cantón Manta a lo largo de su historia se ha caracterizado por ser una localidad industrial y pesquera, sin embargo, actualmente las autoridades se están enfocando en potenciar los recursos naturales y culturales, a raíz de la mejora de infraestructura y servicios. Eso incide considerablemente en la potenciación de la localidad del servicio turístico y a su vez aumentar la competitividad con otros destinos.

El turismo de salud está terminando por redefinir el deber de los servicios de salud, ya que estas se prestan no en la persona, sino en la lógica del consumo, en la relación cliente-prestador de servicios (Gómez, 2017). A criterio del autor, las condiciones de vida han cambiado de una forma considerable, actualmente las personas buscan hacer ejercicio diario, alimentarse mejor y cuidarse, con el fin de evitar futuras complicaciones en torno a la salud.

Planteamiento del problema

El mercado actual es cada vez más imponente y exigente, esto traducido en la industria de la alimentación, representa un gran reto para generar proyectos que satisfagan la necesidad de buscar nuevas alternativas (Peña, Rivera y Rojas, 2018). A nivel mundial se está viviendo una época de grandes cambios, principalmente se observa esto en los mercados y las tendencias de los consumidores en casi todas las industrias.

Particularmente la industria de la comida rápida está teniendo un proceso de transformación gracias a cambios en los hábitos de consumo, sin embargo, debido a la fatal situación sanitaria, se han manifestado altos índices de mortalidad en personas con obesidad. Es por lo que la ingesta de alimentos medicinales se ha tornado muy común, en cada uno de los hogares y negocios de alimentos en el mundo.

En vista del grave problema que se deriva de los malos hábitos alimenticios y de las diversas campañas comunicacionales que alertan sobre los mismos, actualmente la gente está preocupándose cada vez más de su salud y alimentación, y es una tendencia que se está generando hoy en día y se llevará a cabo aún con mayor intensidad en el futuro. Por lo cual, existe la necesidad, cada vez más profunda y manifiesta, de lograr una alimentación sana, equilibrada, natural, orgánica, libre de químicos, libre de fuertes condimentos y de grasas saturadas.

Es clara la problemática evidenciada en cientos de cifras estadísticas que hacen énfasis en demostrar que las mayores causas de muerte se dan por una mala alimentación. Es así como, debido a esta alarma y llamada de atención a la sociedad, desde el gobierno ecuatoriano y Ministerio de Salud se está persuadiendo a los ciudadanos, para que opten por alimentarse de forma más sana. De esta manera, ha surgido una clara tendencia al consumo de alimentos nutritivos.

En el país, son muy escasos los establecimientos que ofertan comida de tipo medicinal, pues los hábitos alimenticios no se ajustan con esta propuesta. Estos establecimientos, con el afán de evitar el cierre de sus puertas, han tenido que adaptarse y evolucionar mediante nuevas metodologías de trabajo que exige la normativa de salud, para precautelar la vida de las

personas. La tecnología, específicamente las redes sociales, se convierten en la plataforma ideal para llevar un negocio a los ojos de posibles clientes, además de ser una vitrina virtual donde se pone a disposición del público todo lo que ofrece y sus estrictos protocolos de higiene.

Formulación del problema

Con base a lo expuesto, es posible formular la siguiente pregunta:

¿Será factible la creación de una cafetería que ofrezca principalmente productos tradicionales combinados con ingredientes medicinales que contribuyan a la salud de la ciudadanía mantense?

OBJETIVO GENERAL

Preparar un plan de negocios que posibilite determinar la viabilidad y factibilidad, para el montaje de una cafetería que expendiera comida medicinal y el servicio de préstamo de libros en la ciudad de Manta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Elaborar un estudio técnico que permita suministrar información relacionada con el objeto de estudio.
2. Preparar un análisis DAFO que posibilite identificar y contrastar el contexto actual.
3. Diseñar el análisis financiero a fin de identificar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Turismo

Su evolución en el transcurso del tiempo deja en evidencia, que el turismo en sus inicios fue conceptualizado como una actividad, que comprendía viajes donde el ocio era la naturaleza del este, sin embargo, esta teoría se amplió, fundamentando los viajes de negocios como una actividad relacionada al turismo, tal y como se observa en la imagen 1.

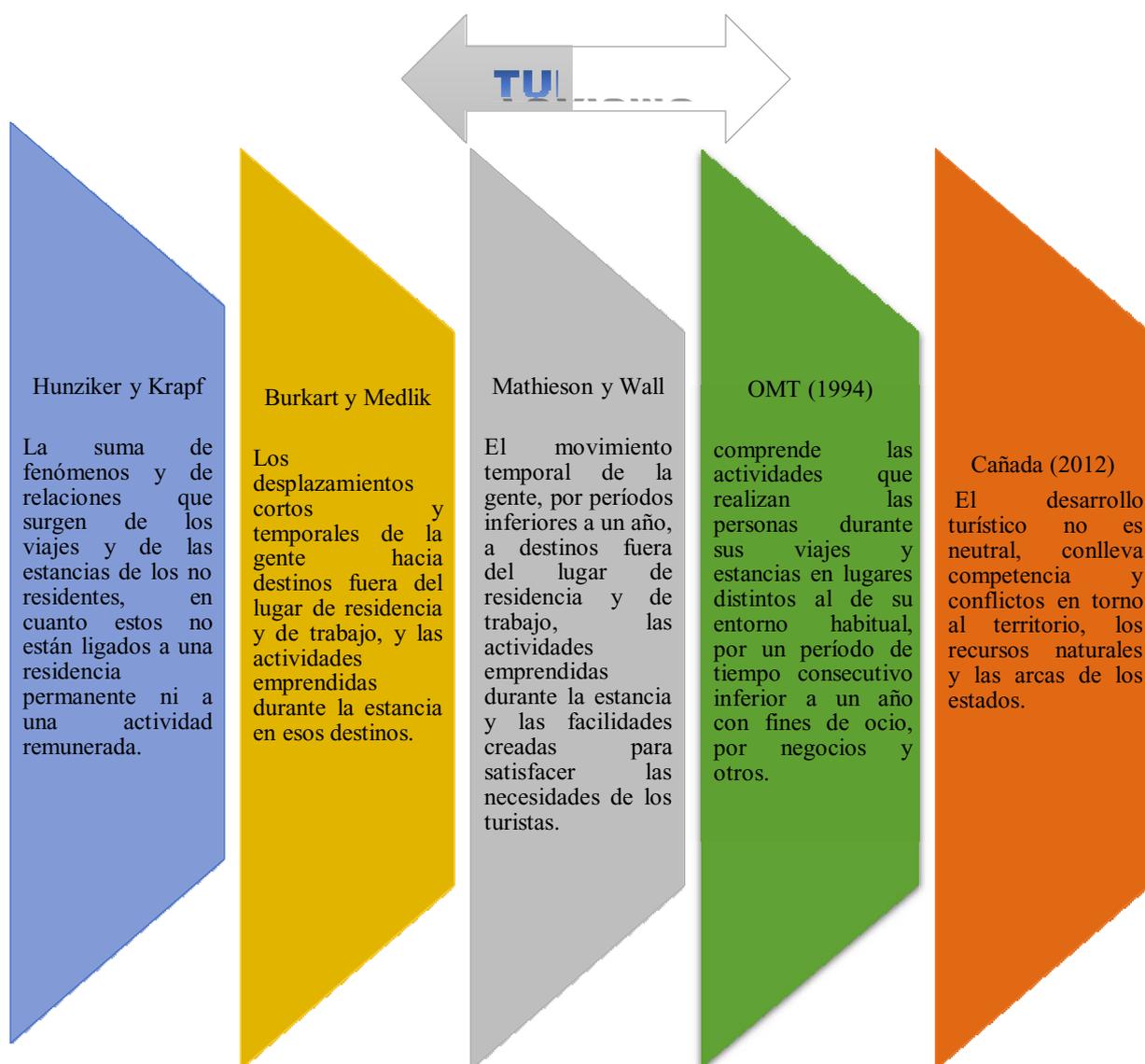


Imagen 1. Evolución del concepto del turismo

Fuente: Elaboración propia a partir de Hunziker y Krapf (1942), Burkat y Medlik (1981), Mathieson y Wall (1982), OMT (1994) y Cañada (2012)

Basado en el concepto de Mathieson y Wall (1982), es posible concluir que el turismo consiste en el desplazamiento temporal de personas por periodos mayores a 24 horas y menores a un año, a lugares que se encuentran fuera de su residencia habitual.

1.1.1 Características del Turismo

En el libro Introducción al turismo (OMT) 1994, se definen las siguientes características del turismo, como se aprecia a continuación en la siguiente tabla.

Características del Turismo
Es un movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente.
El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.
Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

Tabla 1. Características del turismo

Fuente: Elaboración propia a partir de OMT (1994)

Una de las particularidades más explícitas del turismo según el razonamiento del autor, es el desplazamiento de los individuos fuera del lugar de residencia siempre y cuando no sea permanente.

1.1.2 Importancia del turismo en la economía

El turismo es una actividad económica importante a nivel mundial, nacional y local. En términos generales, se considera que los efectos económicos del turismo son positivos para los destinos turísticos. (Azcué, Cruz y Varisco, 2018).

A criterio del autor, el turismo ayuda considerablemente al progreso de una localidad, región o país, ya que el desarrollo de sus múltiples actividades genera innumerables beneficios económicos, permitiendo así mejorar las condiciones de vida de la población de estos lugares. Su progreso en el intervalo del tiempo demuestra que la importancia del turismo en la economía coincide, pues el común denominador es la generación de empleo y crecimiento del territorio. Así lo muestra la imagen 2.

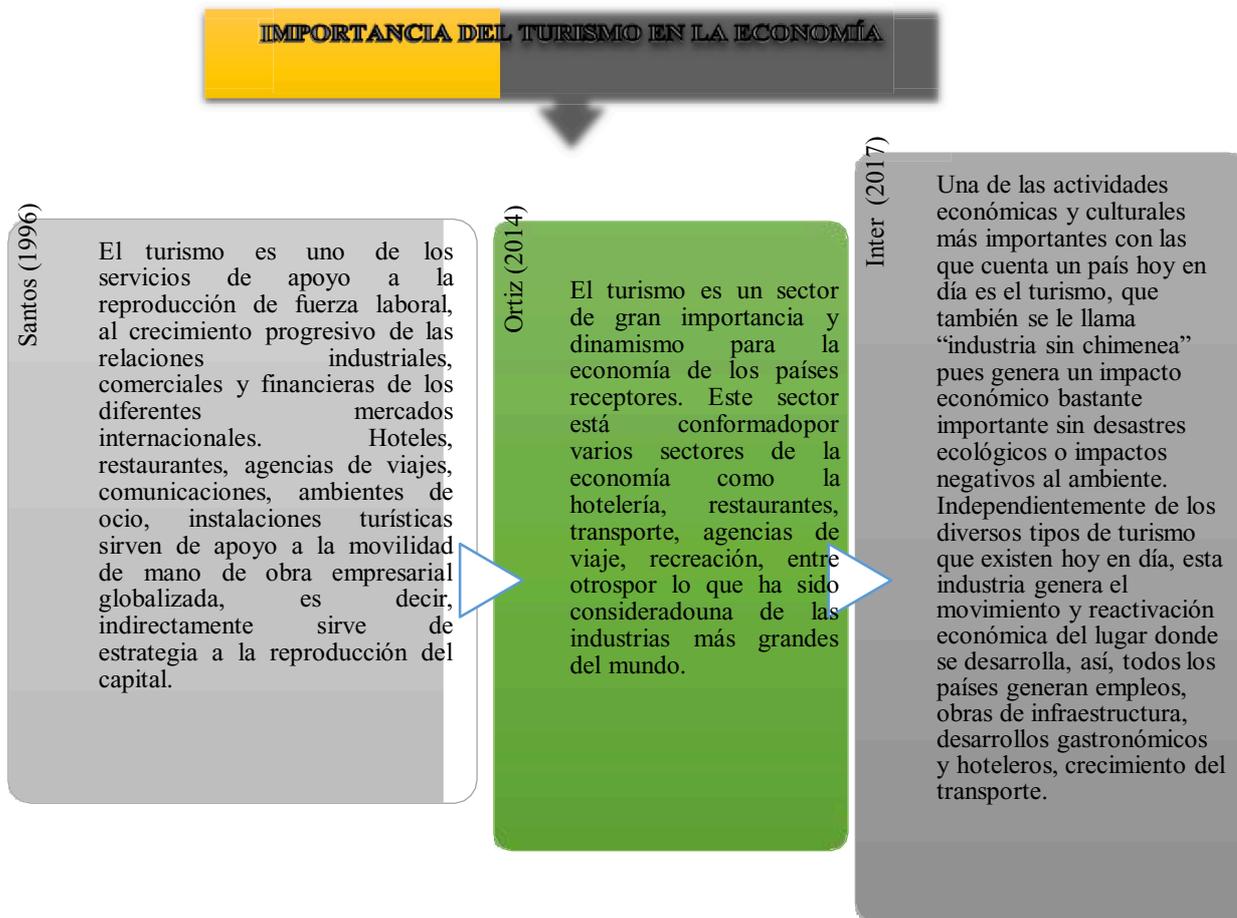


Imagen 2. Importancia del turismo en la economía
 Fuente: Elaboración propia a partir de Santos (1996), (Ortiz, 2014) e Inter (2017)

1.2 Gastronomía

La gastronomía es la disciplina que estudia la relación entre la cultura y la comida durante un período de tiempo determinado. El término yace de la unión de dos palabras griegas: gastros (estómago) y nomos (conocimiento). En un sentido estricto, su objeto es el arte culinario, la relación entre preparar, servir y consumir comida.

A continuación, se presentan algunas definiciones de gastronomía según los siguientes autores (Tabla 2).

Autores	Definiciones
Brillat (2010)	Conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación. Tiene por objeto velar por la conservación del hombre, empleando los mejores alimentos.
Montecinos (2016)	Conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad.
Ramos (2019)	Es una construcción sociocultural constituida por el conjunto de normas y valores que rigen la producción, distribución y consumo de comida.

Tabla 2. Definiciones de Gastronomía

Fuente: Elaboración propia a partir de Brillat (2010), Montecinos (2016) y Ramos (2019)

1.2.1 Gastronomía nacional

A nivel mundial, la dimensión del turismo ha sido sostenida y amplificada por la globalización. Esto ha facilitado no solo los viajes más fáciles, sino también la internacionalización de los alimentos de las cocinas nacionales. Uno de los segmentos interesantes del patrimonio cultural regional inmaterial son las artes gastronómicas locales. Cada destino tiene una visión cultural propia ligada a la zona, región y país que generan las correspondientes identidades gastronómicas. Bogdan, Nicodim y Dan (2018).

Según Villagómez (2010), la gastronomía ecuatoriana desde sus inicios se fue creando y evolucionando de forma constante. Pero en la actualidad la creatividad en la cocina para la continuación de la evolución de nuestra gastronomía es simple. Si bien es cierto que nuestra gastronomía es muy variada, le faltan fundamentos técnicos y creativos.

A reflexión del autor, la gastronomía nacional, se convierte en algo elemental que permite mantener las culturas y costumbres de los pueblos. Revalorizando de esta manera lo tradicional y manteniéndolo en el tiempo.

1.2.2 Gastronomía gourmet

La comida gourmet es una cultura asociada a las artes culinarias del buen comer y beber, la palabra gourmet viene del francés “Gourmand” que al mismo tiempo viene de “Gout” y met significa “plato de comida”. Contreras (2018).

El autor determina que la gastronomía gourmet involucra los modos de cocinar, es decir, las tendencias culinarias de vanguardia.

1.2.3 Gastronomía vegana

El vegetarianismo comprende un estilo de vida sin el consumo de carnes o productos de origen animal en la dieta diaria de las personas; pudiendo también existir tipologías en donde la ingesta de productos derivados de origen animal es aceptable como lo es el ovo-lacto-vegetarianismo, lacto-vegetarianismo y ovo-vegetarianismo. Sánchez (2018).

A juicio del autor, la gastronomía vegana no emplea ningún tipo de derivados animales en sus preparaciones (ni carnes, ni lácteos, ni huevos) y elige en su lugar vegetales, frutas y cereales.

1.2.4 Gastronomía medicinal

En la actualidad, se observa un interés creciente por la alimentación, por la nutrición, y por la salud en general. Es innegable que existe una clara relación entre la alimentación y la salud y nuestra sociedad está tomando conciencia de ello. Cada vez más estudios científicos demuestran los beneficios que una dieta rica en productos de origen vegetal tiene sobre la salud. Andreu (2016).

En base a lo expuesto, la gastronomía medicinal se convierte en un aspecto fundamental para mejorar las condiciones de vida de las personas en cuanto a la salud, para lograr aquello se deben establecer normas que permitan brindar una atención y productos de calidad.

1.3 Restaurante

En Ecuador se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. Mintur (2002).

Morfín (2006), define al restaurante como un establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas ahí mismo, en el que se cobra por el servicio prestado.

Lloret (2012), por su parte define al restaurante como el grupo de establecimientos que se dedican a la actividad de elaboración, venta y servicio de comidas y bebidas.

López (2018), expone que los restaurantes deben de ofrecer un servicio de alta calidad brindado a los clientes un trato personalizado, mostrar interés, atención rápida y oportuna, seguridad, ambiente agradable y credibilidad.

El autor, define al restaurante como aquel establecimiento dedicado al expendio de alimentos y bebidas, para ser consumidos dentro o fuera del mismo.

1.4 Cafetería

Una cafetería, cafetín o, simplemente, un café es un lugar donde se expende café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas. La tradición del café como lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir es representativo de algunas ciudades del mundo. Lojano (2012).

Bachs, Vives y Herrero (2001), aseguran que las cafeterías son establecimientos turísticos en los que se sirven al público, mediante precio, platos fríos y calientes, simples o combinados, además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, principalmente en la barra o mostrador y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el establecimiento, primando como producto clave el café; mismo del cual reciben su nombre.

Según Mintur (2018), la cafetería es un establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

El autor sostiene, que la cafetería es un espacio de reunión para personas, en el cual se puede consumir variedades de productos ligeros como son: bebidas frías, bebidas calientes tipo infusión, café, té, además refrescos y tal vez también alguna que otra bebida caliente con un toque de alcohol, acompañados con bocaditos calientes o fríos.

1.5 Estudio de mercado

El estudio de mercado resulta útil para analizar al consumidor y su comportamiento y dar solución al problema. Su objetivo es entender qué es lo que demanda, solicita o sugiere el consumidor, a efectos de satisfacer su necesidad, analizando la competencia y el entorno en el que se desenvolverá la empresa. Córdova y Sandoval (2002).

A continuación, se evidencia definiciones de estudio de mercado según varios autores (tabla 3).

Autores	Definición
Malhotra (1997)	Describe el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.
Randall (2003)	Recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.
Kotler, Bloom y Hayes (2004)	Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Tabla 3. Definiciones de estudio de mercado

Fuente: Elaboración propia a partir de Malhotra (1997), Randall (2003) y Kotler, Bloom y Hayes (2004).

De acuerdo con las definiciones recopiladas, el autor manifiesta que el estudio de mercado recolecta, planifica y analiza de manera sistemática, datos fiables que conlleven a la toma de decisiones acertadas en proyectos de esta índole, tratando de reducir de una manera planificada los posibles errores futuros.

1.6 Segmentación de mercado

La investigación de mercados es un procedimiento que busca la aplicación de unas técnicas apropiadas e involucradas en el diseño como lo es la recolección de datos, el análisis y la presentación de la información para la toma de decisiones. (Benassini, 2001).

A continuación, se evidenciará definiciones de segmentación de mercado según varios autores (Tabla 4).

Autores	Definición
Kotler y Armstrong (1998)	Es el acto de dividir un mercado en grupos bien definidos de clientes que pueden necesitar productos o mezclas de mercadotecnia específicos
Yanaze (2011)	Identificar en un mercado heterogéneo, grupos homogéneos con características similares.
Schiffman y Kanuk (2012)	El procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos que tienen necesidades o características comunes y de seleccionar uno o varios de esos segmentos como tantos objetivos por alcanzar por medio de una mezcla de marketing específica.
Ciribeli y Miquelito (2015)	La segmentación del mercado consiste en identificar comportamientos similares entre personas en un determinado mercado, tratando de formar un grupo (o grupos) con características similares
Álvaro (2020)	Brinda a las empresas o destinos, la posibilidad de especializarse en uno o más nichos, a efectos de satisfacer de manera más efectiva, sus necesidades, deseos o demandas. Se puede concluir que la segmentación de mercado ofrece a las empresas la posibilidad de identificar las necesidades comunes de un submercado, de esta manera localizar la mejor estrategia de marketing y potenciar las entradas de nuevos productos.

Tabla 4. Definiciones de segmentación de mercado

Fuente: Elaboración propia a partir de Kotler (1998), Yanaze (2011), Schiffman y Kanuk (2012) Ciribeli y Miquelito (2015) y Álvaro (2020)

1.7 Estudio técnico

Para Rosales (2005), un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

De acuerdo con el concepto anterior, se llega a la conclusión que el estudio técnico detalla y analiza la factibilidad de los elementos que van a servir en la operación del negocio, ya sea su ubicación maquinarias y capital de trabajo.

1.8 Historia de las cafeterías

La primera cafetería registrada en el mundo fue en Turquía, con el nombre Kiva Han inaugurada en el año de 1475 en la ciudad Constantinopla, que ahora es conocida como Estambul.

Las cafeterías y la cultura del café se convirtieron en una parte esencial para la sociedad de esta ciudad. El café turco se extendió por Europa en el año 1615, donde los comerciantes venecianos tenían conocimiento acerca del café. Esta bebida al principio fue vendida por las calles, pero en 1645 se abrió en Italia la primera cafetería Caffé.

Con el paso del tiempo el café se expandió por todo el mundo, llegando así a América y en 1860 comienza el cultivo del café en Ecuador en la provincia de Manabí, por la zona de Jipijapa.

Ecuador es conocido en el mundo como uno de los 17 países megadiversos, porque es uno de los países con mayor biodiversidad a nivel mundial, especialmente si se estima el número de especies que existe en el país por unidad de área. Por eso se dice que el Ecuador es un país megadiverso (Bravo, 2013). A manera de ejemplo, se detalla a continuación, las características de algunas empresas, tipo cafetería, que operan en Ecuador y que han logrado una trayectoria que les permite convertirse en referente de este tipo de negocios.

1.8.1 Sweet and Coffee

Con cerca de 19 años de trayectoria, esta cadena cuenta al momento con 67 sucursales en Quito y Guayaquil, la última inaugurada en febrero de este año en el centro comercial El Dorado, en Daule. Dentro de su menú se destacan la torta mojada de chocolate, el cheesecake de frutilla, el mousse de chocolate y manjar, y el queso de coco. En cuanto a bebidas, resaltan los capuccinos, los expresos y sus variantes, además de los mocaccinos, que son los preferidos de los clientes.

1.8.2 Modelo de café

Desde 1987, Guillermo Báez continuó con el trabajo que empezó su padre en 1950 y se encargó de expandir el negocio con la apertura de dos sucursales. Una, en el casco colonial de Quito, y la segunda en el centro comercial El Bosque, inaugurada recientemente. La fama de Café Modelo se debe a sus ponches, los sándwiches de queso derretido, el chocolate caliente y el café con humitas, aunque su oferta también se extiende a pizzas, llapingachos y el tradicional seco de chivo.

1.8.3 Café Melatte

Con menos de un año de existencia, Café Melatte se posicionó en Cuenca como una nueva alternativa para tomar el ‘cafecito’ de la tarde. Tanta fue la acogida, que a los tres meses de inaugurado el primer local en la esquina de las artes, sus dueños debieron abrir un segundo local las calles Borrero y presidente Córdova y esperan abrir un tercero para marzo de este año, cerca de la Universidad del Azuay.

Este negocio se caracteriza por su decoración vintage (colores pastel y accesorios estilo clásico), combinados con ciertas influencias latinas y locales, pero también por la originalidad de su material publicitario. Reconocidas frases como “De poquito en poquito se llena el vasito”, “¿Gustaría tomar una tacita de café?” están presentes en vasos, servilletas y fundas.

Cuando surgió la idea de Melatte, se apuntó a que la cafetería sea un espacio para la comunidad, para el barrio, para que la gente vaya a leer un libro, a encontrarse con amigos e incluso a mantener reuniones de trabajo, explica Cornelio Vintimilla, gerente general. Además de los cafés tradicionales como el expreso, capuccino, mocaccino, el negocio ofrece tintos, té francés, agua de frescos, frozen de colada morada y de canelazo, sándwiches calientes, cinco variedades de pan de chocolate y cuatro tipos de tortas.

1.9 DAFO

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede

considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce, 2016)

En esta investigación, el análisis DAFO fue utilizado para realizar un diagnóstico de la situación actual del campo de estudio, permitiendo así reconocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, estos aspectos son de gran ayuda en el desarrollo de proyectos de esta índole.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Diseño metodológico de la información

En el desarrollo del diseño de la investigación, la información adecuada, bien sea como resultado del análisis documental (fuentes secundarias) o del trabajo de campo (fuentes primarias), debe ser recolectada, organizada, tabulada y presentada; para ello es indispensable el uso de técnicas cualitativas o cuantitativas, dependiendo del tipo de investigación que se esté efectuando. (Rodríguez, 2007).

El diseño metodológico de esta investigación se enfoca en analizar la situación actual del mercado, para implementar una cafetería temática en el cantón Manta, provincia de Manabí. Para el desarrollo de la investigación y recopilación de información se utilizaron métodos, técnicas y herramientas.

2.2 Métodos de Investigación

Plantea Rodríguez (2007), que el método analítico-sintético estudia los hechos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para examinarlas en forma individual (análisis) y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).

En este trabajo investigativo se empleó el método analítico-sintético, el cual permitió analizar los datos de tesis, artículos y publicaciones científicas, posterior a esto, se procedió a sintetizar dicha información, adaptándola a los requerimientos de la investigación.

2.3 Técnicas de investigación

La técnica utilizada durante el proceso de recopilación de la información fue la encuesta, y el instrumento, el cuestionario. Según Ballina (2017), las encuestas en sus distintas modalidades son las técnicas descriptivas por excelencia. Consisten en una entrevista, realizada a petición del encuestador a una serie de turistas, que reúnen una serie de características especificadas, para que estos, de forma activa y conociendo el objeto de estudio, faciliten una información que, previamente, ha sido predefinida como igual para todos.

La encuesta se aplicó en el campo de estudio, con la finalidad de recopilar los datos que permitan revelar cuáles son las necesidades de los clientes. En primer lugar, se diseñó el cuestionario, posterior a esto el cuestionario fue subido a Microsoft Office 365, allí se generó un enlace, el cual luego se lo difundió a través las aplicaciones WhatsApp y Facebook, al final se tabularon los resultados. El muestreo utilizado en esta investigación fue el muestreo no-probabilístico.

El muestreo no-probabilístico es menos preciso, pero más rápido y económico; supone realizar la elección de la muestra que, sin seguir ninguna norma, o simplemente que es el propio investigador quien elige los elementos de la muestra. (Ballina, 2017).

El cuestionario fue aplicado de forma online, debido a la situación del Covid-19. (Anexo 1)

2.4 Análisis DAFO

En la tabla 5, se detalla el análisis DAFO de la cafetería temática propuesta en el presente proyecto.

Fortalezas	Oportunidades
Productos medicinales y deliciosos Servicios delivery Ubicación estratégica Activo digital propia Talento humano profesional y capacitado	Malos hábitos alimenticios (preferencia comida chatarra) Crecimiento turístico Competencia limitada Capacitación constante del Ministerio del Turismo Administración de la ciudad Vías en buen estado
Debilidades	Amenazas
Limitado capital No contar con local propio Reducida capacidad de acceso a créditos Poca experiencia en el negocio de alimentación Limitaciones en la capacidad de aforo del local	Crisis económica generalizada Cambios frecuentes de medidas sanitarias y horarios de funcionamiento Desastres naturales Pandemias

Tabla 5. Análisis DAFO

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 Estudio de Factibilidad

Según Chaves y Luna (2001), el estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en que, condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

En concordancia con el concepto anterior, el autor infiere que el estudio de factibilidad permite revelar las condiciones actuales del mercado con relación a la oferta y demanda. A partir del análisis de estos aspectos se determina si es viable ejecutar la idea de negocios.

3.2 Estudio de Mercado

El siguiente estudio de mercado pretende dar una clara visión de las condiciones actuales del mercado de servicio de cafetería en el sector centro de la ciudad de Manta, parroquia Manta, así como las necesidades y preferencias de sus habitantes, para así decidir si es factible o no la implementación de un servicio de cafetería en este sector y en el caso de ser factible, saber cuál es la demanda potencial existente y qué precio estarían dispuestos a pagar a cambio de este servicio.

Este proyecto estará direccionado a personas de clase media, dentro de la ciudad o de poblaciones cercanas, con la posibilidad y necesidad de acudir a una cafetería para servirse algún aperitivo, específicamente medicinal, en un ambiente que brinde el confort y la armonía que busque el cliente. En la tabla 6, se detallan las características demográficas del mercado objetivo.

Segmento de personas naturales	
Características Geográficas	
País:	Ecuador
Región:	Costa
Provincia:	Manabí
Cantón:	Manta
Parroquia:	Manta
Tipo de Población:	Población económicamente activa, mayores de 18 años
Características Demográficas	
Edad:	18 y 65 años
Sexo:	Masculino y femenino
Profesión:	Indeterminada
Ingresos:	\$1.200 en adelante
Estatus económico:	Medio
Estatus Social:	Medio

Tabla 6. Segmento de personas naturales

Fuente: Elaboración propia

3.3 Análisis de la demanda

Consiste en el estudio específico cuyo eje central está enfocado a conocer los motivos por los cuales un individuo adquiere un producto o servicio particular y determinar los métodos que incentiven esa demanda. Partiendo de este principio, se pretende canalizar información necesaria de aquellos requerimientos y gustos de las personas, de esta manera dejar un panorama esclarecido y tomar las mejores decisiones a fin de consolidar el negocio.

La demanda del proyecto estará enfocada en las personas económicamente activas, es decir que estas deben encontrarse entre las edades de 18 años a 65 años. Los productos y servicios que se brindarán en este establecimiento se compenetrarán con las personas cuyo estilo de vida alimenticio se incline por mantener un estado físico saludable, es por ello por lo que el servicio se caracterizará por ofrecer comida medicinal en general.

El estatus social de las personas objeto de este proyecto principalmente corresponde a clase media, con ingresos que superen los \$1.200. Hay que acotar que a pesar de que esta idea de negocios tiene como público objetivo a los habitantes del cantón de Manta, los productos y servicios también estarán disponibles para los visitantes, tantos nacionales como internacionales que arriben a la ciudad.

3.3.1 Resultados de la encuesta

En esta sección se expondrá los resultados obtenidos por la encuesta, la cual fue aplicada a la población local de Manta con el fin de que la recopilación de esos datos posibilite conocer preferencias, horarios de consumos, ingresos mensuales, entre otros temas.

1. Rango etario

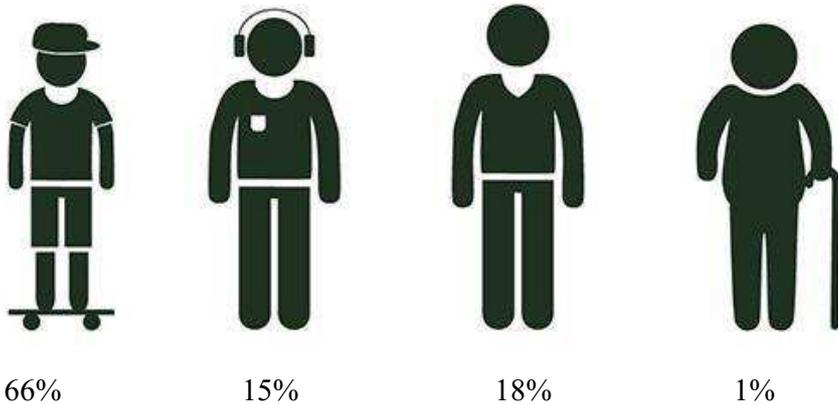


Imagen 3. Edad

Fuente: Elaboración propia

El 66% de las personas tienen una edad entre 18 a 26 años, el 18% tienen entre 41 a 64 años, el 15% entre 27 y 40 años y el 1% 65 años en adelante. Esta información es valiosa debido a que, permite segmentar el mercado de acuerdo con la edad de las personas y establecer la oferta de servicios en base a sus gustos y preferencias.

2. Género

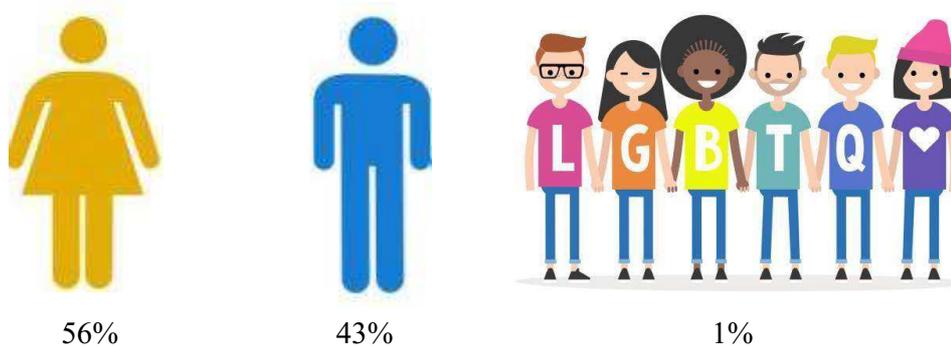


Imagen 4. Género

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de esta pregunta muestran que el 56% de los evaluados pertenecen al género femenino, el 43% masculino y el 1% a otro género.

3. ¿Está usted de acuerdo con la creación de una cafetería medicinal en el sector “Flavio Reyes” del cantón Manta?

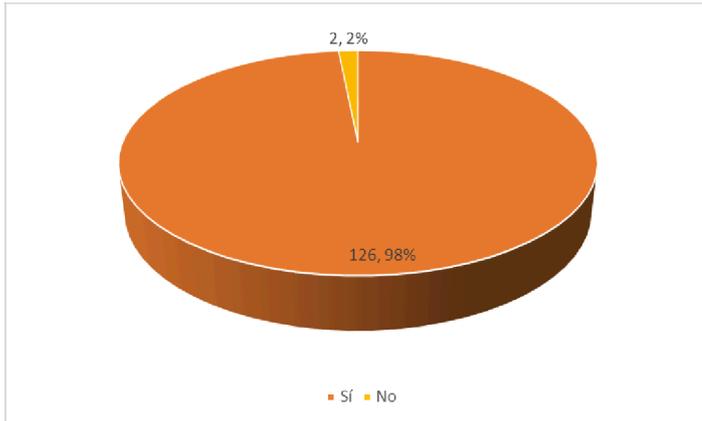


Imagen 5. Creación de la cafetería medicinal
Fuente: Microsoft office 365

Los resultados indican que el 98% de los encuestados están de acuerdo con la implementación de esta propuesta de negocios. Por lo que se determina que la idea planteada es viable, tomando en cuenta la opinión de los evaluados.

4. ¿Cuál de estas opciones de comida preferiría degustar en una cafetería?

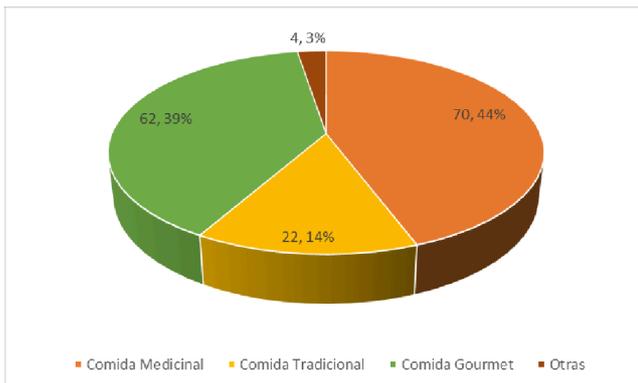


Imagen 6. Opciones de comida
Fuente: Microsoft office 365

De acuerdo con los resultados se determina que el 44% desea encontrar comida medicinal en una cafetería, el 39% comida gourmet, el 14% desea comida tradicional y el 3% otras

comidas. Estos aspectos son muy importantes ya que permiten evaluar los requerimientos de los clientes, a partir de aquí se pueden tomar decisiones en base a la oferta de los productos en este establecimiento.

5. ¿Cuál es el rango mensual de ingresos que usted tiene?

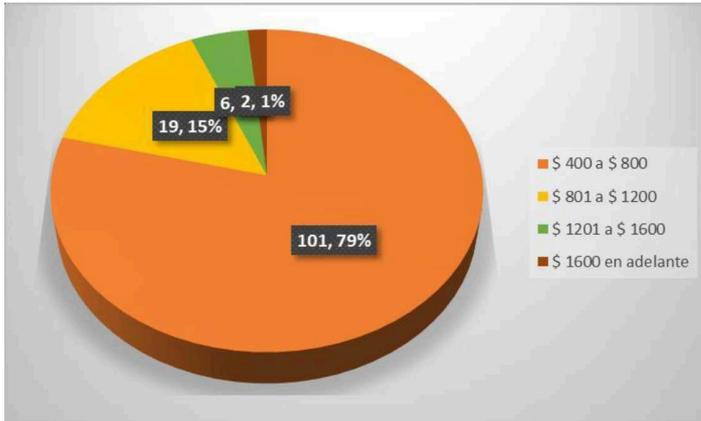


Imagen 7. Rango de ingresos
Fuente: Microsoft office 365

El 79% de los encuestados gana entre \$400 y \$800, el 15% \$801 a \$1200, el 5% entre \$1201 a \$1600 y solo el 2% de \$1600 en adelante. Estos indicadores son fundamentales, debido a que ayudan a fijar la segmentación de mercado, en base a los ingresos del cliente.

6. ¿Con qué frecuencia acude a una cafetería?

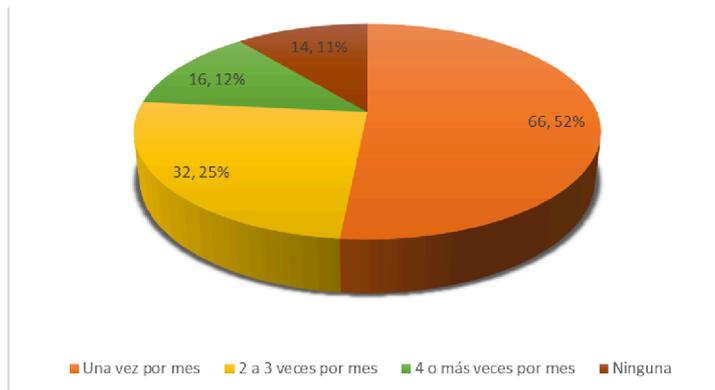


Imagen 8. Frecuencia de visitas
Fuente: Microsoft office 365

De acuerdo con los resultados, se determina que el 52% acude una vez por mes, el 25% de 2 a 3 veces por mes, el 12% de 4 o más veces por mes y el 11% ninguna. Esta información

sirve de gran ayuda para analizar la frecuencia con la que visitan los clientes un establecimiento de esta índole.

7. ¿Qué es lo que más le agrada de una cafetería?

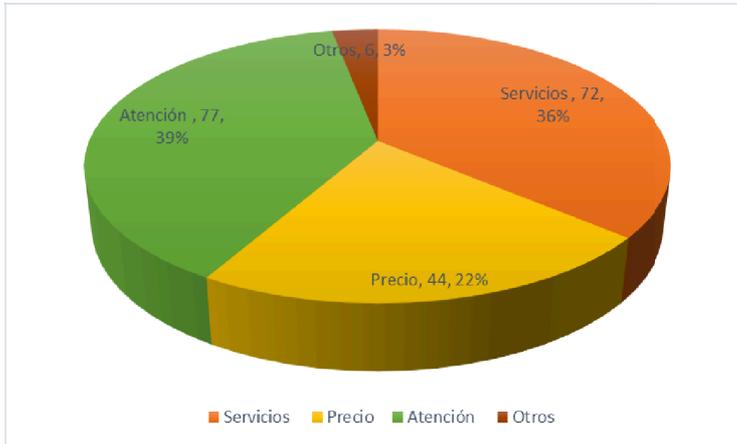


Imagen 9. Atracción para asistir a una cafetería
Fuente: Microsoft office 365

En base a los resultados, se concluye que al 39% de los encuestados les agrada la atención, el 36% los servicios, el 22% por los precios y el 3% por otros. Esta información es muy beneficiosa para que el establecimiento pueda definir sus servicios, establecer los precios y brindar una atención personalizada.

8. ¿Cuál es el motivo por el que acude a una cafetería?

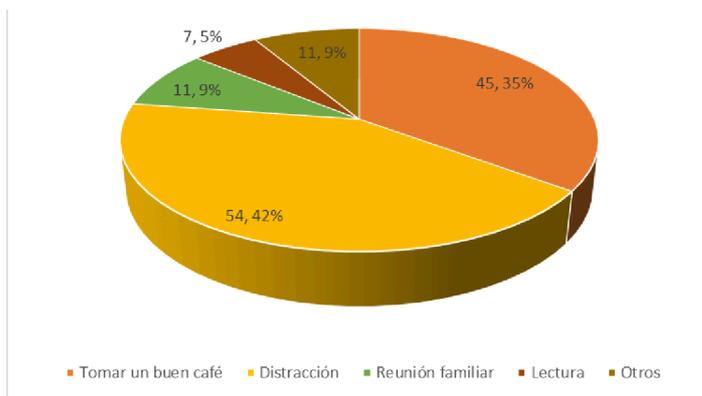


Imagen 10. Motivaciones para acudir a una cafetería
Fuente: Microsoft office 365

Los resultados muestran que el 42% de los evaluados acuden para distracción, el 15% acude para tomar un buen café, el 9% por reunión familiar, el 9 por otros motivos y el solo el 5% acude por leer. Estos datos son relevantes, debido a que permiten establecer los motivos por los cuales acuden a una cafetería.

9. ¿En qué horario acude a una cafetería?

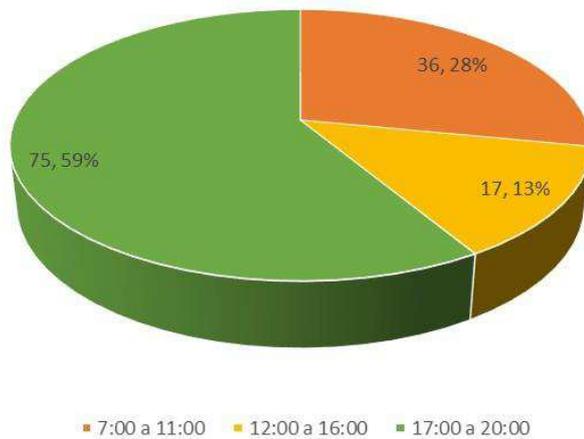


Imagen 11. Horarios

Fuente: Microsoft office 365

En base a los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 59% acude entre las 17:00 a 20:00, el 28% entre 7:00 a 11:00 y el 13% de 12:00 a 16:00. Esta información permite al establecimiento determinar los horarios de atención, de acuerdo con este indicador.

10. ¿Qué servicios adicionales desea que se implemente en una cafetería?

1. Postres adicionales
2. Productos ecológicos, saludables y dietéticos
3. Servicio de biblioteca
4. Música en vivo
5. Servicios VIP
6. Servicios a domicilio
7. Entretenimiento infantil
8. Incentivos y promociones

Tabla 7. Servicios adicionales

Fuente: Elaboración propia

Los resultados expuestos en la tabla 7, son importantes ya que permiten tomar en consideración estas ideas, con el fin de brindar un servicio de acuerdo con las necesidades, requerimientos y exigencias de los clientes.

3.4 Análisis de la oferta (competencia)

La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares. El análisis de la oferta permite evaluar fortalezas y debilidades e implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva. Siendo la oferta la cantidad de un bien que los productores u oferentes están dispuestos a llevar al mercado de acuerdo con los precios que puedan alcanzar en un momento dado, esta se divide en oferta directa e indirecta (Anexo 2).

Es así como la oferta directa representa las empresas o establecimientos que reúnen las mismas características de un negocio, es decir brindan los mismos servicios. De acuerdo con la presente investigación en la ciudad solo hay un establecimiento que brinda comida medicinal, tal y como se aprecia a continuación (Tabla 8).

Varuna Cafetería		
Tipo de alimentos	Menú	Precio
Salados	Croquetas de zanahoria y espinaca aderezo de mayonesa vegetariano	\$ 2.50
	Risotto Varuna	\$ 4.00
Bebidas	Extracto de frutas	\$ 2.50
	Batidos frutas	\$ 2.50
	Te aromáticos	\$ 2.50

Fuente: Elaboración propia Tabla 8. Menú y precios “Varuna Cafetería”

Por otro lado, se encuentra la oferta indirecta que se define como el conjunto de empresas que participan en el mismo mercado, pero con productos sustitutos o de forma diferente. En este grupo se incluyen algunos negocios que operan dentro de la ciudad, los cuales se detallan a continuación (Tabla 9 y 10).

Mr. Bolón		
Tipo de alimentos	Menú	Precio
Salados	Bolones (queso, chicharrón, mixto)	\$ 4,00
	Tigrillos (carne, longaniza)	\$ 5,50
Bebidas	Extracto de frutas	\$ 2.50
	Café de pasar	\$ 2,00

Tabla 9. Menú y precios “Mr. Bolón”

Fuente: Elaboración propia

Juan Valdez		
Tipo de alimentos	Menú	Precio
Comidas	Pastel de pollo con champiñones	\$ 2,50
	Pan de bono	\$ 1,00
Bebidas	Expresos	\$ 3,00
	Jugos Naturales y fruppes	\$ 3,00

Tabla 10. Menú y precios “Juan Valdez”

Fuente: Elaboración propia

En el anexo 2, se evidencia el catastro turístico de las actividades del cantón Manta, acerca de los servicios que se asemejan a los que ofrecerá la cafetería medicinal.

3.5 Promoción y distribución (Promotion – Place)

La promoción y difusión (fotografías, videos del local, números de contactos para alquiler o información, así como publicaciones de los momentos más significativos), se realizará mediante la utilización de las redes sociales Facebook e Instagram y además se contará con un portal web (blog). Debido a que el internet hoy en día es uno de los canales más eficientes para llegar al cliente. Es de vital importancia difundir la información acerca de los servicios que ofrece la cafetería, y a su vez poner en conocimiento público las ofertas y promociones de ventas, que diferenciarán los servicios de aquellos que posee la competencia.

También se utilizará los métodos convencionales para dar a conocer a los futuros clientes una imagen de los productos, y eso será gracias al uso de un banner y un letrero, ubicado en

la parte exterior del establecimiento. No se hará publicidad mediante el uso de flyers, pues la finalidad, es reducir el uso del papel a fin de evitar el impacto ambiental.

La distribución de los productos se realizará de forma presencial, es decir que las personas acudirán al establecimiento a consumir. También existirá un servicio de envíos a domicilio y se mantendrá un contacto mediante la aplicación WhatsApp.

Para incrementar y fidelizar a los clientes se brindará una excelente calidad de servicio, además de una variada oferta de platillos nutricionales y medicinales, con atención personalizada que posibilite captar nuevos clientes.

CAPÍTULO IV. PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios se estructura en los siguientes pasos:



Imagen 12. Plan de negocios “Cafetería Medicinal”

Fuente: Elaboración propia

4.1 Resumen ejecutivo

La cafetería ofrecerá productos alimenticios medicinales, dispondrá de un local para atender de manera presencial. El local estará ubicado en la calle 19 y avenida Flavio Reyes. El personal que trabajará en este local estará constituido por: gerente, auxiliar de cocina y un vendedor. El lugar contará con todas las medidas de seguridad apropiadas, con el fin de brindarle la confianza y seguridad al cliente, mientras este se encuentre degustando de los productos en el local.

También contará con el servicio de préstamo de libros, existirán alrededor de 100 libros de distintos temas como: política, economía, psicología, entre otros. Esto se realizará con la finalidad de que el cliente elija de acuerdo con sus gustos de lectura. Además, existirá un servicio de reservación para ocasiones especiales, se proyecta recibir 5 eventos de esta categoría por mes. El consumo mínimo para realizar estas reservaciones será de \$35.

El proyecto contará de dos fases, en la primera se realiza un estudio que permita reconocer si este es factible y rentable; a partir de los análisis económico, social, legal y ambiental. En

caso de cumplir todos los requerimientos, se da paso al siguiente proceso, el cual es ejecutar la idea de negocio.

La propuesta de implementación de la cafetería medicinal en el cantón Manta, es viable ya que posee la aceptación mayoritaria (98%) de los encuestados. Además, es factible, ya que genera ganancias al término del primer año y sus ganancias incrementan cada año. Esto se observa de manera detallada en los estudios financieros.

4.2 Descripción de la empresa

La cafetería, ubicada en la avenida Flavio Reyes y calle 19, de 120 metros cuadrados, con cocina y disponibilidad de dos baños, brindará servicios de comida medicinal. El menú consta de platos medicinales como: RawPancakes, Spaghetti Konjac, ensalada de rúcula, vegetales asados, y en conjunto, bebidas que estén a la par de estos alimentos y que conciernan bondades medicinales y curativas como son las infusiones de hojas y raíces, así como jugos naturales. Además, como herramienta para abarcar todo el mercado, se ofrecerá alimentos tradicionales ya conocidos, como humitas, torta de choclo y pescado y Muchines (al horno). Los postres tampoco faltaran en el menú, es así, que se dispondrá de helados y delicatessen orgánicas medicinales como lo serán el pie de limón, avenas con frutas, granola, yogurt natural entre otros. La creación de todos estos alimentos será estrictamente supervisada, por supuesto tomando en consideración los altos estándares de calidad, de tal manera que se priorice la salud de los clientes.

Además de los productos antes detallados, se ofrecerá el servicio de préstamo de libros, solo dentro del local, el cual no tendrá ningún tipo de valor adquisitivo para el cliente. Se determina así, con el fin de crear una interacción afable cliente-vendedor, y hacer de la estadía del comensal más ameno. Siendo así, y para cumplir con las posibles exigencias, se dispondrá de una gran gama de libros de todo tipo de género y direccionados a diversos temas, de tal manera, los consumidores puedan satisfacer sus deseos en torno al servicio de lectura.

El local, ya detallado, de acuerdo a la inversión destinada, tendrá lugares claves que se usarán para uso exclusivo. Este punto del local servirá como sede para reuniones en donde

el cliente tendrá que reservar con anterioridad y consumir alimentos hechos ahí del cual se obtenga un mínimo y así pueda hacer uso pleno del espacio. En el anexo 3, se visualizan imágenes del local.

4.3 Análisis del mercado y competencia

La segmentación de mercado al cual estará dirigida esta propuesta de negocios será a las personas de clase media, con una edad entre 18 a 65 años y con ingresos mayores a \$1200.

Los resultados proporcionados por la encuesta indican que los encuestados acuden a un establecimiento de esta categoría, con la finalidad de tener un momento de descanso y compartir con la familia y amigos. Los principales servicios que estos requieren son alimentos saludables ricos en nutrientes, espacio seguro y sobre todo una excelente calidad del servicio.

En cuanto a la competencia, existen varios establecimientos que se dedican a ofrecer productos y servicios alimenticios similares a los de esta propuesta en el cantón Manta. Sin embargo, existen pocos o nulos productos medicinales a disposición de los clientes. A partir de esa premisa, surge esta propuesta de negocios, la misma que tiene como fin satisfacer esta necesidad. Además, este proyecto tiene como servicio adicional el préstamo de libros.

4.4 Organigrama funcional

La empresa estará constituida por la siguiente jerarquización.

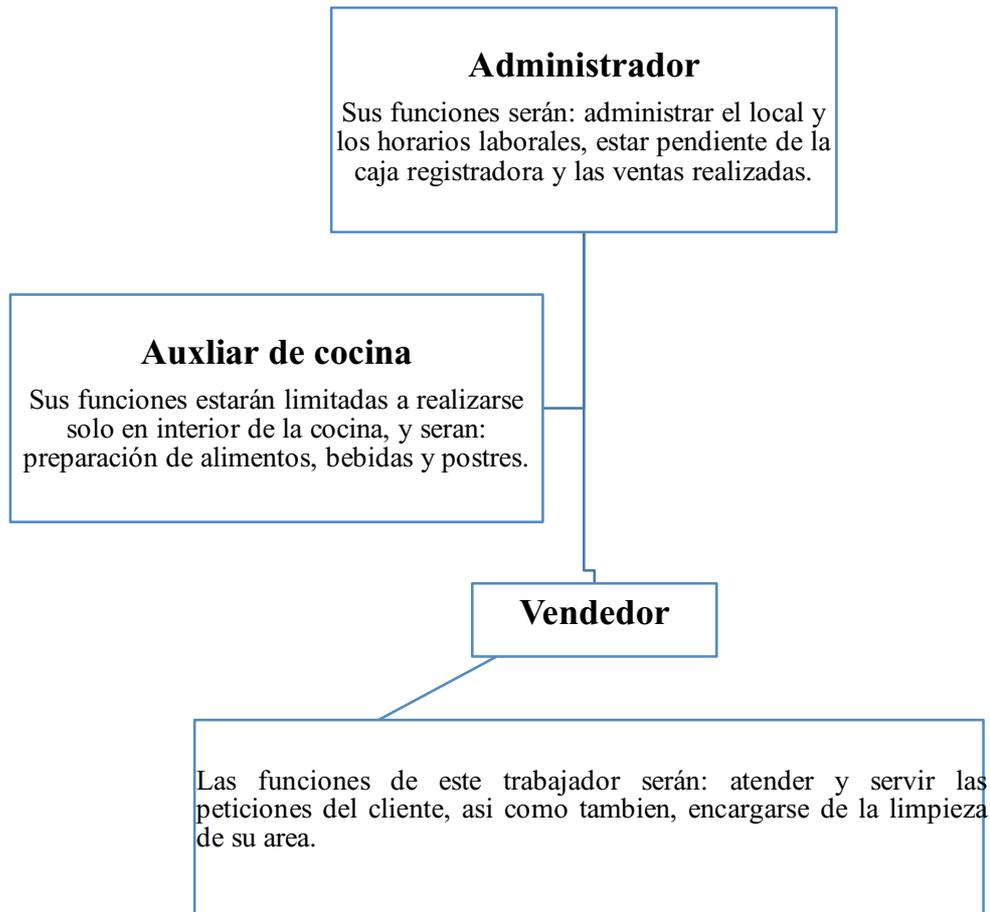


Imagen 13. Organigrama empresarial “Cafetería Medicinal”

Fuente: Elaboración propia

El administrador debe poseer conocimientos y experiencia de al menos dos años en el área de administración de establecimientos de restauración, el sueldo de este empleado será de \$500. Este trabajador se encargará exclusivamente de la atención de la caja y del manejo de recursos del negocio.

El auxiliar de cocina deberá contar con conocimientos y experiencia de al menos dos años en el área de preparación de comida en establecimientos de restauración, el sueldo de este

empleado será de \$500. Esta persona solo permanecerá en el área de cocina y solo se encargará de preparar los alimentos.

Mientras que el vendedor deberá tener conocimientos acerca de atención al cliente, se necesita que al menos tengan 1 año de experiencia en trabajos similares. Este se encargará exclusivamente de atender al cliente y de la limpieza del local.

4.5 Descripción de productos y precios

La tabla 11, hace referencia al menú y precios de los productos alimenticios que se ofertarán en la cafetería medicinal.

Lunch	Precio
RawPancakes	\$3.90
Spaghetti Konjac	\$2.50
Ensalada de huevo	\$4.00
Ensalada de pollo	\$4.00
Ensalada de atún	\$4.00
Especial Sándwich	\$4.00
Texas Sándwich	\$4.00
Ensalada de rúcula y vegetales asados	\$4.00
Postre	
Bowl de acaí	\$3.00
Galletas de almendra y maní	\$3.00
Mofines de coco	\$3.50
Torta cítrica de aceite de oliva	\$3.50
Galletas de avena y frutas orgánicas	\$3.00
Crema brulee de almendra	\$2.50
Bebidas	
Medicinales	
Corazón rojo	\$2.00
Corazón verde	\$2.00
Corazón rubí	\$2.00
Sensación rosa	\$2.00
Zumo vital	\$2.00
Intensidad	\$2.00
Latidos firmes	\$2.00
Oasis	\$2.00
Bloody Mery	\$2.00

Majenta	\$2.00
White Esencer	\$2.00
Infusiones	
Infusiones Ortiga verde “hojas”	\$3.00
Diente de león “hoja y raíz”	\$3.00
Cola de caballo “tallos”	\$3.00
Jamaica “flor”	\$3.00
Manzanilla “flor”	\$3.00
Hierbaluisa” hoja”	\$3.00
Salvia “hoja”	\$3.00
Típicos	
Salados	
Humitas (deliciosa mezcla de choclo y queso armado y cocido en su propia hoja que le da su sabor típico)	\$2.70
Torta de choclo (una tradición muy deliciosa para el paladar)	\$2.50
Torta de pescado (la mezcla de plátano maní y pescado)	\$3.50
Muchines (yuca rellena de mucho queso)	\$1.80
Dulces	
Pie de limón	\$3.90
Avena con miel de maple y fruta	\$3.10
Canoa tropical con yogurt griego	\$3.40
Trufas de granola	\$3,30
Torta de tres crepas	\$3.40
Helados	
Conos	
Helados (vainilla, fresa, napolitano, chocolate)	\$1.50
Helados (almendra, tres leches, manjar gourmet)	\$2.50
Copas	
Helados (vainilla, fresa, napolitano, chocolate)	\$2.99
Helados (almendra, tres leches, manjar gourmet)	\$3.50
Copas especiales	\$4.50
Banana Split	\$4.50
Bebidas	
Frías	
Frappe de cappuccino y mocaccino	\$3.10
Milkshake de brownie	\$4.50
Milkshake de oreo	\$4.50
Jugos naturales	\$2.00
Colas	\$1.00
Aguas	\$0.75
Agua con gas	\$1.25
Calientes	

Chocolate con marshmallows	\$3.25
Café con leche	\$2.25
Café	\$1.00
Leche	\$1.00
Cappuccino	\$2.25
Cappuccino con vainilla	\$2.25
Americano	\$1.75

Tabla 11. Menú y precios “Cafetería Medicinal”

Fuente: Elaboración propia

4.6 Finanzas y proyecciones

Para la implementación de esta propuesta se necesita realizar estudios financieros, que permitan revelar si este proyecto es viable desde el punto de vista económico y por supuesto generar la rentabilidad apropiada, para que el proyecto se mantenga en el tiempo.

4.6.1 Presupuesto de inversión

Para la puesta en marcha de este proyecto se necesita una inversión de **\$11.918,57**. Estos gastos están distribuido en equipos de cocina, adecuación, equipos de oficina, materiales de limpieza, entre otros. En el (Anexo 4) se encuentra el ejercicio del presupuesto de inversión de la cafetería medicinal.

4.6.2 Balance inicial

El aporte propio será de \$4918,57 y el restante de dinero se obtendrá de un préstamo de \$7000, el mismo que se realizará en la institución bancaria BanEcuador, este préstamo será pagado en tres años. El ejercicio del balance inicial de la cafetería medicinal está en el anexo 5.

4.6.3 Presupuesto de mano de obra

El presupuesto de mano de obra directa representa el sueldo de los empleados. En el primer año esto le representará a la empresa un gasto de \$19,829.35. Esta cantidad estará distribuida en: Administrador \$7581.75, auxiliar de cocina \$6123.80 y el vendedor ganará \$6123.80 cada uno. El ejercicio del presupuesto de mano de obra de la cafetería medicinal se encuentra en el anexo 6.

4.6.4 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas para el primer año será de \$65.819,04. La propuesta de negocios tendrá dos ingresos, el principal ingreso será por venta de productos alimenticios y el segundo será por alquiler de eventos. El ejercicio del presupuesto de ventas de la cafetería medicinal se encuentra en el anexo 7.

4.6.5 Presupuesto de gastos

El presupuesto de gastos para el primer año será de \$45.289,18. Estos gastos están distribuido en sueldos, arriendo, pagos de servicios básicos, adquisición de productos de limpieza, entre otros. En el anexo 8, se encuentra el ejercicio del presupuesto de gastos de la cafetería medicinal.

4.6.6 Presupuesto de materiales directos

El presupuesto de materiales directos para el primer año de funcionamiento de este proyecto de emprendimiento será de \$15.186,36. Los materiales están representados por los ingredientes que se necesitarán para la elaboración de los productos alimenticios. En el (Anexo 9) se encuentra el ejercicio del presupuesto de materiales directos de la cafetería medicinal.

4.6.7 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias está compuesto por ingresos, costos, gastos, el 15% de utilidades y el 25% del impuesto a la renta. Al término del primer año se obtiene un balance positivo de \$5979.33. Este ejercicio financiero permite inferir que el proyecto es factible, ya que genera ganancias, luego de cubrir los costos y gastos. A partir del segundo año, el incremento será del 05%, esto se aplica en ingresos, costos y gastos (con excepción de la depreciación y amortización). En el (Anexo 10) se encuentra el ejercicio del estado de pérdidas y ganancias de la cafetería inicial.

4.6.8 VAN y TIR

Los resultados muestran que las ideas expuestas en este proyecto son rentables. Se logra dar constancia de esto, gracias al total positivo arrojado por el Valor Anual Neto, con un total de \$17.202,66. De igual manera, la Tasa Interna de Retorno contempla como resultado positivo del 51%, lo que significa que tiene un gran margen de superioridad con relación al porcentaje del crédito (9,76%). En el anexo 11, se detalla el ejercicio.

Conclusiones

1. El proyecto de emprendimiento es viable tomando en cuenta los resultados obtenidos luego de la aplicación de la encuesta, en la cual se visualiza que la abrumadora mayoría de los encuestados están de acuerdo con la implementación de esta propuesta de negocios.
2. El estudio económico determina que el proyecto de emprendimiento es rentable, ya que brinda los beneficios económicos al finalizar un año, cubriendo los costos, gastos, impuestos y utilidades, dejando una ganancia de \$5979.33.
3. Esta propuesta de negocios brinda muchas alternativas en términos alimenticios, para las personas que desean cuidar su salud, a partir del consumo de productos saludables y menos dañinos para la salud.
4. El plan de mercadeo permite que la propuesta de negocios alcance los resultados esperados, a partir de la aplicación de estrategias comerciales que ayuden a llegar más rápido al cliente.

Recomendaciones

1. Los futuros proyectos de titulación deben enfocarse en realizar más proyectos de esta categoría, de tal manera que permitan potenciar el turismo en las localidades, a partir de la oferta de actividades y productos turísticos innovadores.
2. El proyecto de emprendimiento es viable, tomando en cuenta los resultados de los estudios: económico y técnico. Por lo cual se sugiere implementar esta propuesta de negocios, ya que no solo permite satisfacer las necesidades actuales de los consumidores en torno a este servicio, sino también genera beneficios económicos.
3. Las autoridades gubernamentales deben crear las condiciones necesarias, para permitir que se implementen nuevos proyectos de esta envergadura, de tal manera que se ayude al desarrollo turístico del destino y por ende mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.

Bibliografía

1. Andreu, J. (2016). Nutrición y salud . *Universidad Oberta de Catalunya* , 1-35.
2. Azcué, I., Cruz, G y Varisco, C. (2018). Impactos económicos en el turismo. *Universidad Nacional Mar de Plata* , 1-23.
3. Bachs, J., Vives, R y Herrero, G. (2001). Servicio de cafetería y bar. *Síntesis*.
4. Ballina, F. (2017). *Marketing turístico aplicado*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
5. Benassini, M. (2001). *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina*. . Pearson Educación.
6. Bogdan, G., Nicodim, L y Dan, M. (2018). Gastronomic and tourism - stages and evolution. *ResearchGate*, 711-717.
7. Bravo, E. (2013). *Apuntes sobre la biodiversidad del Ecuador* . Quito : Editorial Universitaria Abya-Yala.
8. Brillat, S. (2010). *Gastronomía* . <https://cegaho.wordpress.com/2016/12/01/definicion-gastronomia/>.
9. Burkart, A y Medlink, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. Heinemann, London.
10. Cañada, E. (2012). Cómo mantener vivas las comunidades en el turismo en el inicio del milenio. *Perspectivas del Turismo Comunitario*.
11. Chaves, D y Luna, R. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos* . Guatemala : PROARCA/CAPAS.
12. Ciribeli, J y Miquelito, S. (2015). La segmentación de mercado por el criterio psicográfico: Un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión del Futuro*, 33-50.
13. Contreras, R. (Marzo de 2018). Plan de negocios en la creación de un restaurante de comida Gourmet. *Requisito previo a la obtención del título de ingeniero Comercial* . Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
14. Córdova, S y Sandoval, P. (2002). Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos . *Universidad de Chile*, 1-149.
15. Desarrollo de un programa de capacitación para el personal de servicios de tres restaurantes de Cuenca, Requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo (Ecuador-Cuenca 2012).
16. Gómez, C. (2017). Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad? *Revista Lasallista de Investigación*, 51-64.

17. Hunziker, W y Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Berna, Suiza: Universidad de Berna, Suiza.
18. Inter. (8 de Marzo de 2017). *La importancia del turismo* . Obtenido de <https://www.lainter.edu.mx/blog/2017/03/08/la-importancia-del-turismo/>
19. Kotler, P y Amstrong, G. (1998). *Principios de Marketing* . Rio de Janeiro: Prentice – Hall do Brasil LTDA. p. 162. .
20. Kotler, P. y Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Pág. 98. . Primera Edición Del libro: Primera Edición.
21. Lojano, G. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería "Coffee Vip" en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito . *Escuela Politécnica del Ejército* , 1-139.
22. López, D. (15 de Febrero de 2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy s de la ciudad de Guayaquil. *Requisito previo a la obtención del grado académico: Magíster en Administración de Empresas*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
23. Malhotra, N. (1997). *Investigación de Mercados un enfoque práctico*. Págs. 90 al 92 . Segunda Edición Prentice-Hall Hispanoamericana.
24. Mathieson, A. y Wall, G. (1992). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Longaman, London.
25. Mintur. (2002). *Ley de Turismo*. Quito: Ministerio de Turismo.
26. Mintur. (2018). Reglamento turístico de alimentos y bebidas . 1-17.
27. Mintur. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito: Ministerio de Turismo.
28. Montesinos, A. (2016). *Turismo Gastronómico Sostenible*. Iztapalapa: PorrúaPrint.
29. Morfín, M. (2006). *Administración de comedor y bar*. México: Trillas.
30. OMT. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
31. OMT. (2013). Manual de desarrollo de productos turísticos. *Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo*, 1-148.
32. Ortiz, J. (2014). *Análisis del turismo y su crecimiento en América Latina: Caso Ecuador*. Quito: Facultad Lationamericana de Ciencias Sociales .
33. Peña, M., Rivera, J. y Rojas, M. (16 de Julio de 2018). Servicio de Delivery de comida casera y saludable con el sabor de casa. *Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniería en Marketing*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

34. Ponce, H. (2016). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la economía* , 1-16.
35. Ramos, E. (Diciembre de 2019). Atributos del restaurante de comida típica "La sazón de doña Sixta", en la ciudad de Esmeraldas, que influyen en el consumidor para seleccionarlo. *Trabajo previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas* . Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador : Pontificia Universidad Católica del Ecuador .
36. Randall, G. (2003). *Principios de Marketing. Pág. 120*. Segunda edición, Thomson Editores Sapin.
37. Rodríguez, F. (2007). Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa. *Paradigmas*, 9-39.
38. Rosales. (2005). *Capítulo del estudio Técnico*.
39. Sánchez, F. (Enero de 2018). Estudio del consumo de la Gastronomía Vegetariana en la ciudad de Guayaquil Provincia del Guayas. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
40. Santos, M. (1996). A natureza do espaço: técnica e tempo - razão e emoção. *Hucitec*, 24-33.
41. Schiffman, L. y Kanuk, L. (2012). *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, LTC.
42. Villagómez, E. (2010). Estilización de la Gastronomía ecuatoriana de la Región Costa y la implementación de productos nuevos importados de otros países. *Requisito previo a la obtención de título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas* . Quito, Pichincha, Ecuador : Universidad Tecnológica Equinoccial .
43. Yanaze, M. (2011). *Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações*. São Paulo, Saraiva.
44. Zambrano, V. (2019). *Evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico*. Manta.

Anexo 1. Encuesta

Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Manta

1. **Rango etario**
 18 – 25 26- 40 41 – 64 65- en adelante
2. **Género**
 Masculino
 Femenino
 Otro
3. **¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una cafetería medicinal en el sector “Flavio Reyes” cantón Manta?**
 Sí
 No
4. **¿Cuál de estas opciones de comida preferiría degustar en una cafetería?**
 Comida Medicinal
 Comida Gourmet
 Comida Tradicional
 Otro
5. **¿Cuál de estas opciones de comida preferiría degustar en una cafetería?**
 Comida Medicinal
 Comida Gourmet
 Comida Tradicional
 Otro
6. **¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una cafetería medicinal en el sector “Flavio Reyes” cantón Manta?**
 Sí
 No
7. **¿Cuál de estas opciones de comida preferiría degustar en una cafetería?**
 Comida Medicinal
 Comida Gourmet
 Comida Tradicional
 Otro
8. **¿Cuál de estas opciones de comida preferiría degustar en una cafetería?**
 Comida Medicinal
 Comida Gourmet
 Comida Tradicional
 Otro
9. **¿Con qué frecuencia acude a una cafetería?**
 Una vez por mes
 2 a 3 veces por mes
 4 o más veces por mes
 Ninguna
10. **¿Qué es lo que más le agrada de una cafetería?**
 Servicios
 Precio

- Atención
- Otros ¿Cuáles?

11. ¿Cuál es el motivo por el que acude a una cafetería?

- Tomar un buen café
- Distracción
- Reunión familiar
- Lectura
- Otros ¿Cuáles?

12. ¿En qué horario acude a la cafetería?

- 7:00 – 11:00
- 12:00 - 16:00
- 17:00 – 20:00

13. ¿Qué servicios adicionales desea que se brinden en una cafetería?

Anexo 2. Catastro

CATASTRO TURÍSTICO POR PAGOS 2020

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZA
ESTABLECIMIENTOS DE COMIDAS Y BEBIDAS									
CAFETERÍAS									
1	CAFETERIA	ANTOJITOS MANABITAS	RIVAS ROJAS DIEGO JAVIER	RIVAS ROJAS DIEGO JAVIER	CALLES 16 Y 17 AVDA. 24	TERCERA	48	12	48
2	CAFETERIA	CAFETERIA VERDE Y CAFE	CEVALLOS CEVALLOS MARIA JOSE	CEVALLOS CEVALLOS MARIA JOSE	AV. FLAVIO REYES CALLE 22 ESQUINA	SEGUNDA	56	14	56
3	CAFETERIA	DELICIAS MANABITAS	HIDALGO VERA ERCILIA MARIA	HIDALGO VERA ERCILIA MARIA	CALLE 10 Y AVDA. 24 ESQ# 2344	CUARTA	32	7	32
4	CAFETERIA	DONKEY DEN CAFÉ	LINDA FRIERL HOOKS	LINDA FRIERL HOOKS	PARROQUIA SANTA MARIANITA	TERCERA	44	11	44
5	CAFETERIA	EL PORTAL DE FANNY	CEDEÑO ECHEVERRIA FANNY MARIANITA	CEDEÑO ECHEVERRIA FANNY MARIANITA	AV. 7 # 825 CALLE 9 Y 8	CUARTA	20	5	20
6	CAFETERIA	CAFELITO HOUSE	PALAU GONZALEZ MARIA GEMA	PALAU GONZALEZ MARIA GEMA	BARRIO UMIÑA VIA BARBASQUILLO	SEGUNDA	40	15	40
7	CAFETERIA	LA BARCA	ARTEAGA CEDEÑO AURA AURELIA	ARTEAGA CEDEÑO AURA AURELIA	AV 29 Y CALLE 19 -N° 226	TERCERA	40	10	40
8	CAFETERIA	LIA MAR	ALCIVAR ALCIVAR ISIDORA DEL ROSARIO	ALCIVAR ALCIVAR ISIDORA DEL ROSARIO	AV. 24 CALLE 17	SEGUNDA	46	15	46
9	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO 1	DULCREMO S.A.	MONTESINOS GORZA VALERIA	CALLE 16 AVDA. FLAVIO REYES # 706	PRIMERA	60	23	60
10	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO 2	DULCREMO S.A.	MONTESINOS GORZA VALERIA	AV. 4 DE NOVIEMBRE C.C. PASEO SHOPPING	SEGUNDA	20	6	20
11	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO 3	DULCREMO S.A.	MONTESINO GORZA VALERIA	MINIMARKET SNACK CAFÉ, GASOLINERA PETROVELCA VIA MANTA-ROCAFUERTE	CUARTA	16	3	16
12	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO 4	DULCREMO S.A.	MONTESINO GORZA VALERIA	MALL DEL PACIFICO JUNTO A LA ESPAÑOLA	PRIMERA	68	16	68
13	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO 5	DULCREMO S.A.	MONTESINO GORZA VALERIA	MALL DEL PACIFICO PATIO DE COMIDA PISO 2	TERCERA	15	5	15
14	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO 6	DULCREMO S.A.	MONTESINO GORZA VALERIA	CENTRO COMERCIAL LA QUADRA	PRIMERA	80	20	80
15	CAFETERIA	TRES 88	MANRIQUE MENDOZA ANA MARIA ELIZABETH	MANRIQUE MENDOZA ANA MARIA ELIZABETH	CALLE 17 AVE. 3 BARRIO CORDOVA	SEGUNDA	56	14	56
16	CAFETERIA	BOCADITOS CHICA #2			AVDA. FLAVIO REYES Y CALLE 30	SEGUNDA			
17	CAFETERIA	CAFÉ PARIS	VELEZ PAREDES ANDREA DEL CARMEN	VELEZ PAREDES ANDREA DEL CARMEN	VIA MANTA AEROPUERTO AV 112	TERCERA	28	6	24
18	CAFETERIA	MARKET Y CAFETERIA LUDAMAR	CORRAL ALCIVAR MARILYN DE LOS ANGELES	CORRAL ALCIVAR MARILYN DE LOS ANGELES	ESTACION DE SERVICIO CABALLO DE TROYA	TERCERA	24	6	24
19	CAFETERIA	BOCADITOS CHICA	ZAMBRANO ZAMBRANO FANNY MONSERRATE	ZAMBRANO ZAMBRANO FANNY MONSERRATE	VIA SAN MATEO / CUID MANTA 2000	CUARTA	16	4	16
20	CAFETERIA	BOCADITOS MARIA LEONELA	VELEZ CHICA JOSE EDDISON HERNAN	VELEZ CHICA JOSE EDDISON HERNAN	CALLE 309 AV 215 VIA INTERBARRIAL	CUARTA	12	3	12
21	CAFETERIA	CAFETERIA TATI CASTILLO	CASTILLO PEREZ TATIANA	CASTILLO PEREZ TATIANA	CDLA. ULEAM MZ AE-L-04	SEGUNDA	40	10	40
22	CAFETERIA	MR BOLON	DELGADO ZAMBRANO KLEVER ALEXANDER	DELGADO ZAMBRANO KLEVER ALEXANDER	AV. 24 ENTRE CALLE 20	SEGUNDA	60	17	60

23	CAFETERIA	MR BOLON EXPRESS	DELGADO ZAMBRANO JESSICA IRENE	DELGADO ZAMBRANO JESSICA IRENE	VIA PUERTO AEROPUERTO JUNTO A LA GASOLINERA PETROVELCA	CUARTA	12	3	12
24	CAFETERIA	CAFÉ DE PATTY	MENOSCAL A YON LAURA PATRICIA	MENOSCAL A YON LAURA PATRICIA	CDLA UNIVERSITARIA MZ-W LOTE 11 A MEDIA CUADRA DE GIMNASIO OLYMPUS	SEGUNDA	70	15	70
25	CAFETERIA	CAFÉ MAR	VACAS PADILLA MANUEL ALEJANDRO	VACAS PADILLA MANUEL ALEJANDRO	VIA MANTA - SAN MATEO GASOLINERA	PRMERA	40	8	40
26	CAFETERIA	BOCADITO CRIOLLO	CEDEÑO CEDEÑO RICHARD FREDY	CEDEÑO CEDEÑO RICHARD FREDY	AV. 4 DE NOVIEMBRE Y CALLE 320	SEGUNDA	32	8	32
27	CAFETERIA	CAFETERIA BOCADITOS ORLANDO	CEDEÑO MACIAS BELGICA JOSEFA	CEDEÑO MACIAS BELGICA JOSEFA	CALLE 121 AV. 104 PARROQUIA LOS ESTEROS	CUARTA	15	4	15
28	CAFETERIA	EL ESPAÑOL	DELI INTERNACIONAL S.A.	TELLO NUÑEZ FRANKLIN	MALL DEL PACIFICO	PRMERA	110	27	110
29	CAFETERIA	JUAN BANDIOLA-SANDUCHES AL CARBON	DE LA FUENTE PICARONI RODRIGO	DE LA FUENTE PICARONI RODRIGO	CDLA. UNIVERSITARIA CALLE U-10 AV. U-03 A LADO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD COMFASEG	CUARTA	30	6	30
30	CAFETERIA	MEGAFLIPPER CAFETERIA	MEGAFLIPPER S.A.	POSIGUA DAVYS	VIA MANTA MONTECRISTI DENTRO DEL NUEVO HOSPITAL DEL SEGURO	TERCERA	70	17	70
31	CAFETERIA	BOCADITOS CRIOLLO 2	CEDEÑO CEDEÑO RICHARD FREDY	CEDEÑO CEDEÑO RICHARD FREDY	CDLA UNIVERSITARIA U4 VIA BARBASQUILLO	TERCERA	40	9	40
32	CAFETERIA	JUAN VALDEZ CAFÉ	PROMOTORA ECUATORIANA DE CAFÉ DE COLOMBIA S.A. PROCAFECOL ECUADOR	TELLO NUÑEZ FRANKLIN	MALL DEL PACIFICO JUNTO A JUGUETON	SEGUNDA	40	14	40
33	CAFETERIA	CAFETERIA UN LUGAR	MOREIRA BERMUDEZ SORAILA ADELAIDA	MOREIRA BERMUDEZ SORAILA ADELAIDA	AV. 103 ENTRE CALLE 120 Y 121	CUARTA	24	6	24
34	CAFETERIA	MEGA CAFETERIA SABORES DE MANABI	TOALA MENEZDEZ CECILIA MARIBEL	TOALA MENEZDEZ CECILIA MARIBEL	CIUDADELA LA AURORA CALLE PRINCIPAL	SEGUNDA	28	7	28
35	CAFETERIA	MORETTO CAFÉ BAR	DELGADO ZAMBRANO KLEVER ALEXANDER	DELGADO ZAMBRANO KLEVER ALEXANDER	AV. 24 DIAGONAL A MOTOR ONDA	TERCERA	32	11	32
36	CAFETERIA	EMPANADA DEL CAMPO VERDE	DEL PEZO FLORES CELESTE EMILIA	DEL PEZO FLORES CELESTE EMILIA	CALLE 14 Y 15 Y AV. 13 FRENTE DE ZONA MARINA	CUARTA	20	4	20
37	CAFETERIA	COOKIES AND COFFEE/BLANCO & NEGRO	SOLEDISPA SALVATIERRA MARIA JOSE	SOLEDISPA SALVATIERRA MARIA JOSE	LA PLAZOLETA - AV. FLAVIO REYES	TERCERA	20	6	20
38	CAFETERIA	BOCADITOS CHICA	ALAVA ARTEAGA KATTY ALEXANDRA	ALAVA ARTEAGA KATTY ALEXANDRA	VIA PUERTO AEROPUERTO JUNTO A LA GASOLINERA PETROVELCA	CUARTA	15	3	15
39	CAFETERIA	CAFETERIA CASA DEL BOLON	VERA VELEZ MARLON FERNANDO	VERA VELEZ MARLON FERNANDO	CALLE 22 ATRÁS DEL SRI	SEGUNDA	24	6	24
40	CAFETERIA	COFFEE BAR EL SHADDAI DE VERSUA	SUAREZ LOPEZ CINTHYA INES	SUAREZ LOPEZ CINTHYA INES	AV. 4 DE NOVIEMBRE Y CALLE 309 A LADO DE FEZAMSU	SEGUNDA	10	2	10
41	CAFETERIA	BONJOUR PARIS	PACHECO CORTEZ VERONICA GABRIELA	PACHECO CORTEZ VERONICA GABRIELA	AV. 4 DE NOVIEMBRE A LOS LADOS DEL BANCO DMIRO	TERCERA	20	4	20
42	CAFETERIA	LA PARADA DEL PIKEO CAFÉ Y BAR	VIVERO LOZANO ALVARO PIO	VIVERO LOZANO ALVARO PIO	BARRIO VISTA AL MAR FRENTE AL MUELLE DE SAN MATEO	SEGUNDA	12	3	12
43	CAFETERIA	LE PETIT CAFÉ	CEDEÑO CHAVEZ VICTOR ALEXANDER	CEDEÑO CHAVEZ VICTOR ALEXANDER	LOS CACTUS A LADO DE RESPUESTOS AREVALO	TERCERA	40	10	40
							1521	0	0

	1525	395	1521						
BARES									
1	BAR	BAR LICORERIA ESCORPION 2	MERA QUIJUE JINMY GONZALO	MERA QUIJUE JINMY GONZALO	AVDA. FLAVIO REYES ENTRE CALLES 18 Y 19	TERCERA	28	7	28
2	BAR	KARAOKE BAR CAPRICHIO	RIVERA CANTOS YOLANDA ISABEL	RIVERA CANTOS YOLANDA ISABEL	AVDA. 24 ENTRE CALLES 16 Y 17	SEGUNDA	120	20	100

3	BAR	BAR EL PADRINO	DELGADO PONCE GISELLA FERNANDA	DELGADO PONCE GISELLA FERNANDA	AV. FLAVIO REYES FRENTE DEL CEMENTERIO	SEGUNDA	56	13	56
4	BAR	BAR KARAOKE "WILLY"	LASCANO QUISPE JORGE EDUARDO	LASCANO QUISPE JORGE EDUARDO	AV. FLAVIO REYES CALLE 16 Y AV. 16	TERCERA	40	10	30
5	BAR	PIEDRA LARGA SUNSET	BRIONES AL CIVAR MARIA LORENA	BRIONES AL CIVAR MARIA LORENA	PIEDRA LARGA, VIA SAN MATEO	SEGUNDA	72	18	72
6	BAR	ONE COCKTAIL LOUNGE AND GRILL	CELI BARBA CRISTIAN GEOVANNY	CELI BARBA CRISTIAN GEOVANNY	ED. TORRE DEL SOL L.C.1	PRIMERA	50	31	50
7	BAR	BAR BUDO	ULLOA RODRIGUEZ STEFANO	ULLOA RODRIGUEZ STEFANO	AVDA. FLAVIO REYES E/CALLES 21 Y 22	SEGUNDA	46	11	46
8	BAR	IGUANA BAR	MOREIRA LOPEZ PAULETHE KATHERINE	MOREIRA LOPEZ PAULETHE KATHERINE	VIA SAN MATEO (PIEDRA LARGA)	PRIMERA	200	20	200
9	BAR	QDQ BAR	MENDOZA DUEÑA SIGIFREDO HUMBERTO	MENDOZA DUEÑA SIGIFREDO HUMBERTO	AVDA. FLAVIO REYES E/CALLE 21 Y 22	SEGUNDA	45	18	45
10	BAR	RINCON CRJOLLO	BRIONES JUAN BENITO	BRIONES JUAN BENITO	FLAVIO REYES Y CALLE 20	SEGUNDA	40	10	40
11	BAR	TU CANDELA	BENITEZ RICAUTE JOANNA LISSET	BENITEZ RICAUTE JOANNA LISSET	AV. FLAVIO REYES ENTRE 21 Y 22	SEGUNDA	30	14	30
12	BAR	DISCO BAR KARAOKE FRIENDS 24	GARCIA RIVERA JANETH	GARCIA RIVERA JANETH	AVE 24 A LADO DE JUVENTUD ITALIANA	SEGUNDA	46	10	46
13	BAR	BAR BONGO	GARCIA ZAMBRANO MONICA DE FATIMA	GARCIA ZAMBRANO MONICA DE FATIMA	AV FLAVIO REYES CALLE 22	SEGUNDA	32	8	32
14	BAR	NOA BAR	PAZ MONTERO PATRICIA DEL ROCIO	PAZ MONTERO PATRICIA DEL ROCIO	AV FLAVIO REYES AV 18 Y 19	SEGUNDA	45	19	45
15	BAR	PARADISO BAR KARAOKE DISCOTECA LOUNGE	PALACIOS LOPEZ CLARA CRISTINA	PALACIOS LOPEZ CLARA CRISTINA	CALLE 20 AV 22 Y 23	SEGUNDA	40	7	28
16	BAR	BAR-RESTAURANTE LA ROCA	ESPINAL ESPINAL ROSA DEMIA	ESPINAL ESPINAL ROSA DEMIA	PIEDRA LARGA, VIA SAN MATEO	TERCERA	40	9	40
17	BAR	EL NUESTRO BAR	SABANDO INTRIAGO GERALDO MANUEL	SABANDO INTRIAGO GERALDO MANUEL	PLAZA DEL SOL LOCAL 22	SEGUNDA	30	10	30
18	BAR	BLUE MONDAY	ZAMORA MOREIRA MARIA JOHANNA	ZAMORA MOREIRA MARIA JOHANNA	AV. 24 Y CALLE 16	TERCERA	85	26	85
19	BAR	BAR KARAOKE RELAX	GUANALUISA RIVERA FREDDY JAVIER	GUANALUISA RIVERA FREDDY JAVIER	FLAVIO REYES AV. 26	SEGUNDA	78	17	78
20	BAR	BAR LICORERIA ESTACION II	PAREDES CADENA EDGAR RAUL	PAREDES CADENA EDGAR RAUL	FLAVIO REYES Y AV 22	TERCERA	24	7	24
21	BAR	BAR BAM BAM	MOSQUERA BASTIDAS RONNY JAVIER	MOSQUERA BASTIDAS RONNY JAVIER	CALLE 21 Y FLAVIO REYES	SEGUNDA	40	10	40
22	BAR	BAR Y LICORERIA ESCORPION	MERA QUIJE JINMY GONZALO	MERA QUIJE JINMY GONZALO	AV. 24 Y CALLE 16	SEGUNDA	16	4	16
23	BAR	BAR EL PATRON	DELGADO PONCE CRISTHIAN VICENTE	DELGADO PONCE CRISTHIAN VICENTE	AV. FLAVIO REYES Y CALLE 26 Y 27	SEGUNDA	35	10	35
24	BAR	PIEDRA LARGA LOUNGE BAR	MERA CRUZATE CRISTHIAN MAURICIO	MERA CRUZATE CRISTHIAN MAURICIO	PIEDRA LARGA A LADO DEL RESTAURANTE IGUANA	SEGUNDA	75	12	75
25	BAR	BAR BAMBU	CAROFILIS SUAREZ BLANCA ELIZABETH	CAROFILIS SUAREZ BLANCA ELIZABETH	AV. FLAVIO REYES FRENTE AL VELVONI	TERCERA	20	5	20
26	BAR	M SHOTS BAR KARAOKE	MERA GUARANDA GABRIEL MAURICIO	MERA GUARANDA GABRIEL MAURICIO	PLAZA DEL SOL LOCAL B7	TERCERA	25	10	25
27	BAR	BAR LICORERIA PUNTO I	PRADO ALAVA LUZ AMERICA	PRADO ALAVA LUZ AMERICA	AV. FLAVIO REYES FRENTE A VELVONI	TERCERA	12	4	12
28	BAR	KARAOKE EL ABUELO PARRANDERO	ZAVALA ANCHUNDIA LEONARDO EFRAIN	ZAVALA ANCHUNDIA LEONARDO EFRAIN	CALLE 12 Y 13 FRENTE A DIARIO EL MERCURIO	TERCERA	86	15	86
29	BAR	MANTA LIVE BAR	GARCIA GILER YENIS MARIA	GARCIA GILER YENIS MARIA	PLAZA DEL SOL LOCAL 9	SEGUNDA	45	9	45
30	BAR	NAVY'S BAR DISCOTECA	MORRILLO VINUEZA WILSON GONZALO	MORRILLO VINUEZA WILSON GONZALO	AV. 23 A LADO DE FRUTTY HELADOS	PRIMERA	35	7	35

31	BAR	EL POINT BAR	PALOMINO ZAMBRANO ALEJANDRO JAVIER	PALOMINO ZAMBRANO ALEJANDRO JAVIER	PLAZA DEL SOL LOCAL B-2	SEGUNDA	60	15	60
32	BAR	CERVESIA	GOMEZ MENDOZA FABIAN ALBERTO	GOMEZ MENDOZA FABIAN ALBERTO	PLAZA DEL SOL LOCAL A-28	PRIMERA	130	12	130
33	BAR	CROWN BAR KARAOKE	FLORES CEVALLOS MONICA GABRIELA	FLORES CEVALLOS MONICA GABRIELA	PLAZA DEL SOL LOCAL B-11	TERCERA	25	6	25
34	BAR	LA PARRANDA BAR LOUNGE	CRUZ CRUZ LUIS ALBERTO	CRUZ CRUZ LUIS ALBERTO	AV. FLAVIO REYES FRENTE AL BAR TU CANDELA	TERCERA	40	15	40
35	BAR	RAMONS BAR	DEMERA LUCAS RAMON NERY	DEMERA LUCAS RAMON NERY	AV. FLAVIO REYES FRENTER AL BAR-BUDO	TERCERA	50	12	50
36	BAR	FUGA CLUB BAR DISCOTEC	GUTIERREZ OLVERA JAIME JAVIER	GUTIERREZ VERA JAIME JAVIER	AV. FLAVIO REYES FRENTE A BAR-BUDO	SEGUNDA	80	19	80
37	BAR	YARDS & BEER BISTRO BAR	DELGADO QUEVEDO DANNI DANIEL	DELGADO QUEVEDO DANNI DANIEL	PLAZA DEL SOL LOCAL B-03	SEGUNDA	40	10	40
38	BAR	BAR PUNTO UNO	LUCENA ANGARITA EDGAR ANTONIO	LUCENA ANGARITA EDGAR ANTONIO	FLAVIO REYES Y AV. 20 FRENTE	TERCERA	12	3	12
39	BAR	WAVE SHOT	MENDOZA SABANDO JEFFERSON JAVIER	MENDOZA SABANDO JEFFERSON JAVIER	PLAZA DEL SOL LOCAL B-04	SEGUNDA	60	15	60
40	BAR	WAI	MORALES SABANDO DAVE XAVIER	MORALES SABANDO DAVE XAVIER	C.C. LA QUADRA	SEGUNDA	40	9	36
41	BAR	LUX	CHAVEZ DELGADO ANDY GABRIEL	CHAVEZ DELGADO ANDY GABRIEL	PLAZA DEL SOL A LADO DE LA HELADERIA GREEN FROZ	SEGUNDA	28	7	28
42	BAR	STANZA PIANO BAR	DIAZ MONGE MARIA EMILIA	DIAZ MONGE MARIA EMILIA	VIA BARBASQUILLO PLAZA COMERCIAL LA QUADRA	PRIMERA	60	15	60
43	BAR	BOLEROS CAFÉ BAR	VERA MOREIRA JUAN ALBERTO	VERA MOREIRA JUAN ALBERTO	VIA BARBASQUILLO A LADO DEL UMIÑA TENIS CLUB	SEGUNDA	80	20	80
44	BAR	TIKI BAR	DEMERA DEMERA CRISTHIAN ALBERTO	DEMERA DEMERA CRISTHIAN ALBERTO	AV. FLAVIO REYES Y CALLE 21	SEGUNDA	28	7	28
							2269	536	2223
							2269	536	2223
FUENTE DE SODA									
1	FUENTE DE SODA	SODA BAR ARENA	CEDEÑO MERA MARIA DOLORES DEL PILAR	CEDEÑO MERA MARIA DOLORES DEL PILAR	MALECON ESCENICO	TERCERA	28	7	28
2	FUENTE DE SODA	BIG DOG	MENDOZA ORMAZA ORLANDO ANTONIO	MENDOZA ORMAZA ORLANDO ANTONIO	CALLE 12 VIA SAN MATEO, DIAGONAL A HOSTAL MI KASA	TERCERA	18	4	18
3	FUENTE DE SODA	CHIKEN BURGUER	RODRIGUEZ CONSTANTE MARIA DEL CARMEN	RODRIGUEZ CONSTANTE MARIA DEL CARMEN	MIRAFLORES CALLE VENEZUELA Y 1 DE ENERO	SEGUNDA	40	10	40
4	FUENTE DE SODA	DANNY BURGUER	BURGOS TOALA BLANCA PASTORA	BURGOS TOALA BLANCA PASTORA	CALLE 121 ENTRE AVDS. 103 Y 104	TERCERA	40	9	40
5	FUENTE DE SODA	DELICATESSEN " PA-PI"	GARCIA RODRIGUEZ MARIA ELENA	GARCIA RODRIGUEZ MARIA ELENA	AVE. 4 ENTRE CALLES 12 Y 13 No. 1227	TERCERA	16	4	16
6	FUENTE DE SODA	NATURISSIMO	DEGERENCIA S.A.	JAIME DALMAU YEPEZ	PATIO DE COMIDAD DEL C.C. PASEO SHOPPING	SEGUNDA			
7	FUENTE DE SODA	CEV&BAT / SANDUCHES DIBOCCA	EGAS CASTILLO CIRO LUIS	EGAS CASTILLO CIRO LUIS	AVDA. 2 E/ CALLES 9 Y 10 No. 941	TERCERA	16	4	16

8	FUENTE DE SODA	ZONA BURGUER	DELGADO REYES JORDAN ADONY	DELGADO REYES JORDAN ADONY	CALLE 20 # 717 Y AV. 21 Y 22	TERCERA	32	8	32
9	FUENTE DE SODA	GELATO SHOW	ZAPATA ESPINOZA CARLOS EFRAIN	ZAPATA ESPINOZA CARLOS EFRAIN	VIA MANTA 2000 DIAGONAL AL MINIMARKET STOPSHOP	TERCERA	16	4	16

10	FUENTE DE SODA	SODA BAR JUSTIN	MARQUEZ ESPINOZA VICTOR ALEJANDRO	MARQUEZ ESPINOZA VICTOR ALEJANDRO	BARRIO MIRAFLORES, CALLE 1 DE ENERO Y VENEZUELA	SEGUNDA	40	10	40
11	FUENTE DE SODA	SUBWAY	DOLICORP CIA LTDA	TORO MOLINA LUIS FERNANDO	C.C PASEO SHOPPING AV. 4 DE NOVIEMBRE	PRIMERA	80	20	80
12	FUENTE DE SODA	CARLU'S JR MANTA	COMDERE S.A.	CZARNINSKI BAIER JOHNY	C.C PASEO SHOPPING AV. 4 DE NOVIEMBRE	PRIMERA	80	20	80
13	FUENTE DE SODA	DELIOS FOOD	ARANDA AGUDELO JOSE	ARANDA AGUDELO JOSE	BARRIO CORDOBA CALLE 16 AV. 6y7	TERCERA	32	7	32
14	FUENTE DE SODA	DULCE Y FRIO	PINCAY CEDEÑO ELIZABETH MONSERRATE	PINCAY CEDEÑO ELIZABETH MONSERRATE	AV MALECON A LADO DEL ESCENARIO DE LA PLAZA CIVICA	TERCERA	20	6	20
15	FUENTE DE SODA	TROPICALISIMA	ALVAREZ MINAYA OBDULIA SEBASTIANA	ALVAREZ MINAYA OBDULIA SEBASTIANA	CALLE 9 AV 24 ALADO DE RESTAURANT SOLO FUTBOL	SEGUNDA	20	10	20
16	FUENTE DE SODA	SODA BAR HEROÏNA	ALVAREZ FLORES JACINTO GEOVANNY	ALVAREZ FLORES JACINTO GEOVANNY	CALLE FLAVIO REYES BARRIO CORDOVA FRENTE A DIREC TV	TERCERA	20	6	20
17	FUENTE DE SODA	EL FOGON B.B.Q. MANTA	GONZALEZ RODRIGUEZ CARLOS ANDRES	GONZALEZ RODRIGUEZ CARLOS ANDRES	EDIFICIO GONZALES CALLE 16 AV. 6 ESQUINA	TERCERA	60	11	60
18	FUENTE DE SODA	SHAWARMAN EXPRESS	ESCANDON VELEZ VICENTE JAVIER	ESCANDON VELEZ VICENTE JAVIER	ASCARIO PAZ Y AV 35 DIAGONAL A SUPER COLCHON	TERCERA	52	13	52
19	FUENTE DE SODA	MC PATO	FORTTY MACIAS LUIS ALBERTO	FORTTY MACIAS LUIS ALBERTO	CALLE 9 AV. 4	SEGUNDA	40	10	40
20	FUENTE DE SODA	HOT-DOG DANNYS MANDINGO	PINCAY VELEZ DANNY JAVIER	PINCAY VELEZ DANNY JAVIER	LA AURORA VILLA 36 MZ-D A LADO DE FARMACIA SANTA MARTA	SEGUNDA	80	17	80
21	FUENTE DE SODA	TROPICBURGUER	DELI INTERNACIONAL S.A.	FRANKLIN TELLO NUÑEZ	MALL DEL PACIFICO	PRIMERA	80	20	80
22	FUENTE DE SODA	EL FAISAN	FUENTE MIRANDA ANA LILIA	FUENTE MIRANDA ANA LILIANA	CALLE 12 VIA SAN MATEO, FRENTE A HOSTAL MI KASA	TERCERA	24	6	24
23	FUENTE DE SODA	HELADERIA Y CAFETERIA COLD & HOT FROZEN YOGURT	BRAVO LOOR NANCY ELIZABETH	BRAVO LOOR NANCY ELIZABETH	LOS ESTEROS CALLE 21 AV. 103	SEGUNDA	32	8	32
24	FUENTE DE SODA	SUPER WINGS	RENDON DELGADO ANDREA SALVATORE	RENDON DELGADO ANDREA SALVATORE	AV. ASCARIO PAZ FRENTE AL INGRESO DE LA UNIVERSIDAD	SEGUNDA	20	6	20
25	FUENTE DE SODA	POSI COMIDA RAPIDA	DEL CASTILLO CARIRILLO DAVID FERNANDO	DEL CASTILLO CARRILLO DAVID FERNANDO	PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE	SEGUNDA	80	20	80
26	FUENTE DE SODA	CHILE VAGO	HEREDIA GARCIA CESAR MARLON	HEREDIA GARCIA CESAR MARLON	AV. FLAVIO REYES FRENTE AL HOSTAL STOCKOLMO	TERCERA	40	10	40
27	FUENTE DE SODA	RESTAURANTE LUISITO	CEDEÑO ZAMBRANO NELLY JANETH	CEDEÑO ZAMBRANO NELLY JANETH	LAS CUMBRES FRENTE A FARMACIAS SANTA MARTHA	TERCERA	32	9	32
28	FUENTE DE SODA	LAS EMPANADAS DE NICO	RESTAURANTE RESTACOST S.A.	ECHEVERRIA SANTIAGO	NUEVA TERMINAL TERRESTRE	TERCERA	8	2	8
29	FUENTE DE SODA	EL PATIO OUTDOOR RESTAURANT	MOLINA LOPEZ PAUL XAVIER	MOLINA LOPEZ PÁUL XAVIER	BARRIO JESUS DE NAZARETH- FRENTE A LA UNIDAD EDUCATIVA ISAAC NEWTON	SEGUNDA	60	10	60
30	FUENTE DE SODA	EMPANADAS DE NICO	EMPACALLE S.A.	PINCAY MARCILLO LUCIA MARIA	C.C PASEO SHOPPING AV. 4 DE NOVIEMBRE	SEGUNDA	80	20	80

31	FUENTE DE SODA	EMPANADAS DE NICO	JUST RESOURCES ECUADOR J.R.E. S.A	MOSQUERA MARCOS	MALL DEL PACIFICO	SEGUNDA	40	10	40
32	FUENTE DE SODA	FAST FOOD LAS DELICIAS DEL SABOR 1	FUENTES FAUBLA INES JOHANNA	FUENTES FAUBLA INES JOHANNA	LA PRADERA A LADO DE LA FARMACIA SAN GREGORIO	TERCERA	32	7	32
33	FUENTE DE SODA	FAST FOOD LAS DELICIAS DEL SABOR 2	FUENTES FAUBLA INES JOHANNA	FUENTES FAUBLA INES JOHANNA	VIA MANTA MONTECRISTI FRENTE AL SECAP	TERCERA	16	4	16

34	FUENTE DE SODA	STELY	VILLALOBOS VIVAS LIDIAN MIREYA	VILLALOBOS VIVAS LIDIAN MIREYA	CALLE 16 AV 11 DIAGONAL AL HOTEL OCEANIK	TERCERA	20	3	20
35	FUENTE DE SODA	SANDWICH K-LEÑO	VELASCO DELGADO JAIME ANDRES	VELASCO DELGADO JAIME ANDRES	AURORA MZ-J LT18	TERCERA	20	6	20
36	FUENTE DE SODA	SHAWARMA EXPRESS	ESCANDON VELEZ VICENTE JAVIER	ESCANDON VELEZ VICENTE JAVIER	AV. FLAVIO REYES DIAGONAL A RESTAURANTE RINCON CRIOLLO	SEGUNDA	20	6	20
37	FUENTE DE SODA	YOGURT DE LA AMAZONAS	FIGUEROA BARBA NAYADE CLAYRETH	FIGUEROA BARBA NAYADE CLAYRETH	MALL DEL PACIFICO PATIO DE COMIDA	TERCERA	80	20	80
38	FUENTE DE SODA	BEER & SHAWARMA 2	NEGRETE SALAS JAVIER OSWALDO	NEGRETE SALAS JAVIER OSWALDO	PARROQUIA SANTA MARIANITA	TERCERA	20	5	20
39	FUENTE DE SODA	TUCO TACO	SALEM PARODI ANDREA	SALEM PARODI ANDREA	AV. FLAVIO REYES A LOS LADOS DEL VELVONI	TERCERA	30	13	30
40	FUENTE DE SODA	PARE Y COMA COMIDA RAPIDA	MENDOZA SANCHEZ ANGEL GABRIEL	MENDOZA SANCHEZ ANGEL GABRIEL	CALLE 13 AV. 14	TERCERA	24	6	24
41	FUENTE DE SODA	BROTHERS LOOR	LOOR ALCIVAR ANGELICA INOCENCIA	LOOR ALCIVAR ANGELICA INOCENCIA	SITIO MAZATO CALLE 309 AV 225 DIAGONAL A JEANMAR	TERCERA	15	3	15
42	FUENTE DE SODA	CHUCU BURGUER	CARREÑO CEDEÑO WELLINTON ONIAS	CARREÑO CEDEÑO WELLINTON ONIAS	BARRIO SANTA ANA FRENTE A LA FARMACIA CRUZ AZUL	TERCERA	30	6	30
43	FUENTE DE SODA	EL SANDUCHON EXPRESS	PILAY VELASCOS KATIUSKA YANINA	PILAY VELASCOS KATIUSKA YANINA	AV. DE LA CULTURA - CONTENEDORES DE NUEVO TARQUI	TERCERA	12	3	12
44	FUENTE DE SODA	TROPICBURGUER	DELI INTERNACIONAL S.A.	FRANKLIN TELLO NUÑEZ	PASEO SHOPPING	PRIMERA	80	20	80
45	FUENTE DE SODA	PP CHIKEN	SANTOS VERA JOSE MELITON	SANTOS VERA JOSE MELITON	CONTENEDORES NUEVO TARQUI	TERCERA	24	6	24
46	FUENTE DE SODA	SHAWARMA CLEOPATRA	IBARRA MOREIRA CLAUDIA LISBETH	IBARRA MOREIRA CLAUDIA LISBETH	AV. 13 Y CALLE 15	TERCERA	15	3	15
47	FUENTE DE SODA	FLYFLYLANDIA SNACK Y ALGO MAS	JARRIN ZAMBRANO GINA TAMARA	JARRIN ZAMBRANO GINA TAMARA	ALTAGRACIA AV. LAS ACACIAS	TERCERA	20	4	20
48	FUENTE DE SODA	BROAD BURGUER	SALAZAR VILLACIS GERARDO AFRAIN	SALAZAR VILLACIS GERARDO AFRAIN	AV. 108 CALLE 108 DIAGONAL AL COLEGIO SAN JOSE	TERCERA	24	6	24
							1708	0	0
							1708	422	1708

Anexo 4. Imágenes del local



Anexo 4. Presupuesto de inversión

Cafetería Medicinal			
Presupuesto de inversión			
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021			
	Cantidad	P. U	Año 1
Equipos de oficina			\$895.99
Computadora Lenovo 330-20	1	\$400.00	\$400.00
Caja registradora Gaveta "Planeta LED"	1	\$45.99	\$45.99
Datafast Verifone	1	\$450.00	\$450.00
Electrodomésticos			\$5,203.00
Televisor TLC 55 pulgada	1	\$349.00	\$349.00
Vitrinas panorámicas frigorífico pastelero	1	\$560.00	\$560.00
Refrigerador Electrolux 19 pies	1	\$300.00	\$300.00
Microondas Hamilton Beach 25 litros	1	\$85.00	\$85.00
Congelador CTE -3-C-HD	1	\$800.00	\$800.00
Cocineta RCA	1	\$290.00	\$290.00
Licuada Oster 450w	1	\$69.00	\$69.00
Máquina profesional para café italiana Gaggia	1	\$2,500.00	\$2,500.00
Acondicionador de aire Split RCA	1	\$350.00	\$350.00
Porcelana			\$208.50
Platos Santiago	50	\$0.90	\$45.00
Tazas de Moca base	30	\$1.10	\$33.00

Platillos para taza de Moca Vienna	30	\$1.30	\$39.00
Soperas Piave	30	\$3.05	\$91.50
Series de cubiertos			\$403.50
Cucharas para helado Long-drink Sydney	30	\$0.70	\$21.00
Cucharas para café Trend	40	\$1.00	\$40.00
Tenedores Secret	50	\$0.90	\$45.00
Cuchillos de mesa Túnez	50	\$1.30	\$65.00
Cucharas Época	50	\$3.55	\$177.50
Cucharas para postres Época	50	\$1.10	\$55.00
Cristalería			\$109.10
Copas Lautá	10	\$1.70	\$17.00
Vasos Iva	10	\$1.49	\$14.90
Tazas Moca Louise	10	\$3.55	\$35.50
Copas de helados Fountain	30	\$1.39	\$41.70
Equipamientos de cocina			\$256.00
Juego de ollas Livonia	1	\$69.35	\$69.35
Juegos de cuchillos de cocina Messina	1	\$26.35	\$26.35
Pinzas	1	\$3.50	\$3.50
Espatulas Carving	2	\$8.30	\$16.60
Tablas para cortar	2	\$7.10	\$14.20
Juego de toopers Serviplast	12	\$4.50	\$54.00
Juego de sartenes	1	\$51.00	\$51.00

Dispensador de agua y purificador	1	\$21.00	\$21.00
Mobiliario			\$1,703.00
Mesas cuadradas Malvena	4	\$36.50	\$146.00
Sillas Almonda	20	\$29.95	\$599.00
Puff	2	\$35.00	\$70.00
Mueble 2 plaza de teatro	1	\$115.00	\$115.00
Libros "Expedición Cuenca"	150	\$3.00	\$450.00
Estantería	1	\$3.00	\$3.00
Banner	1	\$20.00	\$20.00
Letrero con iluminación	1	\$150.00	\$150.00
Cartillas	20	\$7.50	\$150.00
Productos desechables			\$138.40
Fundas desechables	50	\$1.00	\$50.00
Paquete de servilletas	20	\$0.40	\$8.00
Paquete de cucharas desechables	20	\$1.60	\$32.00
Paquete de platos desechables	20	\$2.00	\$40.00
Ice cream box	20	\$0.42	\$8.40
Buffete			\$192.80
Bandejas de aluminio	10	\$3.00	\$30.00
Cestas para servilleta	8	\$2.35	\$18.80
Charoles Itom	5	\$7.20	\$36.00
Expositores Samaria	6	\$18.00	\$108.00

Adecuación			\$1,469.28
Espejo 80cm x 45cm	1	\$35.00	\$35.00
Pizarra de tiza Eco 61cm x 101cm	1	\$30.00	\$30.00
Faroles colgantes Abbys (Studio K)	6	\$105.91	\$635.46
Lámparas de pie de Frank (Studio K)	2	\$105.91	\$211.82
Kit de 5 metros de cinta Strip de luces LED	2	\$20.00	\$40.00
Plantas colgante Kali	3	\$10.00	\$30.00
Planta ornamental de bambú	2	\$12.00	\$24.00
Planta ornamental Orquídea Malau	3	\$40.00	\$120.00
Cuadros decorativos	10	\$20.00	\$200.00
Cojines Alena	5	\$11.00	\$55.00
Letrero (Book)	1	\$18.00	\$18.00
Bocinas	2	\$30.00	\$60.00
Mapamundi	1	\$10.00	\$10.00
Materiales de limpieza			\$139.00
Fundas de basura	20	\$1.00	\$20.00
Recipientes de basura	5	\$12.00	\$60.00
Escoba	2	\$3.00	\$6.00
Materiales de desinfección	1	\$20.00	\$20.00
Trapeador	1	\$3.00	\$3.00
Wipper	20	\$1.50	\$30.00
Constitución de la empresa			\$1,200.00

Costo constitución de la empresa			\$500.00
Costos trámites de la empresa			\$700.00
Total			\$11,918.57

Anexo 5. Estado de situación inicial

Cafetería Medicinal			
Estado de situación inicial			
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021			
Activo corriente	\$6,394.30	Pasivo	\$7,000.00
Caja	\$6,394.30	Crédito BanEcuador	\$7,000.00
Activo fijo	\$4,324.27		
Adecuación	\$1,469.28		
Equipos de cocina	\$256.00		
Muebles de oficina	\$1,703.00		
Equipos de oficina	\$895.99		
Activo diferido	\$1,200.00		
Costo constitución de la empresa	\$500.00	Patrimonio	\$4,918.57
Costo por trámites e impuestos	\$700.00	Capital	\$4,918.57
Total Activo	\$11,918.57	Total Pasivo + Patrimonio	\$11,918.57

Anexo 6. Mano de obra directa

Mano de obra directa								
Cargo	No.	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Total Sueldos
Auxiliar de cocina	1	\$400.00	\$48.60	\$448.60	\$5,383.20	\$292.00	\$448.60	\$6,123.80
Vendedor	1	\$400.00	\$48.60	\$448.60	\$5,383.20	\$292.00	\$448.60	\$6,123.80
Administrador	1	\$500.00	\$60.75	\$560.75	\$6,729.00	\$292.00	\$560.75	\$7,581.75

Cafetería Medicinal					
Presupuesto de Mano de obra					
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auxiliar de cocina	\$6,123.80	\$6,392.96	\$6,662.12	\$6,931.28	\$7,200.44
Vendedor	\$6,123.80	\$6,392.96	\$6,662.12	\$6,931.28	\$7,200.44
Administrador	\$7,581.75	\$7,850.91	\$8,120.07	\$8,389.23	\$8,658.39
Total	\$19,829.35	\$20,636.83	\$21,444.31	\$22,251.79	\$23,059.27

Anexo 7. Presupuesto de ventas

Proyección de ventas mensual de la cafetería medicinal			
	Cantidad	Precios	Total
Alquiler de eventos	5	35.00	\$175.00
Lunch			
Spaghetti Konjac	22	\$2.50	\$55.00
Ensalada de huevo	25	\$4.00	\$100.00
Ensalada de pollo	32	\$4.00	\$128.00
Ensalada de atún	35	\$4.00	\$140.00
Especial Sándwich	72	\$4.00	\$288.00
Texas Sándwich	50	\$4.00	\$200.00
Ensalada de rúcula y vegetales asados	32	\$4.00	\$128.00
RawPancakes	25	\$3.90	\$97.50
Postres			
Bowl de acaí	40	\$3.00	\$120.00
Galletas de almendra y maní	25	\$3.00	\$75.00
Mofines de coco	35	\$3.50	\$122.50
Torta cítrica de aceite de oliva	23	\$3.50	\$80.50
Galletas de avena y frutas orgánicas	45	\$3.00	\$135.00
Crema brulee de almendra	34	\$2.50	\$85.00
Bebidas medicinales			

Corazón rojo	25	\$2.00	\$50.00
Corazón verde	22	\$2.00	\$44.00
Corazón rubí	31	\$2.00	\$62.00
Sensación rosa	18	\$2.00	\$36.00
Zumo vital	21	\$2.00	\$42.00
Intensidad	24	\$2.00	\$48.00
Latidos firmes	17	\$2.00	\$34.00
Oasis	22	\$2.00	\$44.00
Bloody Mery	15	\$2.00	\$30.00
Majenta	29	\$2.00	\$58.00
White Esencer	18	\$2.00	\$36.00
Infusiones			
Ortiga verde “hojas”	13	\$3.00	\$39.00
Diente de león “hoja y raíz”	21	\$3.00	\$63.00
Cola de caballo “tallos”	16	\$3.00	\$48.00
Jamaica “flor”	23	\$3.00	\$69.00
Manzanilla “flor”	13	\$3.00	\$39.00
Hierbaluisa” hoja”	15	\$3.00	\$45.00
Salvia “hoja”	18	\$3.00	\$54.00
Salados			
Humitas	40	\$0.40	\$16.00
Torta de choclo (porción)	35	\$2.50	\$87.50

Torta de pescado (porción)	26	\$3.50	\$91.00
Muchines	50	\$0.50	\$25.00
Dulces			
Pie de limón (porción)	25	\$3.25	\$81.25
Avena con miel de maple y frutas (porción)	31	\$3.00	\$93.00
Canoa tropical con yogurt griego (porción)	18	\$3.25	\$58.50
Trufa de granola (porción)	60	\$3.30	\$198.00
Torta de tres crepas (porción)	34	\$3.50	\$119.00
Conos			
Helados (vainilla, fresa, napolitano, chocolate)	60	\$1.50	\$90.00
Helados (almendra, tres leches, manjar gourmet)	75	\$2.50	\$187.50
Copas			\$0.00
Helados (vainilla, fresa, napolitano, chocolate)	38	\$2.99	\$113.62
Helados (almendra, tres leches, manjar gourmet)	28	\$3.50	\$98.00
Copas especiales	25	\$4.50	\$112.50
Banana Split	21	\$4.50	\$94.50
Bebidas frías			

Frappe de cappuccino y mocaccino	18	\$3.10	\$55.80
Milkshake de brownie	21	\$4.50	\$94.50
Milkshake de oreo	35	\$4.50	\$157.50
Jugos naturales	20	\$2.00	\$40.00
Colas	50	\$1.00	\$50.00
Aguas	40	\$0.75	\$30.00
Agua con gas	25	\$1.25	\$31.25
Bebidas calientes			
Chocolate con marshmallows	45	\$3.25	\$146.25
Café con leche	70	\$2.25	\$157.50
Café	65	\$1.00	\$65.00
Leche	85	\$1.00	\$85.00
Cappuccino	40	\$2.25	\$90.00
Cappuccino con vainilla	55	\$2.25	\$123.75
Americano	40	\$1.75	\$70.00
Total mensual			\$5,432.42

Cafetería Medicinal					
Presupuesto de ventas					
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de eventos	\$2,100.00	\$2,205.00	\$2,315.25	\$2,431.01	\$2,552.56

Lunch					
Spaghetti Konjac	\$660.00	\$693.00	\$727.65	\$764.03	\$802.23
Ensalada de huevo	\$1,200.00	\$1,260.00	\$1,323.00	\$1,389.15	\$1,458.61
Ensalada de pollo	\$1,536.00	\$1,612.80	\$1,693.44	\$1,778.11	\$1,867.02
Ensalada de atún	\$1,680.00	\$1,764.00	\$1,852.20	\$1,944.81	\$2,042.05
Especial Sándwich	\$3,456.00	\$3,628.80	\$3,810.24	\$4,000.75	\$4,200.79
Texas Sándwich	\$2,400.00	\$2,520.00	\$2,646.00	\$2,778.30	\$2,917.22
Ensalada de rúcula y vegetales asados	\$1,536.00	\$1,612.80	\$1,693.44	\$1,778.11	\$1,867.02
RawPancakes	\$1,170.00	\$1,228.50	\$1,289.93	\$1,354.42	\$1,422.14
Bebidas					
Bowl de acaí	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33
Galletas de almendra y maní	\$900.00	\$945.00	\$992.25	\$1,041.86	\$1,093.96
Mofines de coco	\$1,470.00	\$1,543.50	\$1,620.68	\$1,701.71	\$1,786.79
Torta cítrica de aceite de oliva	\$966.00	\$1,014.30	\$1,065.02	\$1,118.27	\$1,174.18
Galletas de avena y frutas orgánicas	\$1,620.00	\$1,701.00	\$1,786.05	\$1,875.35	\$1,969.12
Crema brulee de almendra	\$1,020.00	\$1,071.00	\$1,124.55	\$1,180.78	\$1,239.82
Bebidas medicinales					
Corazón rojo	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Corazón verde	\$528.00	\$554.40	\$582.12	\$611.23	\$641.79
Corazón rubí	\$744.00	\$781.20	\$820.26	\$861.27	\$904.34

Sensación rosa	\$432.00	\$453.60	\$476.28	\$500.09	\$525.10
Zumo vital	\$504.00	\$529.20	\$555.66	\$583.44	\$612.62
Intensidad	\$576.00	\$604.80	\$635.04	\$666.79	\$700.13
Latidos firmes	\$408.00	\$428.40	\$449.82	\$472.31	\$495.93
Oasis	\$528.00	\$554.40	\$582.12	\$611.23	\$641.79
Bloody Mery	\$360.00	\$378.00	\$396.90	\$416.75	\$437.58
Majenta	\$696.00	\$730.80	\$767.34	\$805.71	\$845.99
White Esencer	\$432.00	\$453.60	\$476.28	\$500.09	\$525.10
Infusiones					
Ortiga verde “hojas”	\$468.00	\$491.40	\$515.97	\$541.77	\$568.86
Diente de león “hoja y raíz”	\$756.00	\$793.80	\$833.49	\$875.16	\$918.92
Cola de caballo “tallos”	\$576.00	\$604.80	\$635.04	\$666.79	\$700.13
Jamaica “flor”	\$828.00	\$869.40	\$912.87	\$958.51	\$1,006.44
Manzanilla “flor”	\$468.00	\$491.40	\$515.97	\$541.77	\$568.86
Hierbaluisa” hoja”	\$540.00	\$567.00	\$595.35	\$625.12	\$656.37
Salvia “hoja”	\$648.00	\$680.40	\$714.42	\$750.14	\$787.65
Salados					
Humitas	\$192.00	\$201.60	\$211.68	\$222.26	\$233.38
Torta de choclo	\$1,050.00	\$1,102.50	\$1,157.63	\$1,215.51	\$1,276.28
Torta de pescado	\$1,092.00	\$1,146.60	\$1,203.93	\$1,264.13	\$1,327.33
Muchines	\$300.00	\$315.00	\$330.75	\$347.29	\$364.65
Dulces					

Pie de limón	\$975.00	\$1,023.75	\$1,074.94	\$1,128.68	\$1,185.12
Avena con miel de maple y frutas	\$1,116.00	\$1,171.80	\$1,230.39	\$1,291.91	\$1,356.50
Canoa tropical y yogurt griego	\$702.00	\$737.10	\$773.96	\$812.65	\$853.29
Trufas de granolas	\$2,376.00	\$2,494.80	\$2,619.54	\$2,750.52	\$2,888.04
Torta de tres crepas	\$1,428.00	\$1,499.40	\$1,574.37	\$1,653.09	\$1,735.74
Conos					
Helados (vainilla, fresa, napolitano, chocolate)	\$1,080.00	\$1,134.00	\$1,190.70	\$1,250.24	\$1,312.75
Helados (almendra, tres leches, manjar gourmet)	\$2,250.00	\$2,362.50	\$2,480.63	\$2,604.66	\$2,734.89
Copas					
Helados (vainilla, fresa, napolitano, chocolate)	\$1,363.44	\$1,431.61	\$1,503.19	\$1,578.35	\$1,657.27
Helados (almendra, tres leches, manjar gourmet)	\$1,176.00	\$1,234.80	\$1,296.54	\$1,361.37	\$1,429.44
Copas especiales	\$1,350.00	\$1,417.50	\$1,488.38	\$1,562.79	\$1,640.93
Banana Split	\$1,134.00	\$1,190.70	\$1,250.24	\$1,312.75	\$1,378.38
Bebidas frías					
Frappe de cappuccino y mocaccino	\$669.60	\$703.08	\$738.23	\$775.15	\$813.90
Milkshake de brownie	\$1,134.00	\$1,190.70	\$1,250.24	\$1,312.75	\$1,378.38
Milkshake de oreo	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91	\$2,297.31

Jugos naturales	\$480.00	\$504.00	\$529.20	\$555.66	\$583.44
Colas	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Aguas	\$360.00	\$378.00	\$396.90	\$416.75	\$437.58
Agua con gas	\$375.00	\$393.75	\$413.44	\$434.11	\$455.81
Bebidas calientes					
Chocolate con marshmallows	\$1,755.00	\$1,842.75	\$1,934.89	\$2,031.63	\$2,133.21
Café con leche	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91	\$2,297.31
Café	\$780.00	\$819.00	\$859.95	\$902.95	\$948.09
Leche	\$1,020.00	\$1,071.00	\$1,124.55	\$1,180.78	\$1,239.82
Cappuccino	\$1,080.00	\$1,134.00	\$1,190.70	\$1,250.24	\$1,312.75
Cappuccino con vainilla	\$1,485.00	\$1,559.25	\$1,637.21	\$1,719.07	\$1,805.03
Americano	\$840.00	\$882.00	\$926.10	\$972.41	\$1,021.03
Total de ingresos	\$65,189.04	\$68,448.49	\$71,870.92	\$75,464.46	\$79,237.69

Anexo 8. Presupuesto de gastos

Gastos mensuales	
Arriendo	\$1,100.00
Energía eléctrica	\$120.00
Agua potable	\$80.00
Internet y telefonía fija	\$50.00
Productos de limpieza	\$50.00
Mantenimiento página web	\$50.00
Depreciaciones	\$94.09
Amortización	\$222.08
Total	\$1,766.17

Cafetería Medicinal					
Presupuesto de Gastos					
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$13,200.00	\$13,860.00	\$14,553.00	\$15,280.65	\$16,044.68
Energía eléctrica	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33
Agua potable	\$960.00	\$1,008.00	\$1,058.40	\$1,111.32	\$1,166.89
Internet y datos móviles	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30

Kits de limpieza	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Mantenimiento página web	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Licencia dominio web	\$100.00	\$105.00	\$110.25	\$115.76	\$121.55
Renovación LUAF	\$100.00	\$105.00	\$110.25	\$115.76	\$121.55
Amortización	\$2,664.96	\$2,664.96	\$2,664.96	-	-
Depreciaciones Equipos de oficina	\$298.66	\$298.66	\$298.66	\$298.66	\$298.66
Depreciaciones Adecuación	\$489.76	\$489.76	\$489.76	\$489.76	\$489.76
Depreciaciones Muebles de oficina	\$340.60	\$340.60	\$340.60	\$340.60	\$340.60
Total	\$21,393.98	\$22,273.98	\$23,197.98	\$21,503.22	\$22,521.93

Anexo 9. Presupuesto de materiales

Presupuesto mensual de materiales complementarios			
	Cantidad	P.U	Total
Cono 140 mm x 51 mm (100 u)	2	\$10	\$20
Jarabe (manjar, chocolate, fresa, chicle y mora)300 gr	10	\$5.00	\$50.00
Crema chantilly (100 g)	5	\$1.60	\$8.00
Cerezas	6	\$2.50	\$15.00
Taco Galletas Oreo (10 u)	10	\$1.00	\$10.00
Helado de brownie 5 litros	4	\$8.58	\$34.32
Helados de oreo 5 litros	4	\$8.58	\$34.32
Marshmello paquete	10	\$2.10	\$21.00
Total			\$192.64

Presupuesto mensual de materiales al por mayor			
	Cantidad	P.U	Total
Vaina de vainilla 10 u	1	\$20.00	\$20.00
Paquete colas (24 u)	2	\$8.00	\$16.00
Moras 10 libras	1	\$6.75	\$6.75
Naranjas	50	\$0.10	\$5.00
Miel	4	\$7.50	\$30.00
Fundas de Panela	4	\$1.25	\$5.00
Chocolate en polvo 1kg	3	\$6.50	\$19.50

NutriLeche (9)	15	\$15.00	\$225.00
Café 1kg	3	\$11.00	\$33.00
Sal 1 lb	5	\$0.36	\$1.80
Aceite de oliva 1 litro	10	\$3.50	\$35.00
Agua (bidón)	25	\$1.00	\$25.00
Canela (paquete)	5	\$1.19	\$5.95
Azúcar 5kg	4	\$4.75	\$19.00
Ortiga	5	\$5.00	\$25.00
Diente de león 200 cápsulas	1	\$30.00	\$30.00
Cola de caballo “tallos”	6	\$2.00	\$12.00
Jamaica “flor”	4	\$2.00	\$8.00
Manzanilla “flor”	50	\$0.50	\$25.00
Hierbaluisa” hoja”	50	\$0.50	\$25.00
Salvia “hoja” 60 cápsulas	1	\$21.00	\$21.00
Spaghetti Konjac	22	\$2.50	\$55.00
Huevos Indaves 12 u	10	\$2.00	\$20.00
Jamón	8	\$1.30	\$10.40
Pasta de tornillo	10	\$0.69	\$6.90
Zanahoria 20 libras	2	\$10.00	\$20.00
Col	4	\$0.50	\$2.00
Perejil 25 cápsulas	1	\$8.00	\$8.00

Lechuga	5	\$1.00	\$5.00
Queso 1 libra	10	\$1.50	\$15.00
Pollo entero	10	\$8.00	\$80.00
Espinaca 200	1	\$10.00	\$10.00
Tomate 20 libras	2	\$5.00	\$10.00
Pimiento rojo x 6 u	5	\$1.00	\$5.00
Pimiento amarillo x 6 u	5	\$1.00	\$5.00
Atún mediano	15	\$1.30	\$19.50
Choclo x 12 u	4	\$1.00	\$4.00
Pepino x 8 u	3	\$1.00	\$3.00
Aceitunas 240 gr	4	\$2.60	\$10.40
Champiñones 220 gr	5	\$1.98	\$9.90
Pan integral 600 gr	15	\$1.68	\$25.20
Aguacate x 6 u	8	\$1.00	\$8.00
Mayonesa Maggi 200 gr	4	\$1.39	\$5.56
Remolacha 400 gr	1	\$13.00	\$13.00
Vinagre de manzana 350 ml	2	\$2.50	\$5.00
Mantequilla de almendra 128 gr	2	\$4.89	\$9.78
Yogurt 2000 gr	2	\$3.00	\$6.00
Banana x 10 u	10	\$1.00	\$10.00
Hoja de Moringa deshidratada	5	\$12.00	\$60.00
Coco	15	\$1.25	\$18.75

Manzana x 6 u	10	\$1.00	\$10.00
Mermelada 300 gr	3	\$1.50	\$4.50
Kiwi x 5 u	5	\$1.00	\$5.00
Total			\$1,072.89

Cafetería Medicinal					
Presupuesto de Materiales					
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Complementarios					
Cono 140 mm x 51 mm	\$240.00	\$255.00	\$270.00	\$285.00	\$300.00
Jarabe (manjar, chocolate, fresa, chicle y mora)300 gr	\$600.00	\$615.00	\$630.00	\$645.00	\$660.00
Crema chantilly	\$96.00	\$111.00	\$126.00	\$141.00	\$156.00
Cerezas	\$180.00	\$195.00	\$210.00	\$225.00	\$240.00
Taco Galletas Oreo	\$120.00	\$135.00	\$150.00	\$165.00	\$180.00
Helado de brownie	\$411.84	\$426.84	\$441.84	\$456.84	\$471.84
Helados de oreo	\$411.84	\$426.84	\$441.84	\$456.84	\$471.84
Marshmello paquete	\$252.00	\$267.00	\$282.00	\$297.00	\$312.00
Productos al por mayor					
Vaina de vainilla	\$240.00	\$252.00	\$264.60	\$277.83	\$291.72
Paquete colas	\$192.00	\$201.60	\$211.68	\$222.26	\$233.38

Moras	\$81.00	\$85.05	\$89.30	\$93.77	\$98.46
Naranjas	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Miel	\$360.00	\$378.00	\$396.90	\$416.75	\$437.58
Fundas de Panela	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Chocolate en polvo	\$234.00	\$245.70	\$257.99	\$270.88	\$284.43
NutriLeche	\$2,700.00	\$2,835.00	\$2,976.75	\$3,125.59	\$3,281.87
Café	\$396.00	\$415.80	\$436.59	\$458.42	\$481.34
Sal	\$21.60	\$22.68	\$23.81	\$25.00	\$26.25
Aceite de oliva	\$420.00	\$441.00	\$463.05	\$486.20	\$510.51
Agua (bidón)	\$300.00	\$315.00	\$330.75	\$347.29	\$364.65
Canela	\$71.40	\$74.97	\$78.72	\$82.65	\$86.79
Azúcar	\$228.00	\$239.40	\$251.37	\$263.94	\$277.14
Ortiga	\$300.00	\$315.00	\$330.75	\$347.29	\$364.65
Diente de león	\$360.00	\$378.00	\$396.90	\$416.75	\$437.58
Cola de caballo “tallos”	\$144.00	\$151.20	\$158.76	\$166.70	\$175.03
Jamaica “flor”	\$96.00	\$100.80	\$105.84	\$111.13	\$116.69
Manzanilla “flor”	\$300.00	\$315.00	\$330.75	\$347.29	\$364.65
Hierbaluisa” hoja”	\$300.00	\$315.00	\$330.75	\$347.29	\$364.65
Salvia “hoja”	\$252.00	\$264.60	\$277.83	\$291.72	\$306.31
Spaghetti Konjac	\$660.00	\$693.00	\$727.65	\$764.03	\$802.23
Huevos Indaves	\$240.00	\$252.00	\$264.60	\$277.83	\$291.72
Jamón	\$124.80	\$131.04	\$137.59	\$144.47	\$151.70

Pasta de tornillo	\$82.80	\$86.94	\$91.29	\$95.85	\$100.64
Zanahoria	\$240.00	\$252.00	\$264.60	\$277.83	\$291.72
Col	\$24.00	\$25.20	\$26.46	\$27.78	\$29.17
Perejil	\$96.00	\$100.80	\$105.84	\$111.13	\$116.69
Lechuga	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Queso	\$180.00	\$189.00	\$198.45	\$208.37	\$218.79
Pollo entero	\$960.00	\$1,008.00	\$1,058.40	\$1,111.32	\$1,166.89
Espinaca	\$120.00	\$126.00	\$132.30	\$138.92	\$145.86
Tomate	\$120.00	\$126.00	\$132.30	\$138.92	\$145.86
Pimiento rojo	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Pimiento amarillo	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Atún mediano	\$234.00	\$245.70	\$257.99	\$270.88	\$284.43
Choclo	\$48.00	\$50.40	\$52.92	\$55.57	\$58.34
Pepino	\$36.00	\$37.80	\$39.69	\$41.67	\$43.76
Aceitunas	\$124.80	\$131.04	\$137.59	\$144.47	\$151.70
Champiñones	\$118.80	\$124.74	\$130.98	\$137.53	\$144.40
Pan integral	\$302.40	\$317.52	\$333.40	\$350.07	\$367.57
Aguacate	\$96.00	\$100.80	\$105.84	\$111.13	\$116.69
Mayonesa Maggi	\$66.72	\$70.06	\$73.56	\$77.24	\$81.10
Remolacha	\$156.00	\$163.80	\$171.99	\$180.59	\$189.62
Vinagre de manzana	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Mantequilla de almendra	\$117.36	\$123.23	\$129.39	\$135.86	\$142.65

Yogurt	\$72.00	\$75.60	\$79.38	\$83.35	\$87.52
Banana	\$120.00	\$126.00	\$132.30	\$138.92	\$145.86
Moringa	\$720.00	\$756.00	\$793.80	\$833.49	\$875.16
Coco	\$225.00	\$236.25	\$248.06	\$260.47	\$273.49
Manzana	\$120.00	\$126.00	\$132.30	\$138.92	\$145.86
Mermelada	\$54.00	\$56.70	\$59.54	\$62.51	\$65.64
Kiwi	\$60.00	\$63.00	\$66.15	\$69.46	\$72.93
Total	\$15,186.36	\$15,950.09	\$16,746.01	\$17,575.73	\$18,440.93

Anexo 10. Estado de resultados

Cafetería Medicinal					
Estado de Resultados					
Del 1 de enero al 31 diciembre del 2021					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$65,189.04	\$68,448.49	\$71,870.92	\$75,464.46	\$79,237.69
Comida y bebidas	\$65,189.04	\$68,448.49	\$71,870.92	\$75,464.46	\$79,237.69
Alquiler de eventos	\$2,100.00	\$2,205.00	\$2,315.25	\$2,431.01	\$2,552.56
Costo de ventas	\$15,186.36	\$15,950.09	\$16,746.01	\$17,575.73	\$18,440.93
Utilidad bruta	\$50,002.68	\$52,498.40	\$55,124.90	\$57,888.73	\$60,796.75
Gastos Operacionales	\$40,623.33	\$42,280.81	\$43,980.79	\$43,060.44	\$44,851.90
Sueldos	\$19,829.35	\$20,636.83	\$21,444.31	\$22,251.79	\$23,059.27
Arriendo	\$13,200.00	\$13,860.00	\$14,553.00	\$15,280.65	\$16,044.68
Servicios básicos (Agua, internet fijo y energía eléctrica)	\$3,000.00	\$3,150.00	\$3,307.50	\$3,472.88	\$3,646.52
Kits de limpieza	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Licencia dominio web	\$100.00	\$105.00	\$110.25	\$115.76	\$121.55
Renovación LUAF	\$100.00	\$105.00	\$110.25	\$115.76	\$121.55
Depreciación	\$1,129.02	\$1,129.02	\$1,129.02	\$1,129.02	\$1,129.02
Amortización	\$2,664.96	\$2,664.96	\$2,664.96	-	-
Utilidad operacional	\$9,379.35	\$10,217.58	\$11,144.11	\$14,828.29	\$15,944.85
15%	\$1,406.90	\$1,532.64	\$1,671.62	\$2,224.24	\$2,391.73
Utilidad menos participación empleados	\$7,972.44	\$8,684.95	\$9,472.49	\$12,604.05	\$13,553.12
25%	\$1,993.11	\$2,171.24	\$2,368.12	\$3,151.01	\$3,388.28
Utilidad Neta del ejercicio	\$5,979.33	\$6,513.71	\$7,104.37	\$9,453.04	\$10,164.84

Anexo 11. Valor Anual Neto – Tasa Interna de Retorno

Inversión -\$11,918.57 Tasa de descuento 9.76%

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VAN	TIR
-\$11,918.57	\$5,979.33	\$6,513.71	\$7,104.37	\$9,453.04	\$10,164.84	\$17,202.66	51%