



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en
la ciudad de Guayaquil.**

AUTORA:

Rivas Da Ros, Carla Salomé

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Ec. Segura Ronquillo, Shirley Carolina Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
21 de septiembre del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil**, fue realizado en su totalidad por **Rivas Da Ros, Carla Salomé**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Ec. Segura Ronquillo Shirley Carolina Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Phd.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Rivas Da Ros Carla Salomé**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022

AUTORA

Rivas Da Ros, Carla Salomé



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Rivas Da Ros Carla Salomé

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA:

Rivas Da Ros, Carla Salomé



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil**, presentado por la estudiante **Rivas Da Ros, Carla Salomé**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT Carla.Rivas urkund.docx (D143446048)
Presentado	2022-08-31 10:55 (-05:00)
Presentado por	Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	shirley.segura.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	TT Carla Rivas Mostrar el mensaje completo
<div style="background-color: #90EE90; padding: 2px;">0%</div> de estas 34 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.	

**Ec. Shirley Carolina Segura Ronquillo, MGS.
TUTOR**

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por estar junto a mí en todo el proceso de este proyecto y no dejarme sola a lo largo de la carrera.

Le agradezco a la Universidad Católica y en especial a mi tutora la miss Shirley por tenerme paciencia, apoyarme, decirme que si puedo terminar a pesar de mis miedos y dudas.

A mis padres Alejandro y Ruth por no dejarme nunca, por alentarme y no rendirme en el final, por estar igual de entusiasmados que yo con el proyecto. A mi hermanita por estar detrás de mí siempre y darme sus consejos y ayuda en el desarrollo del tema.

A mis amigas Nicky y Joa a quienes conocí desde el primer día en el que iniciamos la carrera de turismo, han sido parte de esta trayectoria y de mi vida, gracias por impulsarme y no dejarme tranquila hasta finalizar la universidad.

A Kata, Cristina, y mis amigas del trabajo quienes han estado detrás de mí también para que pueda terminar, gracias por darme confianza y fuerzas en mi para poder finalizar la tesis.

A mis gatas Candy, Griezzi y Baileys quienes fueron de inspiración para el desarrollo del tema.

CARLA SALOMÉ RIVAS DA ROS

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por darme la sabiduría, confianza, paciencia y perseverancia para poder terminar de desarrollar este proyecto. Al igual le dedico mi tesis a mi familia, sobre todo a mis padres Alejandro y Ruth, y a mi hermana menor Mel, quienes me han estado en las buenas y en las malas, por estar ahí ayudándome en las dudas que se me han presentado a lo largo del camino, a mis gatas sobre todo Candy a quien extraño mucho y a mis amigos más cercanos que previamente mencioné que han estado junto a mi apoyándome en cada parte de este ciclo dándome su apoyo incondicional.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ec. SHIRLEY CAROLINA SEGURA RONQUILLO, Mgs.

TUTOR

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Rivas Da Ros Carla Salomé	

**Ec. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.
TUTOR**

INDICE DE CONTENIDO

Introducción	2
Planteamiento del Problema	4
Pregunta de investigación	5
Justificación	5
Objetivos	6
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Capítulo 1: Fundamentación Teórico	8
1.1 Marco teórico	8
1.1.1.El Café	8
1.1.2. Cafetería	10
1.1.3. Origen y tendencias de las cafeterías	11
1.1.4. Clasificación de cafeterías	13
1.1.5. Origen y evolución de la repostería	14
1.1.6. La tradición repostera francesa	15
1.2 Marco referencial	15
1.2.1.Cafeterías Pet Friendly en el mundo	15
1.2.2.Cafeterías y sitios Pet Friendly en Francia	19
1.2.3.Cafeterías Pet Friendly en Ecuador	23
1.2.4.Movimiento pet friendly	28
1.3Marco legal	30
1.3.1.Reglamento de alimentos y bebidas sobre cafeterías	31
1.3.2.Obtención de la patente municipal	34
1.3.3.Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud	34
1.3.4.Registro y permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo	35

1.3.5.Requisitos generales y obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas.	35
1.3.6.Permiso de Bomberos	38
1.3.7.Certificado del Medio Ambiente	38
1.4. Marco conceptual	39
Capítulo 2: Análisis Situacional	41
2.1. Análisis de macro entorno: PESTA	41
2.1.1.Factores políticos	42
2.1.2.Factores económicos	45
2.1.3.Factores sociales	46
2.1.4.Factores tecnológicos	47
2.1.5.Factores ambientales	49
2.2.Análisis del micro entorno	53
2.2.1.El poder de negociación de los clientes	53
2.2.2.Poder de negociación de los proveedores	54
2.2.3.Amenaza de nuevos competidores	55
2.2.4.Amenaza de productos sustitutos	55
2.2.5.Rivalidad entre los competidores	56
2.3.Análisis FODA	57
Capítulo 3: Metodología de la Investigación	59
3.1Enfoque	59
3.2 Método.	60
3.3 Tipo de investigación	60
3.4 Técnicas de Recolección de datos	60
3.5 Población de estudio	61
3.6 Tipo de muestreo	61
3.7 Tamaño de la muestra	61

3.8 Resultado de las encuestas	62
Capítulo 4: La propuesta del negocio	73
4.1 Estudio organizacional	73
4.1 Estudio técnico operacional	79
4.2 Plan de Marketing	81
4.2. Posicionamiento	81
4.2.2 Marketing mix: Servicio	81
4.2.3 Ciclo de vida del servicio	83
4.2.4 Estrategia de diferenciación e innovación	83
4.2.5 Marketing mix: Precio	83
4.2.6 Marketing mix: Plaza y canales de distribución.	85
4.3 Marketing mix: Promoción	86
4.4 Marketing Directo	86
Capítulo 5: Estudio Financiero	88
5.1 Inversión de activo fijo	88
5.2 Capital de trabajo	89
5.3 Estado de resultados	92
5.4 Estado de Situación financiera	92
5.5 Flujo de caja y evaluación financiera	93
Conclusiones	94
Referencias	95
Apéndices	103
Apéndice A. Cuestionario de la encuesta	103
Apéndice B. Horarios	107
Apéndice C. Tabla de productos	108

Índice de Tablas

Tabla 1 Inversión en activo fijo	82
Tabla 2 Mano de obra	83
Tabla 3 Inversión inicial	83
Tabla 4 Materia prima.....	83
Tabla 5 Costos indirectos	84
Tabla 6 Costos de mano de obra	84
Tabla 7 Capacidad instalada	85
Tabla 8 Estado de resultados integral	85
Tabla 9 Estado de situación financiera.....	86
Tabla 10 Flujo de efectivo	86
Tabla 11 Indicadores de evaluación financiera.....	87
Tabla 12 Indicadores de rentabilidad.....	87
Tabla 13 Principales Supuestos Financieros escenario conservador.....	88
Tabla 14 Demanda de productos y servicios escenario conservador.....	88
Tabla 15 Indicadores financieros escenario conservador.....	89
Tabla 16 Demanda de productos y servicios escenario pesimista	89
Tabla 17 Indicadores financieros escenario pesimista	90
Tabla 18 Demanda de productos y servicios escenario optimista	91
Tabla 19 Indicadores financieros escenario optimista	91
Tabla 20 Comparación de escenarios	92
Tabla 21 Horarios trabajadores	106
Tabla 22 Ventas mensuales por unidades	2

Índice de Figuras

Figura 1 Cafetería Dogs & Cats 1998.....	15
Figura 2 Cafetería Bau House Dog	16
Figura 3 El dolç Bombonet	17
Figura 4 Restaurante The Curious Canine Kitchen	18
Figura 5 Tren Thello	19
Figura 6 Playa Pet Friendly en Lenval, Niza.....	20
Figura 7 Les Ecuries de Richelieu	21
Figura 8 Cafetería Chat Mallows Cafe.....	21
Figura 9 Le Cafe des Chats.....	22
Figura 10 Mapa de sitios Pet friendly en Guayaquil	23
Figura 11 La Paletería by Alex	24
Figura 12 Cafetería Café Jürgen.	25
Figura 13 Espacios Pet Friendly en la ciudad de Quito	26
Figura 14 Cafetería Mercado Rosa Café.....	27
Figura 15 Aplicación Anipal	28
Figura 16 Taxi Auto Pet.....	29
Figura 17 Tamaño de muestra	58
Figura 18 Sexo	58
Figura 19 Edad.....	59
Figura 20 Estado civil	59
Figura 21 Propietario de un perro como animal de compañía.....	60
Figura 22 Nivel de agrado por los perros.	60

Figura 23 Frecuencia de visita de una cafetería.....	61
Figura 24 Consumo promedio en una cafetería	61
Figura 25 Gusto por la repostería francesa	62
Figura 26 Conocimiento del término pet friendly	62
Figura 27 Visita de una cafetería con el perro	63
Figura 28 Acceso de los perros acompañados por sus dueños	64
Figura 29 Horario de preferencia para visitar una cafetería con el perro.....	65
Figura 30 Aspectos valorados de una cafetería	66
Figura 31 Consulta de precios para la mascota	66
Figura 32 Logotipo de la cafetería	67
Figura 33 Ubicación del negocio	73
Figura 34 Modelo y distribución de la cafetería	75

Índice de Apéndices

Apéndice A. <i>Cuestionario de la encuesta</i>	103
Apéndice B. <i>Horarios</i>	107
Apéndice C. <i>Tabla de productos</i>	108

Resumen

El objetivo del proyecto tiene como finalidad conocer, medir y evaluar la factibilidad económica y social para la creación de una cafetería pet friendly. La cafetería se llamará CAFÉ LE WOOF, un sitio donde los consumidores podrán asistir con sus mascotas a degustar un poco la gastronomía francesa en un ambiente ameno y seguro, en el que no solamente podrá el dueño disfrutar de un aperitivo, sino que la mascota también. Las encuestas realizadas permitieron conocer las preferencias y agrado del perro como mascota, el cual el resultado de las encuestas hechas indica que el 75,1% de los encuestados tiene por lo menos un perro en su hogar. La idea para la creación de este proyecto nace a raíz de la aceptación de las mascotas como un miembro importante que conforma la familia ecuatoriana y que cada día hay más leyes a favor de los animales sobre la tenencia de ellos. Por último, después de proyectar un análisis financiero para este plan de negocios, este indica que si es factible en el cual la tasa de retorno es de 53,62% lo que prueba que el proyecto es viable para su realización.

Palabras Clave: amigable con las mascotas, mascotas, comida francesa, cafetería, perros

Abstract

The aim of the project is to know, measure and evaluate the economic and social feasibility for the creation of a pet friendly coffee shop. The cafeteria will be called CAFÉ LE WOOF, a place where consumers will be able to attend with their pets to taste a bit of French gastronomy in a pleasant and safe environment, where not only the owner can enjoy a snack, but also the pet. The surveys carried out allowed to identify the preferences and liking of the dog as a pet, which the result of the polls indicates that 75.1% of respondents have at least one dog at home. The idea for the creation of this project was born as a result of the acceptance of dogs as an important member of the Ecuadorian family and that every day there are more laws in favor of animals on the ownership of them. Finally, after elaborating the financial projection, this indicates that it is feasible in which the rate of return is 53.62%, which proves that the project is viable for its realization.

Keywords: *pet friendly, pets, French gastronomy, coffee shop, dogs*

Introducción

Los animales de compañía, y en particular los canes, han formado parte de la evolución de la sociedad humana. Desde inicios de las civilizaciones hallazgos reportados por antropólogos, zoólogos, y científicos confirman que los perros fueron uno de los primeros animales en ser domesticados hace unos 14 mil años aproximadamente, encontrando evidencias en Europa, Asia y Norteamérica sobre la domesticación de ellos. Como hallazgo importante, se puede citar que, en 1976, Simon Davis descubrió un esqueleto humano de hace doce mil años y junto a el esqueleto de un cachorro, lo cual indica que existía una relación afectiva entre ambos. Grecia es quien sobresale en la historia por adoptar a los perros como animales de compañía, ya que se puede encontrar en cuentos sobre la mitología griega características de compañerismo y lealtad entre el hombre y el perro. En el año 1641 una colonia en Massachusetts se dispuso leyes que protegían a animales domesticados.

Durante el pasar de los siglos la presencia de un animal doméstico en los hogares aumentó cada vez más hasta el presente. Es habitual que las personas tengan por lo menos un animal de compañía, siendo el perro el favorito para formar parte de la familia, y que éste reciba más atención y cuidado satisfaciendo las necesidades de los canes, generando no solo interacción, sino una fuerte vinculación física y emocional.

La idea de implementar una cafetería francesa que permita el acceso a canes nace de la necesidad de ofrecer un espacio donde existan dulces típicos de Francia pero que al mismo tiempo permita el ingreso a animales de compañía como son los perros de forma tal, que los propietarios compartan un momento de relajación en un ambiente agradable en el cual su mascota sea bienvenida y atendida.

Lo que se quiere conseguir con este proyecto es ser la primera opción de las personas al momento de pensar en un sitio donde ir a consumir un dulce y pasar un rato relajado y emocional con su can sin la necesidad de dejarlo en casa o afuera de la cafetería esperando por su dueño, que encuentren un sabor distinto que les haga despertar el paladar por probar diferentes postres y puedan explorar otra cultura gastronómica, creando la motivación para que regresen al establecimiento estará siempre disponible a su paladar y a los canes.

Por lo tanto, este trabajo se compone de cinco capítulos. En el primer capítulo se presentan los elementos teóricos sobre el café y las cafeterías, desde su origen hasta como han ido evolucionando al pasar de los años, los beneficios que aportan las mascotas, en especial los canes hacia los humanos, además se exponen las principales definiciones teóricas, conceptuales y legales que sirven de base para la implementación de la propuesta de emprendimiento. En el segundo capítulo se desarrolla el análisis situacional del entorno del emprendimiento propuesto y como resultado la identificación de las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas para el proyecto. El capítulo tres explica la metodología que se siguió para el desarrollo de la investigación de mercado; el capítulo cuatro presenta la propuesta organizacional, técnica y las estrategias de marketing para el emprendimiento y el capítulo cinco la evaluación financiera del proyecto.

Planteamiento del Problema

De acuerdo a los últimos datos publicados por el Ministerio de Salud Pública (2016) la población canina en el Ecuador es de 1.765.744, lo que representa el 11% de la población total de ecuatorianos (calculado con la población de 16.14 millones de habitantes al 2015). Por otro lado, la ciudad de Guayaquil es una de las ciudades más pobladas del Ecuador y cuyos ciudadanos en la actualidad muestran aprecio e interés por las mascotas; aunque no se precisan datos, se puede observar día a día en las calles y parques de la ciudad, la presencia de adultos jóvenes y mayores que pasean o salen a realizar actividad física acompañados de sus canes. Lamentablemente estas son una de las pocas actividades compartidas que pueden realizar las personas con sus mascotas, ya que la ciudad carece de espacios de libre acceso a los animales de compañía o sitios llamados Pet Friendly, específicamente perros, que permitan a sus propietarios interactuar con sus mascotas.

Para noviembre del presente año el INEC en su nuevo cuestionario de censo de población plantea agregar en la sección del hogar cuantas mascotas tiene cada casa, esto se debe a que se desea implementar programas especiales para la regulación de protección y control de fauna urbana en el país. Actualmente hay un registro de cedulación de gatos y perros que está controlado por el Registro Nacional de Mascotas algunas ciudades del país con el fin de reducir las pérdidas y el maltrato hacia ellos. La cédula cuenta con el nombre del dueño, código QR y la implantación de un microchip bajo la piel de la mascota, estos procedimientos pueden ser realizados en clínicas veterinarias autorizadas. En la ciudad de Guayaquil el departamento de Bienestar Animal a través del Municipio de la ciudad también ofrece este servicio.

De la misma manera, en la ciudad de Guayaquil no se ha desarrollado el concepto de una cafetería que se especialice en dar a conocer las especialidades gastronómicas de la repostería francesa y disfrutar de una taza de café o un postre en un ambiente relajado y ameno. Tomando en cuenta el análisis previo se encuentra que en la ciudad de Guayaquil solo hay panaderías que realizan snacks para mascotas; tampoco existen cafeterías en las cuales se ofrezca pastelería francesa la cual es una idea que se podría realizar y trabajar bajo un enfoque ambientalista donde se busque generar la cultura animal en la comunidad.

Pregunta de investigación

¿Será factible técnica, financiera y socialmente la implementación de una cafetería francesa que permita el ingreso de canes, en la ciudad de Guayaquil?

Justificación

La Constitución del Ecuador (2008) consagra el derecho de las personas al descanso, ocio y espacios culturales, así como la convivencia armónica con la naturaleza; por su parte, el Plan Nacional de Desarrollo señala entre los derechos para mejorar la calidad de vida, es vivir en un ambiente sano y un hábitat seguro y saludable. Una de las prioridades de Estado es recuperar el vínculo que hay entre lo social, económico y la corresponsabilidad familiar y personal sobre la calidad de vida de las personas en el Ecuador, crear nuevas oportunidades de trabajo que facilite el emprendimiento y generación de ingresos, promoviendo la responsabilidad social, ciudadana y empresarial.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) aprobaron en 1978 la Declaración Universal de los Derechos de los Animales, entre los cuales se estipula que los animales que el hombre escoge como animal de compañía tiene derecho a vivir y crecer al ritmo de las condiciones de vida favorables para su bienestar.

En el Ecuador, en el año 2009 se emitió el Acuerdo Interministerial para la tenencia Responsable de Perros, el cual dispone educar, socializar e interactuar con el perro en la comunidad, considerando que, por parte de la existencia humana de los derechos a la existencia de los animales, constituye la coexistencia de las especies del mundo, en este caso los canes y que los derechos de los animales deben ser defendidos por la ley, así como los del hombre.

La cultura ha ido cambiando durante estos últimos años, y las personas han aprendido y están aprendiendo a valorar más a los animales. Cada vez se van implementando más leyes y sanciones sobre la protección de sus derechos, así como el fomento a las actividades compartidas. En este sentido, se ha observado que compartir espacios de uso público con el perro no siempre es posible, como ir a una cafetería o un restaurante, e incluso al parque ya que no todos los parques permiten la entrada a los canes.

El concepto de “Pet Friendly” es una tendencia social novedosa que se origina en Europa siendo Francia uno de los países que lidera este movimiento que promueve la

interacción del hombre con los animales de compañía. Adicionalmente, se observa que en Guayaquil no existen cafeterías que promuevan la repostería francesa. Se beneficiará la comunidad ya que este plan de emprendimiento tiene un aspecto cultural por el hecho de que se trata de la gastronomía de otro país.

En estos últimos años en el Ecuador existen diferentes sitios que permiten el acceso a los animales de compañía. De la misma manera, la implementación de una propuesta de negocios favorece la creación de trabajo estable, justo y digno, así como en el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible, promoviendo el bienestar colectivo, el respeto mutuo, la solidaridad, respeto a la dignidad ajena y el cuidado de la naturaleza. De acuerdo a un artículo del diario Expreso (2022) en Guayaquil se pueden encontrar algunos sitios Pet friendly ya sean restaurantes, cafeterías, parques e incluso centros comerciales que permiten el ingreso de estos como en el Mall del Sol, La Veredita Café ubicada en el centro de la ciudad, Café Lúcumá ubicada al norte de Guayaquil en Plaza Navona y el Malecón 2000 que abre sus puertas nuevamente para los animales de compañía.

Objetivos

Objetivo general

Identificar las preferencias del mercado para determinar la factibilidad técnica, social y financiera de la implementación de una cafetería especializada en la repostería francesa en la ciudad de Guayaquil que permita el ingreso de comensales con sus canes.

Objetivos específicos

- Identificar las principales bases teóricas, conceptuales y legales por medio de la revisión bibliográfica-documental en relación al servicio de cafetería y tendencias amigables con las mascotas para determinar el modelo teórico a seguir para el desarrollo de la propuesta.
- Desarrollar el análisis situacional del entorno del emprendimiento propuesto mediante las herramientas PESTA y las fuerzas de Porter para identificar las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas para el proyecto.

- Desarrollar un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de los posibles clientes y la aceptación del proyecto por parte de la demanda potencial.
- Perfilar la propuesta del negocio para determinar la factibilidad técnica, social y financiera de la implementación de la cafetería.

Capítulo 1: Fundamentación Teórica

1.1 Marco teórico

La recreación o el ocio es el tiempo libre en que una persona puede realizar actividades fuera de las responsabilidades del trabajo. En la historia el ocio es visto como un placer que la alta sociedad se podía dar ya que la clase baja tenía que trabajar para ganar un salario para sobrevivir. En la actualidad el tiempo libre es fundamental si se quiere obtener provecho en el campo laboral tanto física, así como mentalmente para recuperar las fuerzas puestas en él. El ocio va de la mano con el turismo ya que se ha ido industrializando de tal manera que también proporciona empleos a muchas personas en el sector turístico, ya sea en alojamiento o alimentación, esto permite que haya un movimiento económico y que las personas consuman y conozcan en lugares que desconocen (Porto & Gardey, 2009).

El primer punto a considerar en este capítulo es que las cafeterías son establecimientos públicos donde se sirve café, infusiones, platos varios. Las cafeterías son similares a los bares y a los restaurantes ya que comparten algunas características similares. Para introducir en la explicación teórica sobre cafeterías primero se presenta una breve historia de los orígenes del café.

1.1.1. El Café

El vocablo café se deriva del árabe kahwah (cavá). Es una bebida que tiene una larga historia la cual comienza con la leyenda que atribuye su origen a las tierras altas de Etiopía en donde un pastor de cabras observó que algunas de ellas se ponían más inquietas y activas después de ingerir algunos granos. Según esta leyenda, el pastor comunicó del hecho a los monjes de un monasterio que inmediatamente ordenaron preparar una infusión que fue difundida a partir de ese momento (Whayne, 2009).

Después de su introducción en Arabia, Yemen se convertiría en un importante centro de plantación y distribución de café en el mundo musulmán. Por sus sensaciones y acciones en el cuerpo humano hizo que los imanes de La Meca y El Cairo verifiquen si sus efectos se acoplaban bajo las leyes del Corán, el cual priva todo tipo de intoxicación, esto hizo que el emir Khair Bey prohibirse la bebida, pero el café se volvió tan popular que las mismas autoridades cancelaron la orden de que habían emitido sobre la prohibición del café. En 1583 el café es mencionado por primera vez en un libro por el alemán Léonard Rauwolf quien dice

que es: “Una bebida oscura como la tinta, útil contra varios males, en especial los del estómago. Los consumidores lo beben en la mañana en una jarra de porcelana que pasa por cada mano y cada persona llena una taza” (Figuerola, Pérez & Godínez, 2020).

Cuando el café llega a Italia causa polémicas sobre si era correcto tomar café, hasta que el Papa Clemente VIII fue quien decidió acabar con la duda, que después de saborearlo quedó cautivado y lo bautizó de manera simbólica para de esa manera sea admisible por los católicos. No todo el mundo aceptó el café, tanto así que en Alemania decretaron ciertas restricciones que dificultaba su esparcimiento, por otro lado, en Rusia los que bebían o vendían café eran castigados con penas que iban desde la tortura hasta la mutilación de la persona. Entretanto en el este y oeste de Europa era más tolerado y en 1650 empieza a ser importado y consumido en Inglaterra, especialmente en las ciudades de Londres y Oxford. En 1689 el café llegó al continente Norte Americano, abriendo en Boston la primera cafetería de Estados Unidos generando tanta popularidad a nivel nacional (Gamarra, 2008).

En 1660 llegan al Mediterráneo los primeros granos de café en la ciudad Marsella, Francia, traído por comerciantes que viajaban constantemente alrededor del mundo especialmente del oriente. Se conoce que los primeros sacos de café tenían procedencia de Egipto ya que la primera tienda en vender café ocurrió en 1661 en Marsella. Años después en Saint Domingue, que actualmente es la capital de República Dominicana, existían colonias francesas en donde se cultivaba cafetales por migrantes franceses y exportaba café fuera del país. Considerados Patrimonio de la humanidad por la UNESCO, las ruinas de los cafetales franceses, después de haber huido de Haití fomentaron el cultivo de café en las serranías de Santiago de Cuba a principios de siglo XIX aportando técnicas agroindustriales en ese siglo. Uno de los mayores consumidores de café en Europa donde este forma parte de un estilo de vida, ocupa una de las primeras posiciones en importaciones de café verde, La Havre en Normandía es el puerto de entrada principal del café, las empresas como Maison P Jobin & Cie, Volcafé France, Belco, Touton siendo los primeros proveedores de café para Francia, Vietnam y Brasil proveyendo alrededor de 56,000 toneladas anuales de café verde de acuerdo al CBI (Centro de Promoción de Importaciones de países en desarrollo) seguido de Alemania y Holanda. La pandemia no impidió que las personas dejen de consumir café ya que las ventas pasaron de los restaurantes y cafeterías a supermercados impulsando el consumo de cafés ecológicos en todo el país (Forum del Café, 2021).

El Ecuador es uno de los pocos países donde se cultivan dos variedades de café: el Arábigo y la especie Robusta, destacándose su producción en la Provincia de Manabí y Loja. Fue introducido en 1830, a comienzos del siglo XX fue el primer rubro en la exportación de divisas, destacándose siempre en las exportaciones agrícolas del país conjuntamente con el cacao y el banano (Correa, 2011). Uno de los mejores granos de café sigue siendo cosechado en Jipijapa según José Vélez el dueño de Café Vélez, explica que de allí salieron las primeras exportaciones gracias a las pequeñas plantaciones que luego se fueron expandiendo y ampliando un mayor mercado para Ecuador, siendo Loja otra de las provincias del Ecuador que también tuvo gran acogida en este mercado. A inicios de 1900 el puerto de Manta era uno de los que expedía grandes cantidades de café al mercado europeo, posicionándose así Ecuador en uno de los más grandes exportadores de café (IEPI, 2014).

La mayoría de los aficionados al café lo prefieren por su delicioso sabor, pero también por su capacidad de causar desvelo. Quienes no gustan mucho del café lo usan por su efecto terapéutico para aliviar dolores de cabeza e inclusive mantenerse alerta durante periodos prolongados de actividad (Whayne, 2009).

1.1.2. Cafetería

Las cafeterías se las define como establecimientos en donde son especializados en venta de café, bebidas frías y calientes los cuales suelen ser infusiones, batidos, helados, entre otros, así mismo hay platos calientes o fríos como sándwiches, hamburguesas, bocadillos, etc. Las cafeterías suelen encontrarse dentro de instalaciones con gran movimiento de personas. Los cafés son establecimientos especializados más en bebidas como su nombre mismo indica que es el café, té y chocolate caliente, usualmente estos lugares de encuentros son más relajados y pequeños. (Editorial LaRousse, 2014).

1.1.3. Origen y tendencias de las cafeterías

Las cafeterías datan de varios siglos atrás; según estudios se ha descubierto que los primeros cafés existieron en Estambul en 1550 donde era frecuentado por hombres sabios y religiosos siendo el café la bebida principal ofrecida en estos locales. A lo largo de los años los cafés se van llenando cada vez más por toda clase de personas. A partir del siglo XVII empiezan a ser frecuentados por políticos, artistas e intelectuales llegando a ser uno de los principales lugares de reunión donde sucedieron importantes hechos históricos. Años después el café se

fue expandiendo hasta llegar a Europa siendo Francia, Inglaterra, Italia y Austria de los primeros países en gustarla. (Muñoz, Rocío, Lozano, & Rocío, 2015).

En 1672 en París se establece el primer local abierto al público por un Armeniano llamado Pascal en la avenida Saint German; luego de esto el siciliano Procope abre en 1689 un Café literario en Rue l' Ancienne Comédie, donde los meseros llevaban guantes blancos y servían el café en bandeja de plata. La cafetería Procope fue visitada por varios artistas, políticos y literarios como Voltaire, Rousseau, Diderot y l' Alembert creadores de l' Encyclopédie. (Azcoytia, 2013). En Francia, principalmente en París es notorio ver cafeterías una a lado de la otra, cada una ofreciendo un ambiente diferente siendo estos los lugares favoritos de las personas de diferentes culturas para reunirse y discutir temas de interés mientras toman una taza de café o té. Con un consumo de 5,6kg de café por comensal Francia se ubica dentro de los 10 principales importadores de café en Europa, ya sea preparado en casa o con la famosa prensa francesa que data del año 1900, la que funciona con café molido cocado en el fondo y se va agregando el agua hervida previamente, se mezcla y se deja reposar unos minutos, luego se presiona con la prensa firmemente y el café va subiendo hasta que está listo para servir. El café expreso o café largo más conocido como café americano es el más disfrutado en el día a día, aunque por la noche después de la cena se toma el café con coñac como un bajativo.

En los países asiáticos como Japón existen miles de cafeterías temáticas entre ellos se hallan los neko café, que son cafeterías en donde se encuentra una gran variedad de gatos, este tipo de cafeterías ha ido creciendo en Japón y en Taiwán ya que muchas veces es prohibido tener una mascota en el departamento. En Taiwán se puede encontrar una cafetería dedicada a la famosa muñeca Barbie que va desde las paredes, mesas, sofás, ambientado a una casa de muñecas en escala real, en donde ofrecen comida rápida, hasta macarrones, helados y pasteles. En la ciudad de México D.F. existe una cafetería inspirada en la película de Harry Potter, creada por fans esta cafetería ofrece desde la decoración del establecimiento, muebles, el menú en el que se muestra los platos y hasta incluso la comida, da la sensación a los comensales de viajar a un lugar mágico por un segundo y disfrutar del lugar (Cultura Colectiva.com, 2015).

La cafetería librería “9 tres cuartos” localizada en Medellín, Colombia, es un lugar diseñado para los amantes de los libros y el café, con unos sillones geométricos ubicados en el centro de la cafetería son diseñados principalmente para los más pequeños del hogar para que disfruten de la lectura de una manera más divertida (9trescuartos, 2017).

En la ciudad de Guayaquil, Ecuador, dentro de las cafeterías más antiguas que se pueden encontrar está la conocida cafetería “La Palma” ubicada en Luque 123 y Pichincha, en el sitio donde en el año 1898 funcionaba la cafetería La Luna. Fue el español Florencio Cabanas quien la adquirió en 1901 y le cambió la razón social; esta cafetería recibió presidentes, revolucionarios, políticos, deportistas, etc. Actualmente sigue funcionando en el mismo sitio y tiene una sucursal en la ciudadela Urdesa. Esta cafetería forma parte de los sitios icónicos de la ciudad de Guayaquil. (Dulcería La Palma, 2016)

Ahora en siglo XXI es común encontrar varias cafeterías; una de las más conocidas en la ciudad de Guayaquil es “Sweet & Coffee” y el “Café de Tere” llegando a ser los puntos de encuentro favoritos de los habitantes de la ciudad para tomar un café. Por otro lado, se reconoce a la cafetería-librería llamada Chartres Café ubicada en la ciudad de Cuenca, porque hace mención a una catedral ubicada en Francia; creada por el venezolano Alfonso Hernando con más de 150 libros filosóficos, de autoayuda y demás, están a disposición del lector sin costo alguno, ofrece además de café, las hamburguesas de camarón, jamón serrano, jugos y una variedad de quesos hechos en Cuenca para poder disfrutar de un tiempo tranquilo (EL Mercurio.com, 2014).

1.1.4. Clasificación de cafeterías

De acuerdo a la Ordenación turística de restaurantes, cafeterías y bares de la comunidad autónoma de Castilla y León (Arrollo Silva, 1999) esta se clasifica en las siguientes categorías:

1.1.1.1 Cafetería de primera categoría:

- La entrada de los clientes es independiente de la del personal.
- Contará con refrigeración, teléfono y calefacción.
- Servicios higiénicos independientes para damas y caballeros.
- La decoración y muebles ira acorde al tipo de establecimiento.
- La cubertería, vajilla y cristalería será de calidad al igual que la máquina de café.
- Mostrador adecuado a la categoría y capacidad del local.
- Vestuarios del personal independientes para dama y caballero.

- El personal vendrá debidamente uniformado de acuerdo al rango.

1.1.1.2 Cafetería de segunda categoría:

- Teléfono para uso público.
- La entrada del personal será independiente de la del cliente.
- Los servicios sanitarios serán independientes para hombre y mujer, el cual contará con agua caliente y fría en los lavabos.
- Cubertería, vajilla y cristalería de calidad, la cafetera y frigorífico también.
- El mostrador de acuerdo a la capacidad del establecimiento.
- El personal estará uniformado según sea el rango.
- Vestuarios y baños independientes para el personal femenino y masculino.

1.1.5. Origen y evolución de la repostería

La repostería es una parte de la actividad gastronómica encargada de la preparación, cocción y decoración de platos dulces como las galletas, pasteles, flanes y demás los que pueden ser fríos o también calientes. Es así como algunos de los dulces que se conocen en la actualidad a medida de los años han ido evolucionando. Los inicios de la pastelería se remontan a la prehistoria, realizando mezclas hechas a base de dulces con frutas, semillas y miel silvestre, siendo en la era neolítica cuando se crea la primera galleta hecha de una pasta de cereales cocida sobre una piedra caliente por el sol. El Imperio Romano en el siglo IV a.C. forma el *pastillariorum* que separaba los pasteleros de los panaderos. Proveniente de Nueva Guinea, la caña de azúcar era usada hace 8.000 años como adorno en jardines, pero también la cortaban y masticaban por su dulce sabor, luego se va expandiendo hacia la India en donde cosechan y adquieren la miel de caña que sustituye a la miel de abeja para la fabricación de los dulces.

Años después los griegos y romanos empiezan a evolucionar el arte de la pastelería utilizando el azúcar cristalizado. Considerado como golosina exquisita por los árabes que también era dicho que tenía propiedades curativas se hace popular dentro del mundo árabe la

elaboración de dulces de azúcar con frutos secos, con la llegada del cacao el consumo del azúcar crece en Europa gracias a la mezcla que se obtenía del cacao y el azúcar. Varias de las historias de los dulces y pasteles nacen de la necesidad de hallar maneras para preservar los alimentos, como calentar la leche con azúcar y dejando que se concentre, así se obtenía un producto dulce, también se incursionó en la mezcla y cocción de diferentes frutas y azúcar creando la mermelada.

El 1566 en el reinado de Carlos IX se crea la Corporación de Pasteleros quienes enseñaban la profesión, más tarde aparecen los helados y petisus; un siglo después descubre el uso de la levadura biológica en la fabricación de masas para pasteles y panes, llegando hasta el siglo XX trabajando en el dominio de frío y calor, innovación en la cocción, refrigeración y conservación de alimentos (Confederación Española de Empresarios Artesanos de Pastelería, 2016).

1.1.6. La tradición repostería francesa

Considerado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en el 2010, la repostería francesa es conocida por todo el mundo por sus crepes, mil hojas, macarrones, crème brûlée, etc. La historia de la repostería francesa se remonta a la edad media cuando los pasteleros realizaban pasteles y patés de carne, verduras, queso o mariscos, al igual que los conocidos “beignets” que en esa época estaban en auge, los cuales eran fabricados con harina, huevos y salsa de higos. Le Viander es el primer libro culinario escrito por el cocinero real Guillaume Tirel en 1379; este manuscrito es considerado como base importante dentro de la cocina francesa.

En ese siglo para poder abrir una pastelería el pastelero debía saber realizar 500 pasteles grandes, 300 pastelillos y 200 panecillos en un solo día. Luego en 1506 se crea la primera crema de almendras o Pithiviers. Tras la llegada de Catherine de Médicis de Italia hace que la repostería francesa comience a surgir. Durante el reinado de Carlos IX en Francia aparecen nuevas profesiones y les da a los pasteleros el título de “Maestros del arte de la pastelería y oblero”. El pintor y también pastelero Claude Gelée inventa la conocida masa de hojaldre en 1630. Al pasar de los años la repostería va surgiendo siendo Antonin Careme el pastelero más reconocido de la época creando los vol au vant, merengues, croquembouche y perfeccionando el hojaldre. El “Mil Hojas” nace en 1865 creando sensación en toda la ciudad de Paris; el famoso “Tronco Navideño” hace su aparición en el año 1879 (Pastelería Tartamiel, 2014).

Marco referencial

1.1.7. Cafeterías Pet Friendly en el mundo

La primera cafetería conocida con acceso a animales se abrió en Taiwán en 1998 el que permitía el acceso a los gatos y en Tokio en el 2004, a partir de ahí se empezaron abrir más de cuarenta establecimientos que permiten el acceso a animales, no solo gatos, sino también perros, aves, reptiles, conejos, etc. El Cat Flower Garden ahora llamado Cafe Dogs & Cats donde tienen 15 gatos, 3 perros y hasta un pájaro, está cafetería vende no solo cafés, dulces, alcohol o infusiones, sino que también golosinas para que el cliente le pueda ofrecer a los gatos residentes del lugar, algunas ocasiones los gatos se acercan y se acuestan en las piernas de los comensales.

Figura 1 Cafetería Dogs & Cats 1998



Nota. Tomado de: Nekocafe1998, Mayo 15, 2022.

<https://www.facebook.com/nekocafe1998/photos/7414536731950881>

Seúl es un éxito en cafetería con perros al igual que en Tokio muchos de los japoneses no pueden tener mascotas en casa o no tienen tiempo para cuidar de ellos, por ello acceden a estos tipos de cafeterías para poder disfrutar de un ambiente agradable y placentero junto a un café y un animal.

De a poco se empieza a expandir la tendencia de los cafés con acceso a animales en todo el mundo principalmente en Alemania, Austria, Francia, Bélgica y Holanda, de tal manera que ahora es normal ver en restaurantes, heladerías, hoteles, transporte público y cafeterías a los dueños compartiendo tiempo de calidad junto a su mascota (Ávila, 2015).

En Corea, España, Inglaterra, Francia, Estados Unidos y Japón existen una subcultura que ha ido creciendo en todo el mundo que permite la entrada de animales de compañía a establecimientos públicos. El Bau House Dog Café localizado en Seúl es una cafetería en el cual la mayoría de personas que visita el establecimiento son estudiantes, parejas o familias con hijos que no tienen tiempo o viven en departamentos muy pequeños que no les permiten tener mascotas, en Bau House Dog Café ofrece esa posibilidad de tomar un cappuccino y la posibilidad de acariciar y jugar con los canes o incluso darles bocadillos que la cafetería mismo ofrece (Bau House Dog Cafe, 2011).

Figura 2 Cafetería Bau House Dog



Nota. Tomado de: "BAUHAUS (DOG CAFE)" por helloooalo, Abril 25, 2015.
<https://helloooalo.wordpress.com/2015/04/24/bauhaus-dog-cafe/>

Una Labrador Retriever llamada Arena es la encargada de recibir a todos los clientes que entran a El Dolç Bombonet localizado en Vilafortuny, España. Arena es la anfitriona de los perros que se acercan a socializar, probar cervezas especiales, comer tapas y galletas especialmente hechos para los canes, los invita a jugar y pasar un rato agradable (Tarragona, 2016).

Figura 3 El dolç Bombonet



Nota. Tomado de: Viaje cuatro patas, 2016. <http://www.viajes4patas.com/restaurantes-pet-friendly.html?pid=1491&sid=2368:Cafeteria-Canina-El-Dolc-Bombonet>

El Londres se puede encontrar “The Curious Canine Kitchen” un restaurante creado por una chef quien es especialista en comida sin gluten y orgánica. En este restaurante, por 20 euros por comensal el can obtiene un menú de cinco tiempos incluido bebidas. El menú de Stephenson es inspirado por el libro “The Complete Herbal Book for the Dog” por Juliette de Bairacli en 1955, el manuscrito habla de la importancia de nutrir al can con comida natural y saludable en lugar de la procesada, es como los humanos, los perros necesitan también comer comida balanceada hecha con ingredientes naturales para una vida más saludable (Stephenson, 2016).

Figura 4 Restaurante The Curious Canine Kitchen



Nota. Tomado de: Daily Mail por: Anucyia Victor, Abril 08, 2015.
<https://www.dailymail.co.uk/femail/food/article-3030005/Britain-s-holistic-pop-restaurant-DOGS-open-London.html>

1.1.8. Cafeterías y sitios Pet Friendly en Francia

Entre los países dog friendly, Francia se encuentra entre los primeros siendo así el famoso tren Thello viaja hasta Italia permitiendo que los canes viajen sin importar el tamaño o raza. A diferencia de su país vecino, España, en Francia se permiten más la entrada de animales de compañía en distintos lugares como parques, restaurantes, hoteles, etc., uno de ellos es el parque Castel des Deux Rois ubicado en las costas de Nice es un espacio que permite la entrada de los canes para que puedan correr libremente, este parque cuenta con estaciones para mascota en los que se puede encontrar bolsas para los desechos de los animales.

Figura 5 Tren Thello



Nota. Tomado de: Medium, por Matt Gosden, Septiembre 26, 2019.
[https://medium.com/travelling-with-a-dog-london-to-greece-by-public-transport-mattgosden -bd705647cd9c](https://medium.com/travelling-with-a-dog-london-to-greece-by-public-transport-mattgosden-bd705647cd9c)

A partir de mayo del 2010 la ciudad de Niza crea once espacios para que los perros puedan estar en libertad en algunos parques incluyendo ciertas playas, una de ellas es la playa Lentral en espacio de 320 metros en la calle Promenade des Anglais mostrando una estatua de un perro sentado en una silla salvavidas donde indica hasta donde es el límite de esta. La playa tiene unas duchas para que los canes puedan bañarse luego de jugar en el mar, así como distribuidores de fundas si no cuentan con uno (France Bleu, 2021).

Figura 6 Playa Pet Friendly en Lenval, Niza



Nota. Tomado de: France Bleu (Radio France) por Luc Chemla, Junio 24, 2021.
<https://www.francebleu.fr/infos/societe/une-deuxieme-plage-accessible-aux-chiens-a-nice-1624488059>

A veinte kilómetros de París un restaurante gourmet llamado Les Ecuries de Richelieu con un cartel que dice “Aceptamos perros, banqueros prohibidos, con derecho de admisión por 70,000 euros, esto se debe ya que cuando el propietario Alexandre Callet quería obtener un préstamo para abrir su negocio recibió respuestas negativas por parte de ellos, esto lo inspiró a ser paciente y ahorrar más dinero, luego al segundo año recibe la famosa estrella Michelin.

Figura 7 Les Ecuries de Richelieu



Nota. Tomado de: Mis Animales (LES ECURIES de RICHELIEU), por Yamila Papa Pintor, Agosto, 2016. <https://misanimales.com/un-restaurant-ubicado-en-paris-ingreso-perros-banqueros/>

Chat Mallows Café localizado en París es una pequeña cafetería donde se puede disfrutar de una cerveza, un café hasta un helado junto a la compañía de un gato, bajo el concepto asiático de un cat-café este sitio invita a los comensales a calmarse y cargarse de las buenas energías que brindan estos peludos seres mientras comen una dona con un té caliente (Chat Mallows Café, 2018).

Figura 8 Cafetería Chat Mallows Cafe



Nota. Tomado de: "Chat Mallows Cafe", Agosto 2018. <https://www.chatmallowscafe.com/le-concept/>

Le Cafe des Chats, un restaurante con gatos, abierto al público desde el año 2013 en la ciudad de Paris. También un salón de Té, Le Café des Chats tiene 12 gatos adoptados de entidades de protección animal. Es un lugar donde puedes comer un croissant, quiche o tomar un café en compañía de los gatos o simplemente ir a verlos (Le Cafe des Chats, 2019).

Figura 9 Le Cafe des Chats



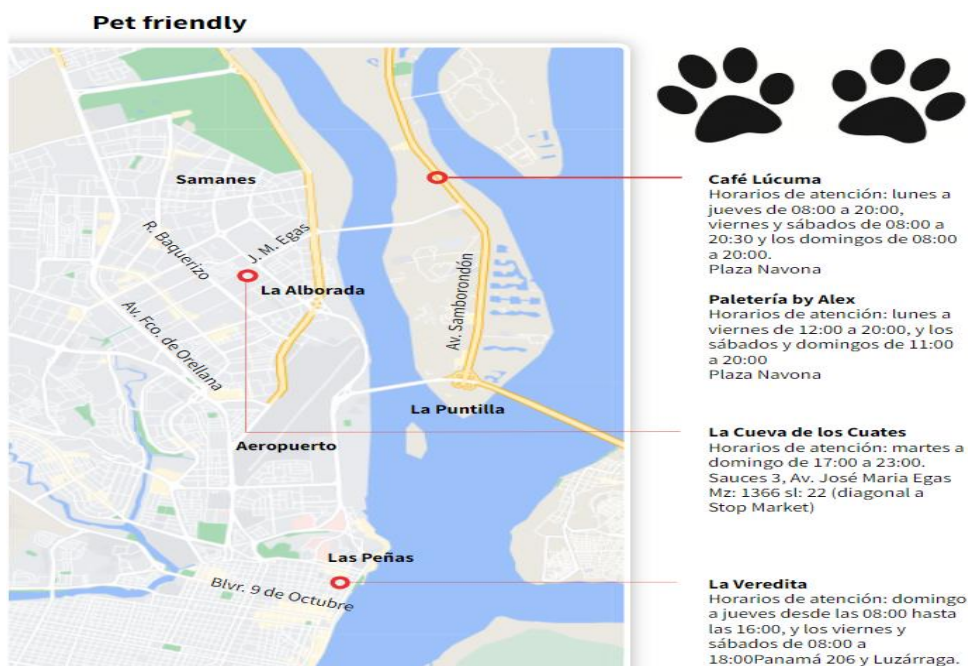
Nota. Tomado de: Le CAFÉ DES CHATS, Febrero 2019. <https://lecafedeschats.fr/>

1.1.9. Cafeterías Pet Friendly en Ecuador

En la ciudad que Quito y Guayaquil se pueden encontrar varios sitios Pet Friendly como hosterías, pizzerías, cafeterías, panaderías y restaurantes en que se puede compartir el tiempo con el perro. Actualmente en Ecuador no existe una regla que explique cómo deben de interactuar los dueños y sus mascotas en estos espacios. Pero hay cinco normas de convivencia que se deben cumplir de acuerdo a los dueños de los lugares pet friendly en los que constan los siguientes:

1. El animal tiene que portar un collar de identificación y cadena para evitar que deambule por el lugar.
2. Si la mascota hace sus necesidades biológicas dentro del establecimiento, el dueño es el único responsable de limpiar todo.
3. El propietario debe actuar con energía si el animal se altera o tiene una actitud agresiva que irrumpa la tranquilidad de los demás.
4. Si la mascota causa algún daño, el dueño será totalmente responsable y asumirá la reparación de los daños.
5. El responsable del animal nunca puede dejarlo solo.

Figura 10 Mapa de sitios Pet friendly en Guayaquil



Nota. Tomado de: El Expreso, por Madelayne Lynch Lucas, Enero 22, 2022. <https://www.expreso.ec/guayaquil/opciones-pet-friendly-disfrutar-tus-mascotas-120383.html>

En Quito, Cumbaya y Guayaquil existe un establecimiento de paletas o helados que son hechos de manera artesanal, llamado La Paletería by Alex, este cuenta con paletas hechas a con frutas como naranja y fresas, con formas variadas. La dueña explica que se maneja con un concepto pet friendly que hasta los perros pueden degustar de ellas ya que se elaboran con productos aptos para el consumo animal.

Figura 11 La Paletería by Alex



Nota. Tomado de: La Paletería by Alex, Abril 12, 2022.

<https://www.facebook.com/lapaleteriaec/photos/pcb.1323849711359243/1323849621359252/>

Jürgen Café es una de las cafeterías, panadería y pastelería Pet Friendly ubicada en la capital del Ecuador, Quito, que se interesan por el bienestar de las personas y mascotas. Fue establecida en el 2013 y al cabo de tres años la acogida fue exitosa que se convirtió en franquicia existiendo en la actualidad cuatro cafeterías (Jürgen Café, 2016)

Figura 12 Cafetería Café Jürgen.



Nota. Tomado de: Jürgen Café, por Panadería Jürgen, 2016,
https://www.facebook.com/jurgen.cafe.quito/?ref=page_internal

En Quito hay otros espacios Pet Friendly donde el dueño puede ingresar con su mascota sin inconvenientes, desde hoteles hasta centros comerciales. Entre ellos están:

- Café Mosaico
- Cafetería Jürgen
- Restaurante Al Mio Modo
- Pizza SA
- Hotel Café Cultura
- Hotel La Rábida
- Hotel Capitan Inn
- Hotel Hilton Colon
- Hotel Sheraton
- Posada Tambuca
- Centro Comercial Iñaquito

Figura 13 Espacios Pet Friendly en la ciudad de Quito



Nota. Tomado de: El Telégrafo, por Verónica Endara, 2016.

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo-dia/51/cada-vez-hay-mas-zonas-en-quito-que-reciben-a-clientes-con-sus-mascotas>

En Cumbaya localizado a las afueras de Quito se encuentra la panadería Wuffins, donde se puede disfrutar de snacks, pasteles de cumpleaños y galletas con sabores de manzana, banana, avena, si se desea realizar una fiesta para el can también venden accesorios para fiesta como gorritos saludables hechos con recetas a base de avena, miel, manzana, banana y algarrobo para que puedan disfrutarlo ambos.

En las calles Panamá 206 y Luzarraga está localizada la Veredita Café un restaurante que nace en el 2020 en plena pandemia con el propósito de emprender y formar empleo. Ofreciendo desde desayunos, piqueos, jugos detox, postres, bebidas calientes y frías hasta platos típicos con un estilo gourmet, un lugar donde hasta el can puede ordenar una sopa de pollo hecha especialmente para ellos siendo este el plato favorito de los perros (Expreso, 2022).

Otro lugar para disfrutar con su mascota es Mercado Rosa Café localizado en las terrazas en Samborondón. Este sitio ofrece galletas, helados y pasteles con ingredientes aptos para perros, incluso se puede celebrar el cumpleaños de ellos ahí o tomar el brunch o la hora del té este coffee shop también tiene servicio de delivery para los que no desea salir (Mercado Rosa Café, 2020).

Figura 14 Cafetería Mercado Rosa Café

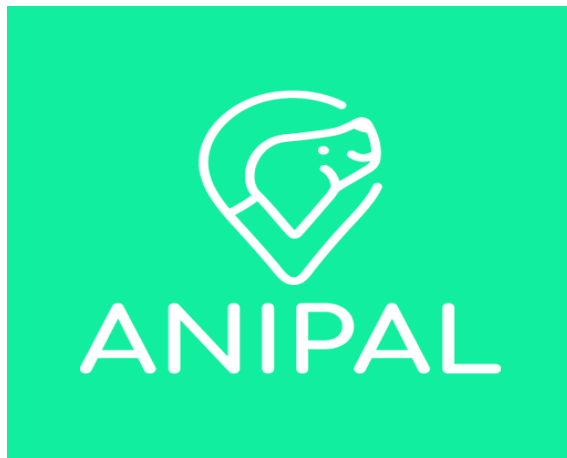


Nota. Tomado de: Mercado Rosa Café, Agosto 2020.
<https://www.instagram.com/p/CDZda9GjCug/>

1.1.10. Movimiento pet friendly

La página web BringFido es el más grande sitio en internet para viajeros que poseen mascotas alrededor del mundo. Este sitio permite conectar a las personas por medio de su página o aplicación con más de 500,000 sitios pet friendly por todos los países para saber que restaurantes, cafeterías, hoteles, parques etc., tienen permitido entrar con sus animales de compañía. La fundadora Melissa Halliburton en el año 2004 luego de rescatar a su primer perro, Rocco, decide realizar este sitio web ya que le era difícil encontrar sitios pet friendly a los que viajaba haciendo de esto su misión. en Inglaterra existe una aplicación para el celular que permite encontrar restaurantes pet friendly cerca de donde se encuentre ubicado. En otros países como México, Estados Unidos, Canadá y España sucede lo mismo, pero con páginas de internet donde puede visualizar una lista de restaurantes amigables con los perros. Actualmente en Ecuador existe una aplicación llamada Anipal donde se puede reportar mascotas perdidas o que se encontró en la calle, ver anuncios de adopción de mascotas, encontrar sitios de interés para la mascota como son veterinarias, parques, etc. (Anipal, 2018).

Figura 15 Aplicación Anipal



Nota. Tomado de: Anipal, Octubre 9, 2018.
<https://www.facebook.com/Anipalec/photos/a.184613205452520/322533951660444/>

Así como existen establecimientos amigables con las mascotas también se puede encontrar transporte con este movimiento, en Guayaquil hay dos compañías de taxi amigo: Auto Pet y Taximascotas, esto nace ya que es difícil encontrar taxis que te lleven con tu mascota si se tiene una emergencia o simplemente porque no se la puede dejar sola en casa. Tan solo llamando se puede pedir que lo recojan y el auto llegara para llevar al animal con su dueño o también solamente la mascota al destino que sea necesario. Así como existe taxi para transportar a la mascota la conocida aplicación Uber también se suma a esta, teniendo la opción de pedir Uber Pet en Quito y Guayaquil, el usuario al elegir Uber Pet podrá visualizar el dibujo una persona con un perro y cada viaje que se realice mediante Uber Pet donará una ración de comida al Refugio de Amigos de Isabella (El Universo, 2022).

Figura 16 Taxi Auto Pet



Nota. Tomado de: Autopetecuador, por Autopet, Diciembre 8, 2015.

<https://www.facebook.com/autopetecuador/photos/a.946637282049010/946637288715676/>

Enviando un correo electrónico a bienestaranimal.credencial@guayaquil.gov.ec con los datos del animal (nombre, raza, fecha de nacimiento, dirección, etc.), carnet de vacunación original, fotos tamaño carnet de la mascota, planilla de consumos básicos y copia de la cedula del propietario, todo esto se envía al correo mencionado previamente y espera la respuesta donde indicaran el día y la hora para ir a retirar la cedula.

1.2 Marco legal

Para que la cafetería francesa con acceso a canes sea factible es necesario revisar las normativas vigentes y cumplir varios requisitos legales.

El Código Orgánico del Ambiente COA (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017) aprobado en abril del presente año, tiene como finalidad asegurar el derecho de las personas a habitar en un entorno sano y ecológico, al igual que conservar los derechos de la naturaleza, regular y fomentar el bienestar y la conservación animal. El artículo 145 sostiene que el dueño de un animal de compañía tiene que cumplir las necesidades como:

1. La alimentación, agua y casa, según la especie que sea;

2. Un trato libre de hostilidad y maltrato;
3. Atención veterinaria;
4. Respetar la conducta natural del animal, dependiendo de su especie.

El COA así mismo prohíbe en el artículo 146, los actos que afecten a los animales tales como:

1. Usar la brutalidad o la zoofilia;
2. Estropear, dañar o abandonar animales;
3. Darles alimentos en mal estado o que no sean aptos para ellos,

químicos peligrosos, drogas o medicina que pueda ocasionarle algún malestar o la muerte (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017).

La Ley de Turismo (MINTUR, 2008) establece en su artículo cinco que se consideran actividades turísticas, entre otras, las que son realizadas por personas naturales o jurídicas que realicen prestación de servicios de expendio de Alimentos y Bebidas, así como también en su Art. 6 señala que los actos que se dispongan para las actividades señaladas en la Ley de Turismo serán sujetas a las normas técnicas y de calidad, reglamentos y cuerpo legal correspondiente.

Literal a del artículo 43 del Reglamento de alimentos y bebidas del Ecuador indica que la actividad de alimentos y bebidas es la prestación de servicios gastronómicos cuya acción financiera esté relacionada a la elaboración, prestación y comercialización de alimentos y bebidas para consumo. Las disposiciones del reglamento señaladas en el artículo 2 son de uso y cumplimiento obligatorio para las personas que se dediquen a la realización de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.

1.1.11. Reglamento de alimentos y bebidas sobre cafeterías

El propósito del reglamento es regular, catalogar, controlar y establecer los requerimientos necesarios para la realización de la operación turística de alimentos y bebidas, en el cual el nuevo reglamento de alimentos y bebidas firmado por el Sr. Ponce de León en el año 2018, lo enumera en siete categorías las cuales son restaurantes, bares, cafeterías, discotecas, establecimientos móviles, plazas de comida y servicios de catering. Esto se

centraliza en mejorar la calidad del servicio, BPM y la infraestructura, se refiere a que estos establecimientos cumplan con servicios de calidad, la adecuada manipulación de comida y que tengan el espacio apropiado. Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que sean registrados como cafeterías, bar y restaurante deberán informar por medio de la Autoridad Nacional de Turismo el tipo de servicio que brindan sean estos: menú, autoservicio, buffet, menú fijo, servicio a domicilio o servicio al auto. Los sitios se podrán reconocer de acuerdo a su categoría sea tenedores si es restaurante, tasas si se trata de cafetería o copas que son bares y discotecas. Dentro de la sistematización de los sitios turísticos de alimentos y bebidas según sea su tipo de servicio estos se categorizan de la siguiente forma siendo las cafeterías en: dos tazas y una taza, de manera que dos tazas es la mayor categoría y una taza la menor categoría. El artículo 18 del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas establece que los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se catalogan mediante un procedimiento de puntuación, este reglamento indica requisitos que son obligatorios para poner en marcha un establecimiento turístico. La Agencia Nacional de Turismo contara con una plataforma digital de uso obligatorio en el cual se recibirán y gestionaran las solicitudes para la obtención del registro, reclasificación, tipificación, actualización, reingreso o invalidación de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, en el que se le adjuntara el cumplimiento de los requisitos para la clasificación y categorización. Si el local cumple con los requisitos se le avisará al interesado para acoger el pago de la contribución (\$1000) y demás obligaciones que estén incompletas, luego de realizado los tramites indicados y haber cancelado el monto solicitado se emitirá el registro de turismo. A partir de la declaración del registro la Agencia Nacional de Turismo efectuara reconocimientos a los establecimientos para validar el acatamiento de los requerimientos establecidos por el cuadro legal. Una vez finalizado la inspección se firmarán 2 copias del acta respectiva entre la autoridad nacional de turismo y un representante del local, el cual servirá de constancia del proceso realizado. Una copia del documento será entregada al establecimiento.

Constitución de la empresa

Para poner en funcionamiento la propuesta de la cafetería, el primer paso que se debe realizar es la constitución de la sociedad jurídica. Según la Ley de Compañías (Congreso Nacional, 2014) para conformar una empresa es necesario seguir los siguientes pasos:

1. La compañía se la puede constituir de manera electrónica ingresando el portal de la Superintendencia de Compañías haciendo click donde dice la opción “Portal de Constitución Electrónica de Compañías”.

2. Después de ingresar el usuario y la contraseña se siguen los pasos indicados en el portal y se mostrará un formulario en el que se colocarán los datos de compañía, información de los socios o accionistas, representantes legales, pago de capital y documentos varios.

3. Luego de llenar todas las secciones del formulario se mostrarán los valores por servicios notariales y registrales, selecciona la notaria de su preferencia y presiona el botón Iniciar Tramite, una vez confirmado que el trámite fue correcto el sistema mostrará el número de identificación correspondiente.

4. Recibirá un correo electrónico el cual le indica los valores a cancelar en el Banco designado para este efecto (Superintendencia de Compañías).

Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Una vez constituida la sociedad, es necesario cumplir con la reglamentación tributaria, comenzando por obtener el número de RUC que es el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que realicen una actividad económica en Ecuador, de forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales tengan que pagar impuestos al estado (Servicio de Rentas Internas, 2015). La entidad encargada de gestionar y otorgar el RUC es el Servicio de Rentas Internas (SRI). Requisitos para obtener el RUC:

- Copia a color de la cedula o pasaporte.
- Copia de la última papeleta de votación.

- Entregar la copia de un documento que certifique el domicilio de la persona que va a solicitar el RUC.

1.1.12. Obtención de la patente municipal

Requisitos obtener la patente municipal:

- Certificado de Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Presentar la copia de la cedula
- Presentar el último certificado de votación
- Descargar, imprimir y llenar el formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” en la página (Municipalidad de Guayaquil.com, 2012).

1.1.13. Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud

Otro de los documentos que se necesita es el Permiso de Funcionamiento que otorga el Ministerio de Salud para poder establecer la cafetería y su costo depende del tipo de local. Los requisitos para obtener este Permiso de Funcionamiento son:

- Formulario de solicitud que no tiene costo.
- Copia del Registro Único de Contribuyente.
- Copia de cedula del representante legal del establecimiento.
- Plano del establecimiento.
- Croquis donde se encuentra localizado el establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

1.1.14. Registro y permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo

Las cafeterías como establecimiento turístico deben registrarse en el Ministerio de Turismo el cual calificará el local de acuerdo a las características que el establecimiento tenga. Los requisitos para el permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo son:

- Cédula de ciudadanía (ecuatorianos) - pasaporte (extranjeros).
- Patente Municipal.
- Permiso de ARCSA.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- RUC (Ministerio de Gobierno).

1.1.15. Requisitos generales y obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas.

1. Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad.
2. Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.
3. Contar con iluminación de emergencia.
4. Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.
5. Contar con dispensador de jabón, toallas de mano desechables y desinfectante en el área de preparación de alimentos.
6. Los alimentos deben de estar en estanterías o repisas limpias a una distancia de 15cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben de tener contacto con el piso, deben ser materiales de limpieza fácil.
7. La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías en buenas condiciones, limpios una distancia de 15cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben de tener contacto con el piso.
8. Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento por la autoridad competente.

9. Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.
10. Contar con baños sanitarios en cumplimiento con el marco legal vigente.
11. Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos exhibidos al público y legibles.
12. Contar con el personal uniformado de servicio.
13. El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.
14. Contar con botiquín para primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido por el reglamento.
15. Contar con registros visibles de limpieza diaria de baños.
16. Contar con registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento.
17. Los horarios del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.
18. Contar con bodega y/o compartimientos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de menaje y limpieza.
19. Contar con un registro documental de control de plagas.
20. Contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.
21. Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias y protegidas contra el ingreso de plagas.
22. El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.
23. Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.
24. Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.

25. Focos y lámparas de techo deben aislarse con protectores en caso de rotura en áreas de producción.
26. Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes, está prohibido el uso de madera y cerámica.
27. Contar con salidas de emergencia identificadas y habilitadas.
28. Contar con suministro continuo de energía eléctrica.
29. Contar con políticas interna en el que se mencione el horario a los proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.
30. El personal de servicio conoce con detalle el contenido de la carta.
31. El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.
32. Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica.

Los requisitos Los establecimientos de alimentos y bebidas que no obtengan el registro de turismo no podrán funcionar ni vender como sitios turísticos.

1.1.16. Permiso de Bomberos

Este permiso para el funcionamiento de la cafetería lo otorga el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, para lo cual deben cumplirse los siguientes requisitos:

1. Llenar la solicitud de inspección de locales comerciales.
2. El informe respectivo del Inspector del Cuerpo de Bomberos.
3. Documentos:
 - Copia de la cedula del representante legal de la organización.
 - Copia del Registro Único de Contribuyente .
 - Copia de consulta de Uso de Suelo.
 - Copia de la factura de la compra de los extintores.

- Copia del Permiso de Funcionamiento.

1.1.17. Certificado del Medio Ambiente

Este certificado es otorgado por La Municipalidad de Guayaquil para saber se deberá obtener licencia ambiental y si se cumple con las ordenanzas ambientales estipuladas por la Secretaria del Medio Ambiente, detallando el uso correcto de la trampa de grasa, reciclaje de materia orgánica e inorgánica, campana de gases, etc.

Requisitos:

- Descargar y llenar el formulario
- Copia del RUC.
- Copia a color de la cedula de identidad.
- Copia de la última papeleta de votación.

1.3 Marco conceptual

Animal de compañía: el integrante de la familia humana perteneciente a otra especie denominado mascota destinado a satisfacer las necesidades de compañía y afecto del ser humano (Botanical online.com, 2016).

BPM: Buenas Prácticas de Manufactura, son todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos que se toma en cuenta al momento de realizar un producto para su consumo (TÜV Rheinland, 2017).

Café: se conoce como la bebida elaborada por medio de la infusión de la semilla tostada y molida, el café también trata de una bebida socializadora, ya que por lo general grupos de personas se reúnen a beber una taza de café (Porto & Merino, 2009).

Cafetería: es un local donde se sirven café, té, entre otras bebidas acompañado a veces de dulces y comida (Porto, 2016)

Can: mamífero de cuatro patas que pertenece a la parentela de los cánidos, de dimensiones, apariencia diferente, son conocidos por su lealtad, ser listos y su sentidos nasales (RAE, 2017).

Convivencia: es la acción de convivir, ligado a la coexistencia pacífica y armoniosa entre un grupo dentro de un mismo espacio (Pérez & Gardey, 2010).

Cultura: el termino proviene del latín cultus que hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre (Porto, 2008).

Doméstico: del latín domesticus, de domus que quiere decir casa. Perteneciente a la casa u hogar (RAE & Asociación de Academias de la Lengua Española, 2017).

Establecimiento: lugar en el que se realiza una actividad comercial, industrial u otro tipo, que se desarrollan mediante la intervención de mano humana o medios automáticos (Municipalidad de Guayaquil.com, 2014).

Factibilidad: es la accesibilidad de los medios necesarios para realizar los propósitos o metas deseadas (Alegsa.com, 2016).

Panadería: un negocio especializado en la producción y venta de varios tipos de pan, al igual de otros productos hechos a base de harina y otros ingredientes (Balderrama, 2017).

Pet Friendly: quiere decir que los animales domésticos son bienvenidos en un establecimiento que permite la convivencia entre personas y animales (Cambridge Dictionary, 2016).

Repostería: es la destreza y profesión de un repostero, el de crear masas hechas a base de harina y agua, decorar y diseñar pasteles, tartas y demás (RAE, 2017).

Capítulo 2: Análisis Situacional

Guayaquil es la capital de la Provincia del Guayas con aproximadamente 2.7 millones de habitantes de acuerdo a las proyecciones del INEC (2010) del cual 51% son mujeres y el 49% son hombres; es la ciudad con un elevado índice de actividad comercial, lo que facilita la implementación de propuestas de negocios de expendio de bebidas; además, en ella se han asentado tradicionalmente grupos de personas emigrantes de diversas localidades nacionales y extranjeras, así por ejemplo, se tiene la Colonia China, Libanesa, Norteamericana, Alemana, entre otras. Para el caso que se analiza, se conoce que existen familias de origen francés que conservan sus tradiciones y particularmente las gastronómicas. En este sentido, no existe una cafetería que se especialice en la preparación de repostería francesa.

Por otro lado, la tendencia hacia el cuidado de los animales de compañía se manifiesta con una fuerte influencia en la ciudad. Aunque todavía no hay un censo con cifras exactas sobre las mascotas en el país la Coordinación Zonal 8 de Salud ha vacunado contra la rabia a 285.801 perros y gatos con propietarios en Guayaquil, y en la zona 8 a 332,674 animales de compañía. En febrero del presente año (2022) empezaron con un plan piloto en Guayacanes y Sauce 6 para determinar el número de mascotas con y sin hogar en la ciudad de Guayaquil (Expreso, 2022).

De acuerdo al visualizador de datos del MINTUR en el 2021 indica que existen como establecimientos registrados entre alojamiento y alimentos y bebidas hay un total de 13.982 sitios donde el 87,78% son microempresas registradas en la ciudad de Guayaquil hay un aproximado de 2000 lugares de alimentos y bebidas, del cual 234 son cafeterías que están registradas en la ciudad de Guayaquil (MINTUR, 2021).

Para analizar los factores que afectan a la propuesta se aplicará en este capítulo dos herramientas de análisis conocidas como PESTA y el análisis de las cinco fuerzas de Porter.

2.1. Análisis de macro entorno: PESTA

Se trata de identificar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que guardan relación con la propuesta, para saber la situación del mercado dentro del país y como influirán a largo plazo en el proyecto que se quiere realizar.

2.1.1 Factores políticos

- El Ecuador es un Estado Constitucional de derechos y justicia, así como democrático, social, soberano, independiente, intercultural, plurinacional, unitario y laico.
- Es un gobierno descentralizado.
- Cambio en la constitución política ecuatoriana
- Cuenta con cinco poderes que son: el poder legislativo que lo representa la Asamblea Nacional, actualmente está conformada por 137 asambleístas, el poder ejecutivo lo ejerce el Presidente de la República, y es responsable de la administración pública, el poder judicial constituido por todos los tribunales del Ecuador, el poder electoral lo conforma el Consejo Nacional Electoral y el Tribunal Contencioso Electoral, el poder de Participación Ciudadana promueve el ejercicio de participación, control social y rendición de cuentas.

Entre las instituciones que regulan los comercios están:

- La Superintendencia de Bancos.
- El Servicio de Rentas Internas.
- El Ministerio de Trabajo.
- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Política de gobierno:

El actual gobierno de Guillermo Lasso plantea el Plan de Creación de Oportunidades, el cual busca mejorar la economía atrayendo la inversión extranjera con la posibilidad de crear más oportunidades laborales, implementar prácticas ambientales. El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, mostró la Guía Nacional de Emprendimiento una página web que cuenta con la información para empezar y poner en marcha emprendimientos tal como capacitaciones, servicios financieros entre otras herramientas que ayudaran para el inicio y proceso del emprendimiento. Durante el

lanzamiento se hizo notar cómo el emprendimiento ayuda al desempeño de las políticas de diversidad e inclusión que permiten el progreso del país.

Legislación laboral:

- Las jornadas no deben superar el máximo de 40 horas semanales, ni de 10 horas diarias.
- El 4% de los empleados estará conformado por personas discapacitadas.
- El salario mínimo vital es de \$ 425 para el año 2022.
- Los trabajadores perciben el 15% de las utilidades netas de cada año.
- La sociedad cumplirá con la obligación de afiliar a sus trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labores.
- El proyecto de Ley Orgánica del Emprendimiento que aprobada en agosto del 2021 favorecen al emprendimiento juvenil, ya que la Secretaría de Educación Superior creara un Bolsa de Emprendimiento que es un sitio en encuentro entre inversores y profesionales que recién culminaron sus estudios universitarios con el fin de promocionar y ayudar monetariamente sus planes de negocios y planes de emprendimiento con la idea de poder generar más plazas de empleo (Asamblea Nacional,2021).
- En enero del presente año (2022) el RISE y el Régimen de Microempresas pasaron a ser RIMPE con una suma de más de 600.000 contribuyentes de lo que va del año. Los emprendedores que deberán presentar un informe al SRI una vez al año y las declaraciones del IVA y el ICE cada seis meses, en cambio si los ingresos no superan los 20,000 dólares anuales se debe hacer un pago anual de 60 dólares y la declaración de los Impuestos de manera (SRI, 2021).

Legislación Tributaria y Societaria:

- La comercialización de alimentos preparados se encuentra gravada con el impuesto al Valor Agregado en tarifa de 12%.
- Los días feriados los establecimientos que cuentan con registro de turismo podrán acceder a la reducción 8% del IVA
- La actividad a realizar generará utilidades que deberán tributar un 22% sobre sus rentas netas, por tratarse de una sociedad.
- La sociedad está obligada a llevar contabilidad y efectuar retenciones en la fuente por las compras que realice.
- Otras obligaciones tributarias son: la entrega de información de compras y ventas en medios magnéticos, reporte de accionistas, reporte de ingresos de los trabajadores.
- La Superintendencia de Compañías es el órgano rector que supervisa las actividades societarias. Deberán reportarse información financiera e informes de administración, comisario y actas de junta general de accionistas.
- Se deberá cancelar la contribución a la Superintendencia de Compañía en base a la información financiera presentada.

2.1.2. Factores económicos

- Hasta abril 2022 se hay una inflación de 2,89% según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC).
- El precio del petróleo hasta enero 2022 se ubicó en 59,2 dólares por barril.
- En lo que va el 2022, la empresa Petroecuador ha vendido 10,8 millones de barriles de crudo lo que representa el 10% del volumen de petróleo útil para la exportación de acuerdo con el gerente de CIP.

- En abril del presente año (2022) el costo de la canasta básica se ubicó en 728,68 dólares a nivel nacional.
- Según datos del INEC hasta el mes de mayo 2022 la canasta básica familiar en Guayaquil: 715,00 dólares.
- El ingreso familiar mensual: 793,33 dólares (Enero 2022).
- España un importante socio comercial ya que en el 2021 las exportaciones no petroleras llegaron a los 460 millones en comparación al año anterior.
- 1,76% el porcentaje del turismo en el PIB del 2021.
- Los mariscos, rosas, frutas tropicales representan la mayor venta a España. Entre el 2018 y 2020 el país recibió más de 1.130 millones de euros en exportaciones de mariscos.

A partir del 2007 el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realiza la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo a nivel urbano y rural. En la última encuesta realizada en junio de 2021 registró una tasa de desempleo de 6,7% a nivel nacional, indicando el 6,7% en el área urbana y 2,6 área rural, habiendo 424.286 personas desempleadas. Por una parte, la tasa de empleo indica que hubo un 74,6 por ciento en el área rural y 45,2 en el área urbana, lo que indica que hay más personas entrando al mercado laboral cada día. Mientras que los subempleados que son 24,5% representando el 25,9% hombres y 22,7% mujeres con subempleo que laboran menos de ocho horas y generan ingresos menores al salario base es de 300.00 dólares.

La última encuesta realizada por ENEMDU en el primer trimestre del 2022 muestra que el desempleo a escala nacional alcanzo el 4,7% en comparación al 2021 disminuyó un 0,4% siendo el sexo femenino menciona una tasa de 5,8% de desempleo mientras que la tasa de empleo adecuado es del 25,5% con un ingreso promedio de 400,30 dólares hasta el mes de abril del 2022, por otro lado, más alta que los hombres con un 3,9%. El adulto mayor de 65 años para arriba la tasa de empleo pleno representa un 14,2% a nivel nacional con un ingreso promedio de 274,10 dólares. En los jóvenes menores de 30 años el desempleo nacional es de 9,3% y las tasas de empleo adecuado representan el 27,4% con un ingreso de 375,70 dólares.

2.1.3. Factores sociales

Entre los factores sociales, se encuentra la calidad de vida, el nivel de educación, la población, etc. Hasta mediados de siglo XX en la región Sierra vivía la mayoría de la población, pero en la actualidad en la región Costa habitan la mitad de los ecuatorianos, siendo la Amazonia la menos poblada (Villegas, 2016). En el Ecuador existen más de 14 millones de habitantes de los cuales, y de acuerdo al último censo realizado en el 2010 indica que:

- Mujeres: 7.305.816 Millones.
- Hombres: 7.177.683 Millones.
- 27,4% tiene menos de 15 años.
- 65% de 15 a 64 años.
- 7,8% son mayores de 65 años.

La tasa de natalidad es del 19,9% con un aproximado de 2 hijos por mujer, en tanto que la tasa de mortalidad es del 5,14%, el Ecuador se caracteriza por ser un país diverso étnicamente representando:

- Mestizos 71,9%.
- Afroecuatorianos 7,2 %.
- Indígena 7,0 %.
- Montubio 7,4 %.
- Blanco 6,1 %

Según datos del último censo poblacional del 2010 existían 676,945 personas de más de 15 años que son analfabetas, lo que representaba el 6,80% de la población ecuatoriana. Debido a esto el gobierno realizó un proyecto de Educación Básica para Jóvenes y Adultos (EBJA) por medio del Ministerio de Educación con el fin de reducir el analfabetismo en el país al 4% hasta septiembre 2013, superando la meta planteada al mejorar el nivel educativo del Ecuador (Ministerio de Educación, 2016).

2.1.4. Factores tecnológicos

En estos últimos 20 años la tecnología ha ido creciendo de manera tal, que se puede comprar de todo por internet. Los adelantos en materia de tecnología obligan como negocio a

trabajar con internet, a estar a la vanguardia de los servicios que aparezcan, para así poder satisfacer las necesidades crecientes de los usuarios. El gobierno a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de Información promueve el desarrollo de la población con accesos tecnológicos, permitiendo el acceso a internet, facilidad de equipos y capacitaciones a niños, jóvenes y adultos del Ecuador. Mediante la implementación de Infocentros Comunitarios y conectividad en establecimientos educativos se quiere eliminar el analfabetismo digital y que la población pueda acceder a internet sin problema alguno (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016). En el 2021, los 887 infocentros atendieron a más de dos millones de personas dentro de sus facilidades y entrenaron a 250.000 personas. El Mintel anuncio que a partir del mes de marzo los infocentros serán repotenciados y cambiarán su nombre a Puntos del Encuentro. De acuerdo con el ente estos nuevos servicios los ciudadanos que residen en sectores rurales se les permitirán acceder a teleeducación, telemedicina, emprendimientos y capacitaciones. Según la Asociación de Empresas de Telecomunicaciones se logró conectar en el 2021 por primera vez a 47 parroquias rurales por medio de un convenio entre el Ministerio y las operadoras privadas. Actualmente hay 886 Puntos del Encuentro funcionando, este proyecto plantea instalar 128 centros.

La Constitución del Ecuador en el artículo 387 señala que el Estado será responsable de:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentando así la investigación científica y tecnológica, potenciando así los saberes ancestrales del, para así contribuir la realización del buen vivir.
3. Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos tecnológicos, científicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco establecido en la Constitución y la Ley.
4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.

5. Reconocer la condición de investigador de acuerdo a la Ley.

El artículo 388 resalta que el Estado destinará todos los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Lo que indica que el estado ecuatoriano busca mejorar la tecnología y su uso en el país para de esa manera mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos. Los datos del INEC (2020) informan que:

- El 53,2% de la población del Ecuador tiene acceso a internet en sus hogares.
- El 70,7% de los ecuatorianos usa internet por lo menos una vez al día.
- 81,8% de personas tiene teléfonos inteligentes
- El 10,2% de la población existe un analfabetismo digital.

En relación a los usuarios de redes sociales:

- 81,1% de la población.
- 49,3% sexo femenino
- 50,7% sexo masculino.
- 106,0% son mayores de 13 años.

De los 17 millones de personas que hay en el Ecuador, 14,60 millones de personas utiliza redes sociales, 15,91 millones posee celulares Smartphone lo que representa el 88,4 por ciento de los ecuatorianos de acuerdo. Para el negocio es de grande importancia ya que la mayoría de las personas se comunican a través de internet y redes sociales.

2.1.5. Factores ambientales

La Constitución del Ecuador establece en el artículo 86, sección del medio ambiente que el estado ecuatoriano protegerá a la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, garantizando así el desarrollo sustentable.

- La prevención de la contaminación ambiental, el manejo sustentable de los recursos naturales y los requisitos que deberán cumplir las actividades públicas y privadas.

El artículo 89 establece las medidas orientadas a la consecución de los objetivos siguientes:

- Promover en el sector público y privado el uso de tecnologías ambientales y energías alternas no contaminantes.
- Establecer estímulos tributarios para quien realice acciones ambientales sanas.

El uso de las tecnologías limpias ha ido en aumento al pasar los años no solo a nivel mundial, sino que también en el Ecuador con la implementación de nuevos reglamentos y leyes que protejan el medio ambiente usando nuevas formas de energía como lo son los paneles solares, la energía eólica, los vehículos híbridos, el mayor uso de las bicicletas para poder movilizarse.

El programa para la Eficiencia de los Recursos y una Producción Más Limpia (RECP), es una estrategia medioambiental para las empresas en los procesos y servicios para poder reducir los riesgos para el ser humano y el medio ambiente. Este programa está enfocado en mejorar:

- La eficiencia en la producción.
- La conservación del medioambiente.
- El desarrollo humano.

Objetivos del RECP:

- Manejo de los residuos.
- Prevención de la contaminación.
- Eficiencia en el uso de los recursos.
- Adaptación de tecnologías limpias.
- Desarrollo de productos sostenibles (Orbea, 2015).

El Ecuador tiene un programa de capacitación a empresas en Producción más Limpia; el objetivo de este programa es que se pueda aplicar una metodología de este programa con el fin de mejorar y maximizar la producción y reducción de desechos peligrosos. El programa comprende varios cursos de capacitación tales como:

- Análisis de procesos productivos.

- Manejo y gestión de desechos peligrosos.
- Aguas residuales: evaluación y tratamiento.
- Control de emisiones atmosféricas y ruido.
- Residuos sólidos: clasificación, tratamiento y destino final.
- Prevención y control de la contaminación.
- Administración, calidad y producción más limpia.
- Ecodiseño y certificación de productos.
- Optimización del manejo de bodegas e inventarios como herramienta de reducción de desperdicios.
- Sistemas de Gestión Ambiental y la norma ISO 14001.
- Legislación ambiental.
- Técnicas de identificación de oportunidades de producción más limpia.
- La eficiencia energética y producción más limpia como herramientas de competitividad empresarial.
- Costos ambientales de los desperdicios y desechos (Ecuador Ambiental, 2015).

Cuatro de cada diez hogares ecuatorianos clasifican los desechos y 89 por ciento utiliza focos ahorradores, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) establece que los ecosistemas promueven el bienestar humano por medio de los recursos que se obtiene como los alimentos el agua, el manejo de ecosistemas que plantea PNUMA es la gestión de recursos naturales que busca promocionar el valor de la biodiversidad y los ecosistemas para la economía y las personas. América Latina y el Caribe alberga varios países considerados mega-diversos en el planeta, lamentablemente está siendo afectada por la amenaza de la actividad humana como lo es: la destrucción del hábitat, sobreexplotación, el uso incorrecto de los recursos hídricos, la presión demográfica y la globalización.

El Ecuador es hábitat del 18 por ciento de varias especies de aves y orquídeas, seguido por el 10 por ciento de anfibios y el 8 por ciento de los mamíferos en el planeta, siendo varias de ellas consideradas especies endémicas del país, los que están considerados dentro del Plan

Nacional para el Buen Vivir en el que establece que el gobierno tiene la responsabilidad de resguardar el derecho del pueblo a vivir en un ambiente sano. Lamentablemente el mal uso de los recursos ambientales ha incrementado la degradación ambiental al pasar de los años, como el cambio climático, la contaminación de aire, tierra y agua, y la generación de residuos ha afectado en bienestar humano (PNUMA, 2016).

El nuevo gobierno 2022, planea crear una nueva reserva marina en las islas encantadas que fue anunciado en la COP26 que tendrá 60,000 kilómetros cuadrados de extensión, de acuerdo con el presidente de la republica la reserva será dividida en dos partes, una parte será para la zona de no producción pesquera y la otra mitad de no palangre. Se espera también que esté listo el nuevo reglamento de la Ley de Pesca que lleva desde el 2020 en espera pero que esta ley podría controlar la pesca incidental, pero el desafío mayor que enfrenta el nuevo régimen es el proceso de transiciones en los sistemas de manufactura y empleo para lograr una guía económica sostenible, así mismo también ha anunciado la creación de nuevas áreas protegidas y de protección hídricas (Mongabay, 2022).

Riesgos biológicos derivados de la relación humana con el can

Aunque la relación de los seres humanos con las mascotas reporta muchos beneficios, no está exenta de riesgos de contraer enfermedades. La salmonelosis una de las enfermedades más común transmitida por los animales de compañía y es adquirida vía fecal-oral siendo los niños más propensos a esta enfermedad que los adultos. La gastroenteritis, producida por la salmonelosis, ha reportado más casos asociados por la contaminación de alimentos que por el contacto de mascota a humano.

Teniendo en cuenta los riesgos de las enfermedades que pueden ser transmitidas de animal a humano, el local contará con una separación restringiendo el paso del área de preparación de alimentos no permitiendo la entrada de los canes, el cual será explicado más adelante en el diseño de la infraestructura y la distribución de las áreas. También se contará con el personal que realizará funciones únicas, como en este caso el encargado de la limpieza deberá cumplir con las normas de higiene y limpieza; el lavado de las manos y el uso de guantes.

Normas de higiene en la preparación de alimentos

El conocimiento de las normas de higiene al momento de manipular y preparar los alimentos es de suma importancia, tanto a nivel doméstico como en un negocio que se dedique

al expendio de comidas preparadas. Su importancia es creciente por cuanto la frecuencia con la que las personas comen fuera de casa ha aumentado debido a las limitaciones de tiempo y también como una forma de compartir en un ambiente diferente.

El certificado de Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM) es expedido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria que entrega al establecimiento que cumple con todas las disposiciones establecidas por el reglamento. Los productos utilizados para la limpieza y desinfección deben ser las aprobadas para su uso en áreas, equipos, y utensilios donde se procesen alimentos para el consumo humano, al igual que las mesas de trabajo deben ser lisas, de material impermeable e inoxidable que permita su fácil limpieza.

2.2. Análisis del micro entorno

Con la finalidad de identificar los factores externos que podrían afectar a la propuesta de implementación del negocio, se aplicará una herramienta que fue diseñada por el Economista Michael Porter en 1979 y la publicó en el 2008, conocida como “Análisis de las cinco fuerzas de Porter” que explica cómo usar la estrategia competitiva identificando los participantes que interactúan y afectan al emprendimiento; de esta manera se podrá maximizar los recursos y superar a la competencia, siendo capaz de identificar los riesgos que pueden salir y si se puede solucionar adecuadamente (Porter, 2016). Dentro de las cinco fuerzas de Porter se tiene:

2.2.1. El poder de negociación de los clientes

Para todos los negocios, el cliente es primordial debido a que ellos juegan un papel importante para el crecimiento de la empresa, siendo así que de acuerdo a sus necesidades en ocasiones será necesario cambiar el enfoque, haciendo que el servicio sea satisfactorio para el cliente. Hoy en día los clientes tienen mucho más poder porque tienen mayor acceso a información a diferencia de hace 30 años, el cliente no tenía tanto poder de decisión ya que no había facilidad y variedad de acceso a la información

En la ciudad de Guayaquil, existen muchos negocios similares que ofrecen productos de pastelería y cafetería, de forma tal que, si los clientes no se sienten a gusto con la propuesta, podrían escoger cualquier otra alternativa; sin embargo, el negocio planteado es innovador por cuanto permite el acceso de canes, lo cual representa un aspecto único en la ciudad, ya que

actualmente, es prohibido el acceso a estos lugares para los animales de compañía. Por otro lado, la pastelería francesa por sus propias características representa un producto diferente a los que pueda ofrecer la competencia.

En este punto también juega un papel importante el vendedor ya que la mayoría de veces depende del consumidor que la venta sea exitosa o no lo sea. Es por esto que se mantendrá una constante socialización para modificar aspectos significativos en una venta, es decir, que se plantearán estrategias que ayuden a que el cliente se sienta a gusto con el producto.

2.2.2. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores no es muy alto debido a que para la elaboración de los productos. La capacidad de los proveedores para influir en las decisiones de la empresa es influenciada por:

- La fidelidad de los clientes a ciertas marcas.
- Promociones y descuentos que les hacen a las empresas al comprar una determinada cantidad de un producto.
- Proveedores que hacen sus propias marcas para el supermercado.

Para la elaboración de los productos se buscará siempre la mejor calidad de las materias primas, tales como:

- Harinas: pueden ser adquiridas en los principales supermercados. Es un producto de uso común, dispone de registros sanitarios y existen varias marcas, todas ellas con años de preanuncia en el mercado y calidad certificada.
- Huevos: un producto de que puede comprarse con facilidad en los supermercados, ya que es de uso frecuente.
- Leche: al igual que la harina y los huevos, no hay inconveniente en adquirirlos ya que es un producto de uso diario y que se encuentra en supermercados y se los puede comprar por varias cajas.

- Azúcar: uno de la materia prima principal que se usara al momento de la realización de los dulces y el cual se adquiere con facilidad.

Como ciertos de los productos ya mencionados y otros son de fácil obtención, se los puede adquirir en el supermercado ya que el volumen que se utilizará en la elaboración de postres no es tan elevado, y se puede realizar convenios con los supermercados locales como lo es El Rosado y La Favorita.

2.2.3. Amenaza de nuevos competidores

Posiblemente con el tiempo nuevos negocios similares al propuesto puedan ser implementados para satisfacer el mismo segmento de mercado por lo que podrían establecer nuevos recursos e ideas el cual podría afectar el negocio. Muchas veces entrar al mercado no es algo tan sencillo o rápido ya que existen algunas trabas al momento de iniciar una empresa como:

- La falta de experiencia en él.
- Necesidades de capital.
- Políticas reguladoras gubernamentales.
- Falta de acceso a materias primas.
- Fuerte lealtad del cliente a determinadas marcas.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos

Como se indica al principio, en el mercado no existen servicios similares que permitan el ingreso a canes y repostería francesa especializada, lo que representa una ventaja debido a que es posible fijar el precio de acuerdo a la facilidad de nuestros clientes. Como productos o servicios sustitutos en la línea de la Pastelería Francesa se pueden encontrar en el mercado de cafeterías diversas especialidades, siendo las más numerosas las que corresponden a la oferta de productos tradicionales como las humitas, pasteles, sándwiches o cafeterías con marcas registradas como Sweet & Coffee, Juan Valdez, La Palma, etc., además de lo que ofrecen supermercados como productos empacados listos para llevar; sin embargo, al difundir adecuadamente las diferencias gastronómicas de la pastelería francesa, sumado a la posibilidad de compartir el espacio con el animal de compañía, permitirán disminuir esta amenaza.

2.2.5. Rivalidad entre los competidores

Al momento de plantear la propuesta, no se cuenta con una competencia directa, aunque si existen varias empresas dedicadas al expendio de dulces, no tienen el mismo enfoque que la empresa propuesta. Sin embargo, al analizar la propuesta de manera separada las demás cafeterías o dulcerías, sí representan una amenaza para el negocio.

RESUMEN FINAL DEL ANÁLISIS			
CONCEPTO	FAVORABLE	MODERADA	DESFAVORABLE
Barreras de Entrada	X		
Poder de Negociación de los compradores.	X		
Amenaza de Sustitutos.	X		
Poder de negociación de Proveedores.	X		
Intensidad de la rivalidad entre competidores			X

Después de realizar el análisis de las cinco Fuerzas de Porter, se puede concluir que el negocio es atractivo, debido a que es un mercado que está en auge pero le falta el plus o factor diferenciador que hemos identificado necesarios para abarcar a un segmento que parece olvidado, las barreras de entrada al negocio son altas, la competencia que existe es alta y con un buen posicionamiento, sin embargo, si se propone una idea diferente que llame la atención a los clientes puede que el negocio si funcione en el mercado. Hay que tener en cuenta que los negocios de cafeterías casi siempre son negocios atractivos y favorables porque es algo que la gente no deja de consumir y por lo general siempre están en búsqueda de nuevas opciones, ambientes.

2.3. Análisis FODA

Evaluación de factores externos (EFE)

Fortalezas

- Espacios para compartir vínculos entre personas y sus mascotas.
- Variedad del producto que ofrece el negocio en servicios para personas y mascotas.
- Ambiente acogedor.

- Servicio innovador.

Oportunidades

- Existen pocos competidores en este mismo concepto de servicio.
- Alto consumo de café en la población y la creciente moda por las cafeterías.
- Reducción al 8% de IVA en los días feriados en los establecimientos turísticos con el fin de incentivar turismo local.
- Elevado índice de usuarios de redes sociales que facilitan la publicidad.
- Ley de emprendimiento e innovación para los nuevos empresarios que plantean emprender un negocio con la ayuda del CONEIN, además el beneficio de los incentivos tributarios en los primeros años que ofrece esta ley.
- Variedad en la oferta gastronómica.
- Sensibilización y concientización sobre la tenencia responsable y adopción de los animales.
- Alto cuidado y limpieza del establecimiento
- Las personas que reconoce a sus mascotas como parte de su familia
- Promoción rápida del producto por parte de los consumidores.

Debilidades

- Menor asequibilidad para las personas que están fuera del sector.
- Al ser un servicio diferente al habitual el personal tiene falta de experiencia.
- Personal con escasa experiencia en manejo de servicio al cliente y manejo de perros al mismo tiempo.
- Espacio para pocos clientes.
- Manejo de altos costos en productos de limpieza e higiene en restos biológicos.

Amenazas

- Regulaciones sanitarias que limitan la presencia de animales dentro de los establecimientos de comidas y bebidas.
- Rebrote del virus COVID-9.
- La delincuencia en Guayaquil.
- Competencia de establecimientos similares.
- Alza de los precios de la materia prima.
- Lluvias impide el acceso a los clientes con sus mascotas al aire libre.

Capítulo 3: Metodología de la Investigación

Considerando que el proyecto es una propuesta nueva y diferente, hay que realizar un análisis de los enfoques, métodos y técnicas a emplear con la finalidad de establecer conclusiones con respecto a la factibilidad financiera y económica del negocio a implementar.

3.1. Enfoque

El enfoque de la presente investigación es mixto, es decir, se aplicaron técnicas y herramientas que corresponden tanto al enfoque cualitativo como cuantitativo. El enfoque cuantitativo se lo determina a base de hipótesis, análisis y teorías que a partir de la recolección de datos e información de los resultados serán luego analizados para llegar a una conclusión. El enfoque cualitativo se aplica para obtener las opiniones y puntos de vista de personas que pudiesen aportar a la propuesta (Hernández, 2006).

Por tratarse de una propuesta de emprendimiento, es necesario aplicar una investigación de mercado que permita conocer de forma más específica los gustos y preferencias de los potenciales clientes, por medio de lo cual se determinó la aceptación del proyecto y su rentabilidad.

3.2. Método

El método utilizado es el deductivo que parte de lo general a lo particular (Hernández, 2006). En este caso, se demostró que el negocio es rentable, que genera valor para los accionistas y que además cumple una función social, que es incentivar el cuidado y protección animal y de la naturaleza, además de dar a conocer aspectos importantes de la gastronomía francesa. Para cumplir este objetivo, se recolectaron datos específicos que fueron analizados para determinar la factibilidad del proyecto planteado.

3.3. Tipo de investigación

La investigación que se realizó es de tipo descriptiva ya que, mediante la recolección de datos con los resultados de la encuesta, se determinó la aceptación por parte de la población analizada hacia el producto, sobre sus preferencias y sus gustos. Esto permite que al momento de estudiar la posibilidad de realizar el proyecto se pueda diseñar conociendo las necesidades del mercado. Se trata de una investigación no experimental porque los datos no se manipulan, se recolectan tal como se presentan en el momento de obtenerlos (Llanos, 2011).

3.4. Técnicas de Recolección de datos

Las técnicas que se emplearon para el estudio del proyecto a realizarse van en función del enfoque. En el enfoque cuantitativo se emplearon las encuestas a una muestra representativa de la población. Las encuestas se realizaron utilizando un instrumento denominado cuestionario que contendrá preguntas cerradas con las cuales se obtuvo la información necesaria para evaluar la aceptación de la propuesta.

3.5. Población de estudio

La población que conformó el estudio del proyecto planteado fue el público que posee animales de compañía y los que no los poseen y que se encuentren en la ciudad de Guayaquil. La población es de 2.291.158 según el último censo realizado por el INEC en el 2010.

3.6. Tipo de muestreo

Se aplicó el tipo de muestreo estratificado e intencional. Uno de los estratos serán las personas que tengan hábitos de cuidado y protección hacia sus mascotas, particularmente perros. Estas personas se ubican generalmente en espacios en los que se permite la interacción entre humano y animal como por ejemplo parques de libre acceso a los canes, así como en centros de cuidado y salud animal, como son los consultorios veterinarios, peluquerías, hoteles caninos. El segundo estrato estará conformado por otras personas que no necesariamente tengan un animal de compañía pero que se interesen en la gastronomía francesa, debido al tipo de negocio que se pretende implementar.

3.7. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra es el número de individuos que se selecciona de la población para obtener información específica y general de los datos que se evalúa en la investigación.

Para calcular el tamaño la muestra de la población de Guayaquil se utiliza una fórmula utilizando el 95% de confianza de los datos, el margen de error que representa el 5% y la probabilidad de ocurrencia de 50%, dando como resultado 385 personas a entrevistar en la ciudad de Guayaquil, con la ayuda de Qualtrics se obtuvo el resultado de la muestra.

Figura 17 Tamaño de muestra

Nivel de confianza:

95 % ▾

Tamaño de la población:

2291158

Margen de error:

5 % ▾

Tamaño ideal de la muestra:

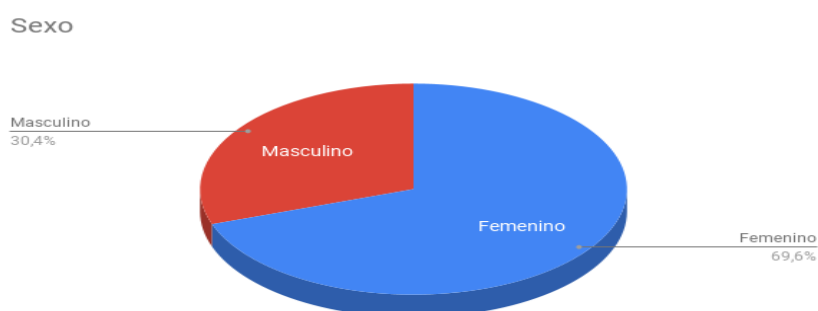
385

Nota. Tomado de: gestión de la experiencia, por Qualtrics. Junio 13, 2022.
<https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/calcular-tomano-muestra/>

3.8. Resultado de las encuestas

Género de personas encuestadas

Figura 18 Sexo



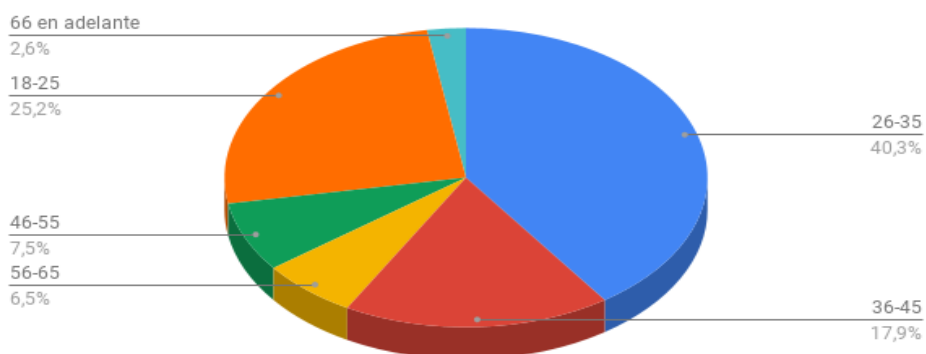
El sexo femenino es que predomina en la encuesta representando el 69,6%, mientras que el 30,4% son hombres.

Edad de las personas encuestadas

La edad de las personas encuestadas va desde los 18 años de edad hasta los 66 años en adelante, representando es su mayoría personas de entre 18 años hasta 35 años de edad.

Figura 19 Edad

Recuento de Edad

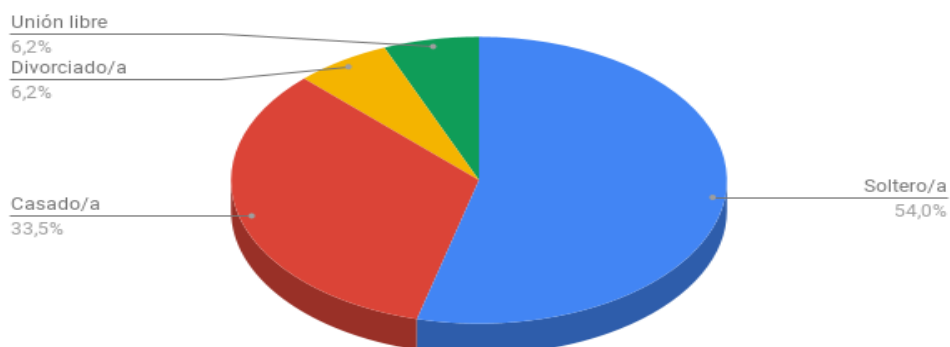


Estado civil de las personas encuestadas

El 54,0% de las personas encuestadas son solteras, mientras que solo 33,5% es casado, y entre divorciados y personas en unión libre representan el 6,2%.

Figura 20 Estado civil

Recuento de Estado civil

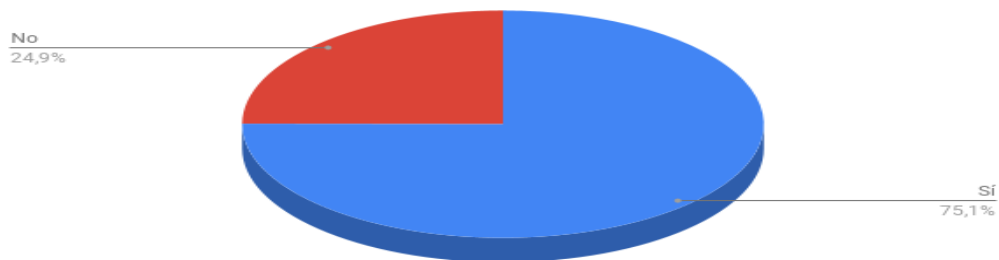


1. ¿Es propietario de un perro?

El 75,1% de los encuestados afirma tener un perro como animal de compañía viviendo junto a él y 24,9% no tiene.

Figura 21 Propietario de un perro como animal de compañía

Recuento de ¿Es propietario de un perro?

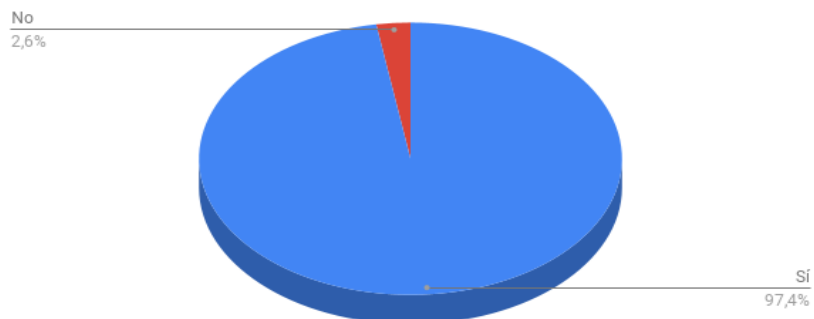


2. ¿Le gustan los perros?

Una gran mayoría de los encuestados indicó que, si les gustan los perros lo que representa el 97,4%, mientras los que dicen no agradarles los canes es el 2,6%.

Figura 22 Nivel de agrado por los perros.

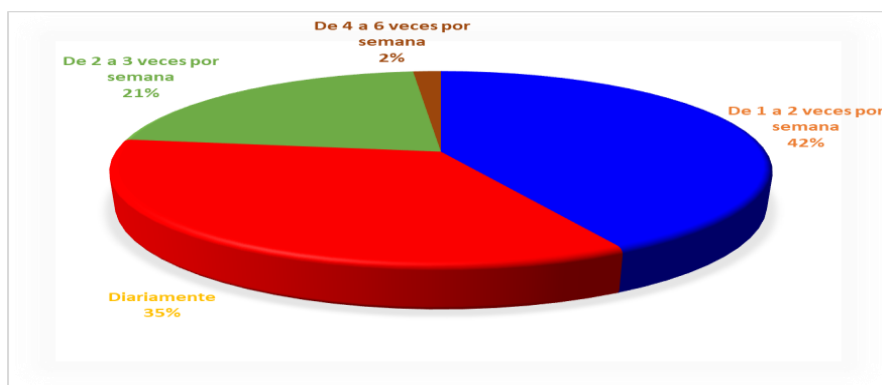
Recuento de ¿Le gustan los perros?



3. ¿Con qué frecuencia visita una cafetería?

La mayoría de las personas que frecuentan una cafetería más de una vez al mes es el 42,1% que visita estos establecimientos de una a tres veces por semana, mientras que los que asisten diariamente son el 22,1 % y los que asisten de dos a tres veces a la semana representan el 21,3%.

Figura 23 Frecuencia de visita de una cafetería

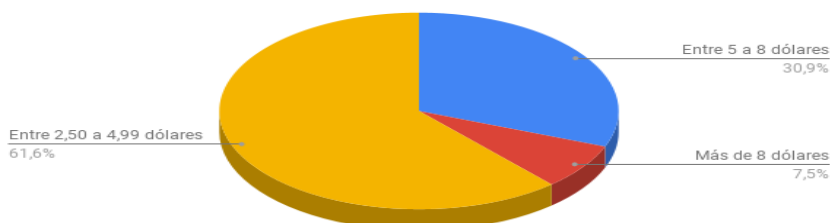


4. ¿Cuánto gasta en promedio cuando consume en una cafetería?

El 61,6% de los encuestados consume entre 2 a 4,99 dólares en una cafetería, mientras que el 30,9% gasta entre 5 a 8 dólares, a lo que solo el 7,5% gasta más de 8 dólares en una cafetería.

Figura 24 Consumo promedio en una cafetería

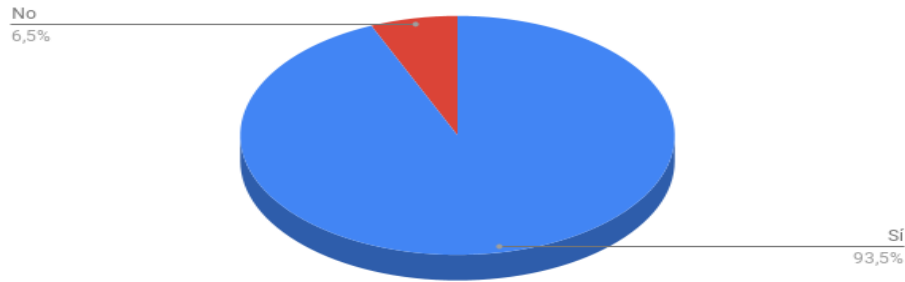
Recuento de ¿Cuánto gasta en promedio cuando consume en una cafetería?



5. ¿Estaría dispuesto a degustar repostería francesa?

Figura 25 Gusto por la repostería francesa

Recuento de ¿Estaría dispuesto a degustar repostería francesa?



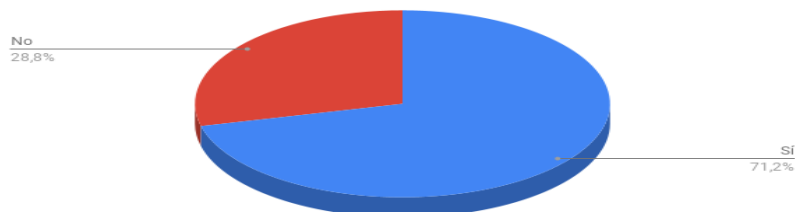
El 93,6% si está interesado en degustar repostería francesa donde pueda probar algunos dulces que la cultura francesa tiene que ofrecer, mientras que el 6,4% no le da importancia si hay una cafetería francesa que ofrezca estos tipos de dulces.

6. ¿Conoce el término Pet Friendly?

En la ciudad de Guayaquil hay muchas de personas que desconocen el término Pet Friendly ya que en el resultado que presenta las encuestas, el 28,8% no sabe su significado, mientras que el 71,2% si ha escuchado hablar de él o por su traducción al español sabe lo quiere decir el termino amigable con la mascota.

Figura 26 Conocimiento del término pet friendly

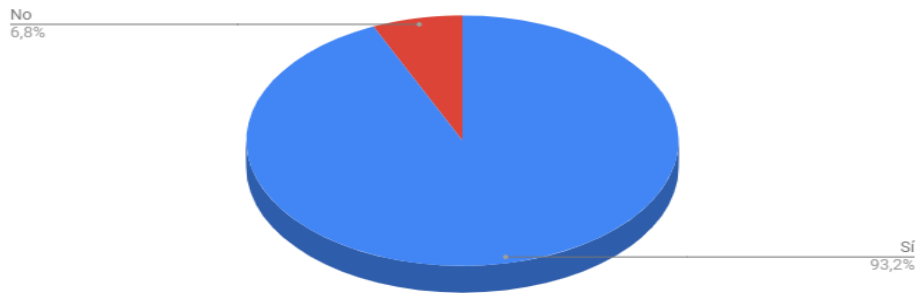
Recuento de ¿Conoce el término Pet friendly?



7. Si usted tiene o tuviese un perro ¿Le gustaría ir a una cafetería (pet friendly) que le permita llevar a su perro mientras degusta de un dulce francés?

Figura 27 Visita de una cafetería con el perro

Recuento de Si usted tiene o tuviese un perro ¿Le gustaría ir a una cafetería (pet friendly) que le permita llevar a su perro mientras degusta de un dulce francés?

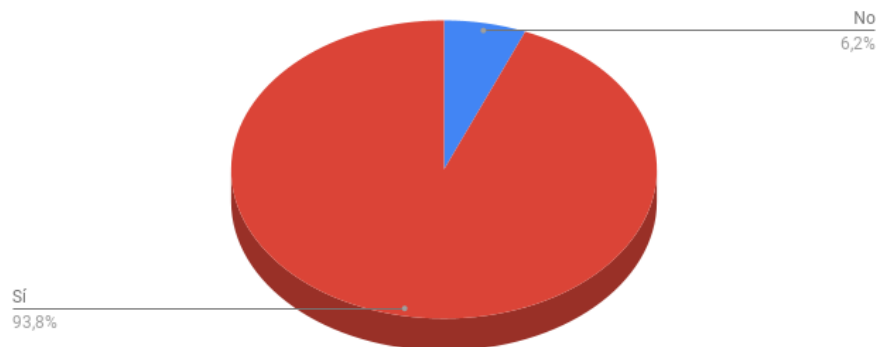


Al 93,2% de los encuestados le gustaría mucho poder ir a un lugar que le permitan entrar con su perro ya que ha dicho que la mayoría de las veces no es permitida el ingreso de un animal de compañía a un establecimiento, mientras que el 6,8% no está de acuerdo con que se deje ingresar a la mascota dentro de una cafetería.

8. Si usted no tiene o no pudiese llevar a su perro ¿Estaría usted dispuesto a ir y consumir dentro de este tipo de cafetería (pet friendly)?

Figura 28 Acceso de los perros acompañados por sus dueños

Recuento de Si usted no tiene o no pudiese llevar a su perro ¿Estaría usted dispuesto a ir y consumir dentro de este tipo de cafetería (pet

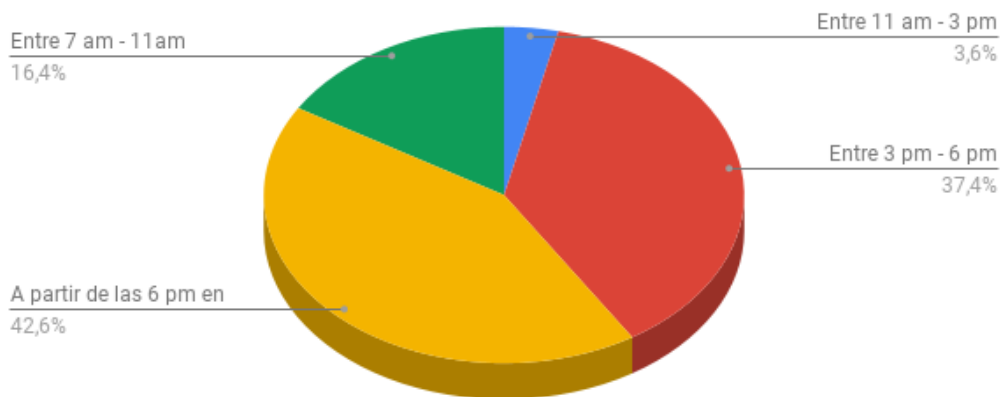


El 93,8% de las personas que no tienen perros mencionaron que, si les gustaría que se les permita la entrada a los canes siempre y cuando este acompañado del dueño, en tanto que el 6,2% les parece inapropiado.

9. ¿En qué horario usted asistiría a una cafetería en compañía de su perro?

Figura 29 Horario de preferencia para visitar una cafetería con el perro

Recuento de ¿En qué horario usted asistiría a una cafetería en compañía de su perro?



Encontramos que la mayoría de personas prefiere salir con su perro es en el horario de la tarde a partir de las 3 en adelante con un promedio del 37,4%, liderando con el 42,6% las personas prefieren salir paasada las 6 de la tarde ya que se les hace más fácil pasear con su perro o su familia despues de trabajar, seguido de lo se puede observar es que el 16,4%de los que prefieren salir por la mañana entre las 7 a 11 am.

10. ¿Cuál de los siguientes factores valora más para ir a una cafetería?

Figura 30 Aspectos valorados de una cafetería

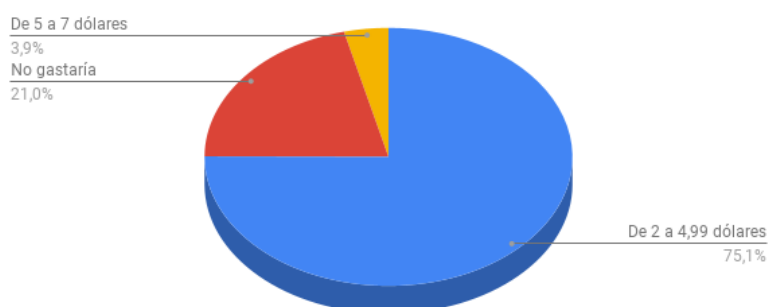


Los aspectos que más valoran tenemos las cámaras de seguridad 79,5%, la facilidad de parqueo con un 75,8% así como el ambiente musical presenta el 61,8% y por último la buena ventilación que hay en el local representando el 16,9%.

11. ¿Cuánto pagaría adicional por un snack para su mascota?

Figura 31 Consulta de precios para la mascota

Recuento de ¿Cuánto pagaría adicional por un snack para su mascota?



En los resultados de la encuesta se puede observar que el 75,1% no tendría inconveniente en comprarle una golosina de 2 a 4,99 dólares a su mascota, el 3,9% no gastaría más de 5 dólares por ello, por otra parte, el 21% de los encuestados no compraría un snack.

Capítulo 4: La propuesta del negocio

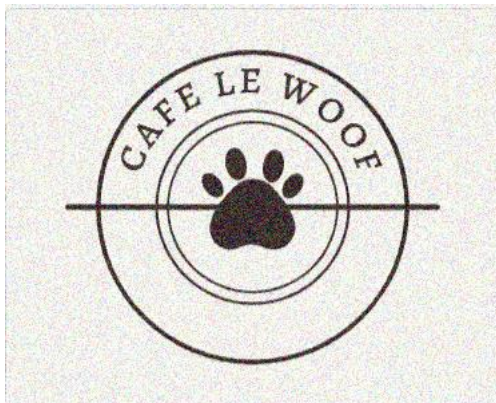
4.1 Estudio organizacional

Nombre del proyecto: Café “Le Woof”

La palabra woof es un término francés que se refiere al sonido que emite un can al comunicarse con el humano.

Logo:

Figura 32 Logotipo de la cafetería



Slogan

“La cara dulce del café”

Misión

Reforzar los lazos afectivos entre personas y sus mascotas, ofreciendo un nuevo sabor al paladar, dando a conocer la repostería que ofrece la cultura francesa.

Visión

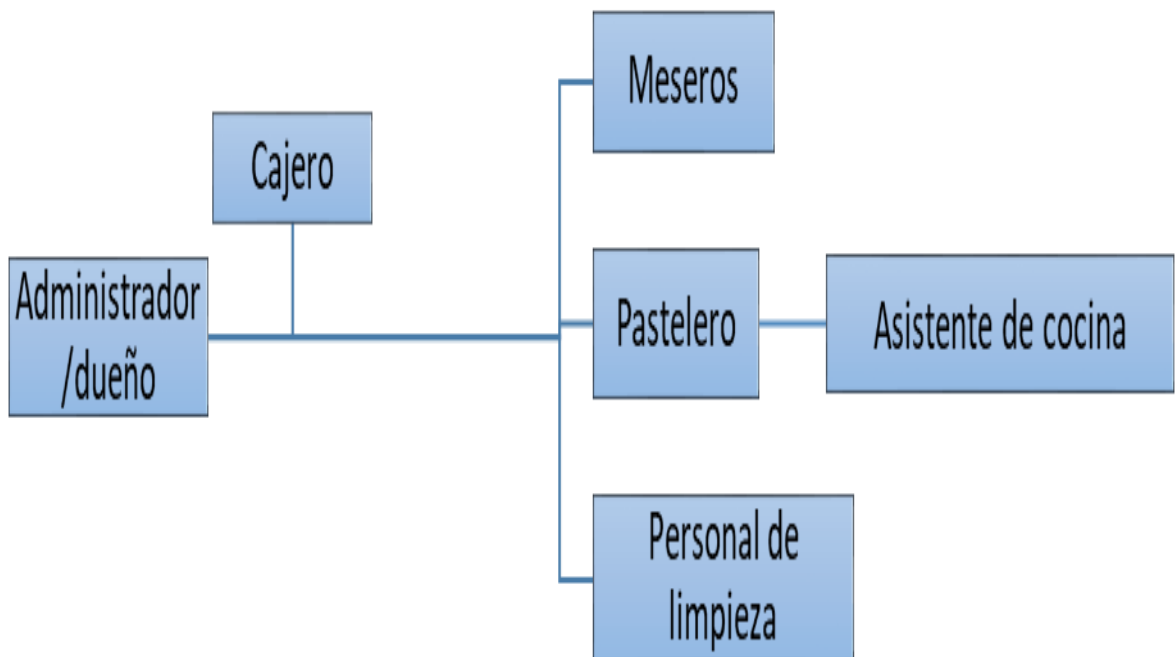
Ser el establecimiento Pet Friendly número 1 en la ciudad de Guayaquil, mejorando la conexión y el entendimiento de las personas hacia sus mascotas y el paladar extranjero.

Valores

Los valores en los que se enfoca la cafetería son:

- El respeto y el amor por los animales.
- Trabajo en equipo.
- Valoración y atención al cliente.

Organigrama



Perfil de puestos

Administrador

- Idioma: español.
- Estudios en universitarios en administración o similares.
- Experiencia en ventas y publicidad.
- Experiencia en el área de alimentos y bebidas.
- Conocimientos en el área de informática, marketing y recursos humanos.
- Aptitud para trabajar bajo presión.
- Que le agrade los animales.

Funciones:

- Contratar personal apto para el manejo de la cafetería.
- Responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar las labores de la cafetería.
- Realizar requerimientos y compras de equipos, materiales y productos, según la necesidad que requiera la cafetería.
- Atender quejas y sugerencias de los clientes.
- Manejar inventario de los productos que se receiptan del almacén.
- Realizar informes de ingresos y egresos semanales de la cafetería.
- Realizar pago de los servicios.

Cajero:

- Idioma: español.
- Estudios requeridos: bachillerato concluido.
- Buena presencia.

- Habilidades numéricas.
- Honradez, puntualidad y responsabilidad.
- Habilidad para operar Word, Excel, FB, Outlook y datafast.

Funciones:

- Atender al cliente con respeto y profesionalismo.
- Mostrar buena actitud frente al cliente.
- Mantener ordenado y limpio el área de trabajo.
- Dar a conocer lo que se ofrece y los especiales de la cafetería.
- Contar con buena predisposición en el área laboral.

Meseros:

- Estudios requeridos: bachillerato concluido.
- Buena presencia.
- Idiomas: español e inglés básico.
- Flexibilidad de horarios.
- Puntualidad, honradez, responsabilidad y amabilidad.
- Dispuesto a trabajar bajo presión.
- Que le agrade los animales.

Funciones:

- Trato y buena comunicación con el cliente.
- Charoleo de alimentos y bebidas.
- Comunicación con el supervisor y el personal operativo.
- Conocimiento del menú.
- Mantener las mesas limpias.
- Revisar el mise en place.
- Identificar las necesidades del cliente.

- Escuchar comentarios y sugerencias del cliente.
- Apoyar en el instante que un área lo necesite.

Cocinero:

- Idioma: español.
- Educación: bachillerato concluido.
- Trabajo bajo presión.
- Agilidad, responsabilidad, disciplina y puntualidad.
- Disponibilidad de horario.
- Conocimiento de repostería y cocina en general.

Funciones:

- Responsable del correcto funcionamiento de la cocina.
- Revisar y controlar el material que se usa en cocina.
- Revisar la calidad de los productos alimenticios que llegan a la cocina.
- Conocer y realizar los platos según la receta establecida.
- Planifica el trabajo diario.
- Se encarga de mantener los productos frescos y bien almacenados.
- Hacer listado de la materia prima que se necesite.

Ayudante de cocina:

- Idioma: español
- Educación requerida: bachillerato concluido.
- Trabajo bajo presión.
- Conocimientos de repostería y cocina en general.
- Disponibilidad de horario.
- Agilidad, responsabilidad, disciplina y puntualidad.

Funciones:

- Asistir al cocinero en lo que solicite.
- Realizar los platos de acuerdo a la receta.
- Asistir a la recepción de materia prima.
- Responsable del correcto funcionamiento de la cocina.
- Elabora masas, pastas o batidos.

Personal de limpieza:

- Idioma: español.
- Educación: bachillerato concluido.
- Género masculino
- Agilidad, responsabilidad, puntualidad.
- Trabajo bajo presión.
- Que le agrade los animales.

Funciones:

- Limpieza de la cafetería.
- Aspirar sillas y piso de la cafetería.
- Recoger y entregar olivados por los clientes al administrador.
- Al final del turno botar la basura.

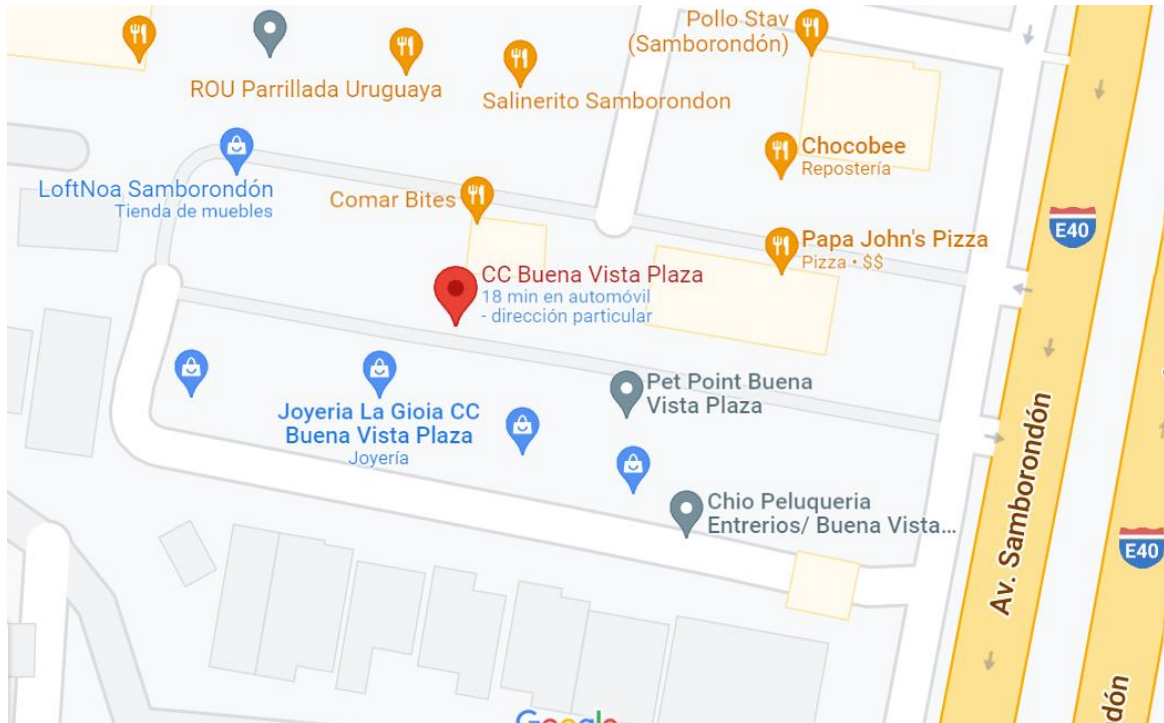
En el anexo B, se muestran los horarios de trabajo para el personal.

4.2. Estudio técnico operacional

Macro localización

La cafetería estará ubicada en Samborondón, en el centro comercial Buena Vista Plaza

Figura 33 Ubicación del negocio



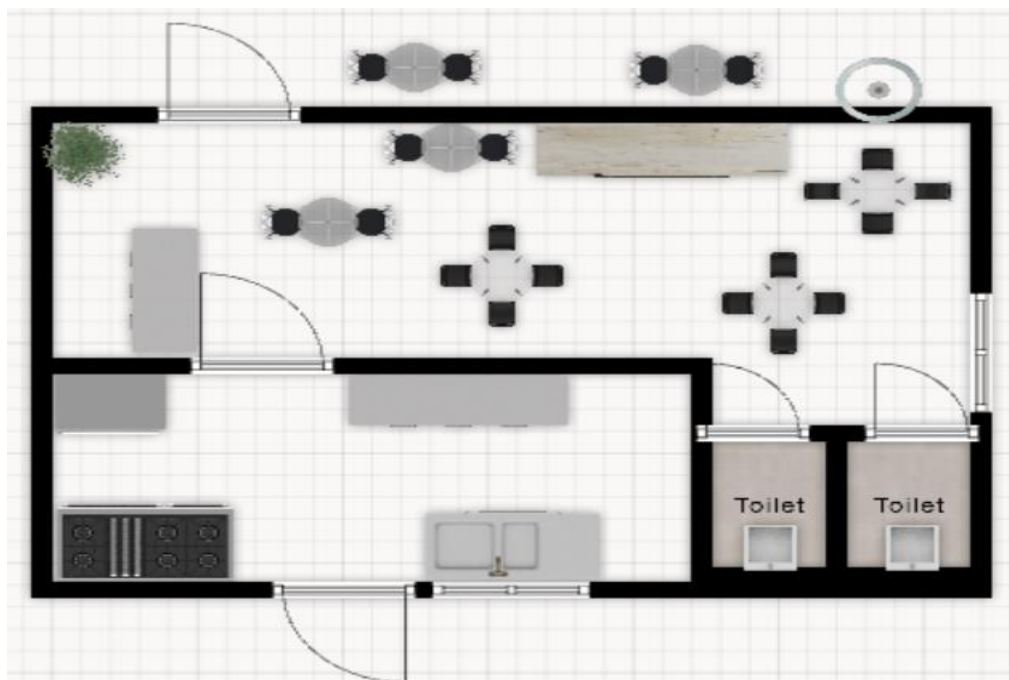
Micro localización

Está ubicado en uno de los lugares más comerciales y transitados de la Av. Samborondón. Está localizado en el Km. 0.5 vía Samborondón. Ubicado al inicio de Samborondón cerca del centro comercial Riocentro Entrerios, gasolinera Primax, el Parque Histórico, la ciudadela Aquamarina, ecu 911, esta plaza tiene varios locales comerciales, entre los cuales podemos encontrar desde boutiques, salón de belleza, pizzería, una tienda de mascotas Citypet, veterinaria, gimnasio, parqueo, etc.

Equipamiento y materiales

- Crepera Hardman (72jb-35-2)
- Dispensador de porta cubiertos Hardman (72d0002)
- Mostrador pastelero Gelopar (46gbfc-125b)
- Mostrador acrílico de alimentos UPDATE U-APB-2117
- Máquina para expreso y capuchino (53express3g)
- Sanduchera eléctrica 4 panes 110v.
- Mesa de trabajo Hardman (72kwt-180a) en acero inoxidable 180x80
- Horno Hardman (72dl-1)
- Horno convector Tedesco (08wl-40x60)
- Cocina Croydon (02f3d0-i)
- Sartén Hardman (72b0044)
- Lavavajilla Adler (87cf1201 ae-trif)
- Lavadero Hardman (72sb-s04)
- Campanas extractoras de olores

Figura 34 Modelo y distribución de la cafetería



Elaborado en: Floorplanner.com, por la autora, 2017, recuperado de:
<https://floorplanner.com/projects/46494215-cafe-con-patas/editor>

4.3. Plan de Marketing

El plan de mercado es una guía que va a permitir analizar la situación actual y los intereses de las personas de acuerdo a los resultados realizados en las encuestas lo que indica que la música, facilidad de parqueo y las cámaras de seguridad es lo más importante valorado por las personas al momento de visitar una cafetería.

Posicionamiento

Se posicionará el servicio por el atributo diferenciador que lo caracteriza; ya que les brinda a los clientes una particularidad no van a encontrar en otro lado, como es el poder disfrutar un dulce con su mascota.

4.3.1. Marketing mix: Servicio

El desarrollo de este plan de empresa consiste en una cafetería que ofrecerá dulces franceses por medio de un servicio enfocado a un nivel socio-económico medio alto, pero a diferencia de las demás cafeterías este tendrá como elemento distintivo que los clientes podrán disfrutar de un rico postre junto con su mejor amigo que es su perro. Se identificó que en la ciudad de Guayaquil y Samborondon existen pocos tipos de establecimientos pet friendly, lo

que brinda una fuerte diferenciación frente a los competidores indirectos. Se utilizará la categoría Híbrido ya que ofrecerán tanto productos, como servicios, el receptor directo del servicio son las personas ya que va dirigida directamente a ellos.

La toma de pedidos debe de ser amable, rápida y precisa. hay que tener especial cuidado con la toma de pedido, para evitar algún inconveniente al momento que cliente reciba su pedido el cliente, ya que puede haber problemas en el momento de cuando los clientes reciban su orden.

El personal recibirá capacitación en temas de atención a clientes para que reciban amablemente al consumidor, hable con seguridad y de la mejor información si se lo solicitan. Es importante estar pendiente de las señales o necesidades del cliente, consultar si la comida es de su agrado o si necesita algo adicional. Sin importar quién es el encargado de atender una mesa en especial, todos los empleados estarán al servicio de cada uno de los clientes, independientemente de si es parte de su área o especialidad.

Un estudio del psicólogo experimental Charles Spence indica el impacto que tiene la música mientras se disfruta de la comida o una bebida hace que realce los sabores de los platos, una parte de la investigación asegura que escuchar un acordeón francés mientras esta degustando un platillo francés acentúa más el sabor de la comida e indicando que mientras más agradable es la melodía más se puede disfrutar de la comida a lo que él llama sensación de transferencia es decir transferir el sentimiento de la música a sobre lo que se piensa al disfrutar del plato (Foodmelodies, 2017).

Hoy en día el estacionamiento se ha vuelto parte importante entre los consumidores al elegir un lugar a visitar ya que encontrar un sitio donde dejar el auto es complicado por lo que suele estar limitado por un tiempo o por una tarifa y esto en muchas ocasiones forma parte de la decisión del cliente. Por esta razón se eligió para la realización del proyecto la plaza comercial Buena Vista Plaza por su facilidad de parqueo ya que el estacionamiento es un aspecto importante que la mayoría de las personas encuestadas eligió.

Ciclo de vida del servicio

Café Le Woof se encontraría en la etapa de introducción, un período en el que las ventas registran un crecimiento lento (corto plazo), mientras el servicio se introduce en el mercado. En esta etapa suelen no haber utilidades, debido a los elevados gastos de la introducción

del servicio. Existe un gasto relativamente alto para promociones, a fin de informar a los consumidores de la existencia del servicio nuevo y conseguir que lo prueben.

1. La publicidad debe ser informativa
2. Informar a los consumidores potenciales sobre el producto nuevo que desconocen.
3. Estimular la prueba del producto.

Estrategia de diferenciación e innovación

Se ha escogido la estrategia de diferenciación e innovación porque al ingresar a un mercado donde existen muchos competidores se transformará el mercado al que se está ingresando (mercado nuevo en la ciudad) adquiriendo una ventaja competitiva por medio del beneficio que hará la diferencia de los otros competidores. Por medio de esta estrategia de innovación se podrá ingresar al mercado ya que mejorando las debilidades de los competidores se podrán convertir en fortalezas, lo cual ayudará en el posicionamiento de la marca.

4.3.2. Marketing mix: Precio

Se utilizará una estrategia de combinación equilibrada, es decir; ofrecer un producto de calidad a un valor medio así generando una economía para los clientes. Se brindará información de nuestros productos mediante lista de precios en cartilla con todo el menú detallado.



BEBIDAS

Americano	\$3,00
Cappuccino	\$3,00
Espresso	\$2,00
Latte	\$2,80
Mocaccino	\$3,00
Chocolate	\$2,50
Agua	\$1,00

TÉ

Earl Grey	\$ 2,70
English Breakfast	\$ 2,70
Té verde y jazmín	\$ 2,70
Té de frutos rojos	\$ 2,70



SANDUCHES

Tostadas francesas	\$ 3,50
Croque Monsieur	\$ 4,00
Croque Madame	\$ 4,50

CREPES

Crepes con manjar	\$ 4,60
Crepes con Nutella	\$ 5,69
Crepes con banana, fresas y Nutella	\$ 6,00
Crepes con mantequilla de maní	\$ 5,00

DULCES

Macarons	\$ 2,00
Profiteroles	\$ 3,00
Mousse au chocolat	\$ 3,00
Crème Brûlée	\$ 3,69
Madeleines	\$ 3,30

PARA EL CAN

Bombones de mantequilla de maní y yogurt	\$ 2,00
Galleta para perro de cereal	\$ 3,00
Cupcakes de manzana	\$ 3,60
Rollitos de canela	\$ 3,40

4.3.3. Marketing mix: Plaza y canales de distribución.

“El canal de distribución lo conforma un conjunto de intermediarios relacionados entre sí que proveen los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores finales” (Fisher & Espejo, 2011, p. 160).

Los productos serán proporcionados de forma directa e individual a los potenciales consumidores de la ciudad. El canal de distribución a utilizar en la cafetería es directo corto, ya que los empleados que trabajan en el son los responsables de fabricar el producto que se va a entregar a los clientes y estos podrán ser para consumir en el establecimiento o también tendrá la opción de take away por medio de la plataforma de Instagram haciendo transferencia directamente. Otras formas de pago serán por payphone, efectivo o tarjetas de débito o crédito.

4.3.4. Marketing mix: Promoción

Se utilizará principalmente la estrategia de Marketing Directo, utilizando medios Below the line (BTL) para tener un contacto más personal con los consumidores conociendo sus gustos y preferencia. En el momento de verdad con el cliente se tendrá especial cuidado en la atención para que la voz a voz sea excelente.

Redes Sociales

Las redes sociales son parte del día a día en estos últimos años, y ahora es una de las formas más rápidas de publicidad. Se crearán cuentas comerciales y anuncios en varias redes sociales como el Facebook, Instagram y Twitter donde con el nombre de “Café Le Woof” en las que se subirá fotos de los dulces y bebidas que se ofrecerá en la cafetería, mostrando los productos que pueden degustar los posibles consumidores. De acuerdo al resultado de las encuestas la gran mayoría de personas encuestadas son adultos y jóvenes que van entre los 18 a 45 años. De acuerdo a lo analizado se va a pautar por medio de dos redes sociales el cual tiene un valor mensual de \$40 que va a estar dirigido al público de Guayaquil.



CAFE LE WOOF
buenavista plaza



Liked by **xavier88** and **20 others** others

CAFE LE WOOF after office :D more...

View all 16 comments



Add a comment...



1 Day Ago



Capítulo 5: Estudio Financiero

Los estados financieros son la herramienta que facilita la comprensión clara del estado de situación financiera de la empresa y desempeño sobre los gastos en los que se debe incurrir para la realización del estudio de viabilidad del plan de empresa en los que se puede encontrar estructurado por el estado de resultados, balance general, flujo de caja entre demás indicadores. Los costos de la cafetería corresponden al uso de la materia prima, mano de obra, materiales para la elaboración y preparación de los productos a consumir tanto a los potenciales clientes como a sus perros.

5.1. Inversión de activo fijo

En la inversión de activos fijos constan los implementos que se va a utilizar para establecer la cafetería, como lo son la maquinaria a usar, es decir los diferentes equipos para la producción de alimento, así como los mostradores y mesas de trabajo, cámaras de seguridad y equipos de computación.

Tabla 1 Inversión en activo fijo

ACTIVO FIJO	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MAQUINARIA	Crepera Hardman	1	\$ 418,04	\$ 418,04
	Máquina para express y capuchino	1	\$ 2.802,58	\$ 2.802,58
	Sanduchera eléctrica 4 panes 110v.	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Batidora Hardman	1	\$ 431,00	\$ 431,00
	Homo convector Tedesco	1	\$ 850,00	\$ 850,00
	Cocina Croydon	1	\$ 680,00	\$ 680,00
	Sartén Hardman	3	\$ 30,00	\$ 90,00
	Lavavajilla Adler	1	\$ 840,00	\$ 840,00
	Dispensador de porta cubiertos Hardman	2	\$ 35,00	\$ 70,00
	MUEBLES Y ENSERES	Mostrador pastelero Gelopar	1	\$ 400,00
Mostrador Acrilico		2	\$ 302,74	\$ 605,48
Mesa de trabajo Hardman		1	\$ 740,00	\$ 740,00
Maquina registradora		1	\$ 350,00	\$ 350,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	Camara de seguridad	1	\$ 199,00	\$ 199,00
	Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
INSTALACIONES	Adecuaciones	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL		20	\$ 9.818,36	\$ 10.216,10

5.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo se encuentra los costos directos, la materia prima, los costos indirectos los cuales son los gastos administrativos y gastos de ventas, los cuales aumentaran en base al crecimiento de la producción y la inflación proyectada en los cuales se pueden observar en las tablas a continuación. En la tabla 2 se ha considerado dentro del valor total mensual la estimación de los beneficios sociales y aporte patronal.

Tabla 2 Mano de obra

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL
Mesero	1	\$ 212,50	\$ 298,17
Mesero	1	\$ 425,00	\$ 560,93
Pastelero	1	\$ 425,00	\$ 560,93
Asistente de cocina	1	\$ 212,50	\$ 298,17
Asistente de cocina	1	\$ 425,00	\$ 560,93
TOTAL	5	\$ 1.700,00	\$ 2.279,13

Dentro de la proyección del plan de inversión inicial es 100% capital propio en el cual se ha considerado los valores de los activos fijos y el costo de valores administrativos más los anuncios en publicidad que se puede observar posteriormente en la tabla 5.

Tabla 3 Inversión inicial

DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE
Inversion en activos fijos	\$ 10.216,10	50%
Capital de trabajo	\$ 10.159,13	50%
TOTAL	\$ 20.375,23	100%

En la tabla 4 se detallan los costos de los ingredientes e insumos húmedos y secos que se utilizarán para la elaboración de los platos y bebidas que se encuentran en el menú, se ha previsto dos meses como capital de trabajo.

Tabla 4 Materia prima

DESCRIPCION	CANTIDAD	MATERIA PRIMA MENSUAL		
		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Café molido	10	\$ 5,60	\$ 56,00	\$ 672,00
Café descafeinado	5	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Jamon y Queso 2.5 kl	2	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Leches varias	10	\$ 3,25	\$ 32,50	\$ 390,00
Funda de crema de leche	5	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Quintal de azucar	5	\$ 35,00	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Cajas de te (50 sobres)	5	\$ 1,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Quintal de Harina	5	\$ 38,00	\$ 190,00	\$ 2.280,00
Huevo (cubeta)	5	\$ 3,75	\$ 18,75	\$ 225,00
Caja de Banana (50 u)	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Fresas	3	\$ 12,00	\$ 36,00	\$ 432,00
Caja de Manzana (50 u)	2	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Tarros de Mantequilla	10	\$ 7,50	\$ 75,00	\$ 900,00
Canela	50	\$ 0,20	\$ 10,00	\$ 120,00
Mantequilla de mani	6	\$ 4,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Agua embotellada	50	\$ 2,20	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Cajas de Nutella (20 u)	4	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
Cajas de Manjar (50 u)	5	\$ 150,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Fundas Pan	15	\$ 1,35	\$ 20,25	\$ 243,00
TOTAL	202	\$ 455,35	\$ 2.200,00	\$ 26.400,00

La siguiente tabla corresponde a los costos indirectos que incluye los gastos administrativos como los gastos de alquiler, los servicios básicos y gastos de ventas el cual representa los anuncios en las redes sociales que se utilizara para la promoción y publicidad de la cafetería.

Tabla 5 Costos indirectos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
Administrador	\$ 600,00	\$ 7.200,00	
Cajera	\$ 425,00	\$ 5.100,00	
Personal de Limpieza	\$ 425,00	\$ 5.100,00	
Alquiler de local	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	
Servicios Basicos	\$ 170,00	\$ 2.040,00	
TOTAL	\$ 2.820,00	\$ 33.840,00	

GASTOS DE VENTAS			
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
Anuncios en redes sociales	\$ 40,00	\$ 480,00	
TOTAL	\$ 40,00	\$ 480,00	

El costo de la mano de obra (tabla 6) incluye los valores de las remuneraciones asociados al personal que va a fabricar el producto y prestar un servicio en el establecimiento, siendo este uno de los gastos más altos que tiene la empresa.

Tabla 6 Costos de mano de obra

CARGOS	CANT	Sueldo mensual	13*	14*	Vacaciones	Total del trabajador	Aporte patronal 11,15%	Costo total para la empresa
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 597,92	\$ 55,75	\$ 653,67
Cajero	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 513,54	\$ 47,39	\$ 560,93
Cajero	1	\$ 212,50	\$ 17,71	\$ 35,42	\$ 8,85	\$ 274,48	\$ 23,69	\$ 298,17
Mesero	1	\$ 212,50	\$ 17,71	\$ 35,42	\$ 8,85	\$ 274,48	\$ 23,69	\$ 298,17
Mesero	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 513,54	\$ 47,39	\$ 560,93
Pastelero	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 513,54	\$ 47,39	\$ 560,93
Asistente de cocina	1	\$ 212,50	\$ 17,71	\$ 35,42	\$ 8,85	\$ 274,48	\$ 23,69	\$ 298,17
Asistente de cocina	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 513,54	\$ 47,39	\$ 560,93
Personal de limpieza	2	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 513,54	\$ 47,39	\$ 1.121,86
TOTAL		\$ 3.262,50	\$ 271,88	\$ 318,75	\$ 135,94	\$ 3.989,06	\$ 363,77	\$ 4.913,76

En la tabla 7 se describe el costo de capacidad instalada del proyecto, es decir, el rendimiento máximo sobre la cantidad del volumen de producción de los platos que pueden obtenerse en determinado tiempo de acuerdo a las horas laborables y los trabajadores disponibles por turno. Se tomó en consideración que el total de ocho horas laboradas por jornada que cada dos personas pueden trabajar 24 unidades por hora siendo así por 168 unidades por día con una producción mensual de 3360 unidades. El costo de producción promedio por unidad es el resultado del capital de trabajo dividido para la producción anual que da un total de 0,25 por unidad.

Tabla 7 Capacidad instalada

Horas laboradas	8
Almuerzo por hora	1
Horas netas para producir	7
Personas en produccion (cocina)	2
Servicio al cliente	0,02
Elaboracion del producto	0,03
Capacidad promedio de produccion por unidad	0,05
Total de Unidades por hora por persona	12
Unidades totales producidas por hora	24
Total de Unidades por dia	168
Produccion Mensual	3360
Produccion Anual	40320
Costo de produccion promedio por unidad	\$ 0,25

La proyección de los ingresos por venta se encuentra en el apéndice B teniendo en consideración los costos de materia de materia prima del presente año (2022) al igual que la inflación proyectada que es 3,38%.

5.3. Estado de resultados

El estado de resultados muestra los movimientos durante un periodo de tiempo basado en los ingresos es decir las ventas y los gastos para determinar la utilidad bruta y neta de la cafetería y medir la rentabilidad, lo que indica que hay un incremento aproximado de 9000 dólares cada año en la utilidad neta acumulada.

Tabla 8 Estado de resultados integral

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$ 118.496,45	\$ 122.229,09	\$ 126.164,86	\$ 130.202,14	\$ 134.602,97
Costos Operativos	\$ 53.749,60	\$ 55.442,71	\$ 57.227,97	\$ 59.059,26	\$ 61.055,47
UTILIDAD BRUTA	\$ 64.746,85	\$ 66.786,37	\$ 68.936,89	\$ 71.142,88	\$ 73.547,50
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos	\$ 48.055,53	\$ 51.696,67	\$ 53.416,88	\$ 55.190,87	\$ 57.056,32
Sueldos y beneficios	\$ 31.615,53	\$ 34.738,81	\$ 35.912,98	\$ 37.126,84	\$ 38.381,72
Alquiler de local	\$ 14.400,00	\$ 14.853,60	\$ 15.331,89	\$ 15.822,51	\$ 16.357,31
Servicios Basicos	\$ 2.040,00	\$ 2.104,26	\$ 2.172,02	\$ 2.241,52	\$ 2.317,29
Gastos De Ventas	\$ 480,00	\$ 495,12	\$ 511,06	\$ 527,42	\$ 545,24
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Anuncios en redes sociales	\$ 480,00	\$ 495,12	\$ 511,06	\$ 527,42	\$ 545,24
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Interes del prestamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Gastos	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.013,04	\$ 1.013,04
Depreciacion	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.013,04	\$ 1.013,04
Total Gastos	\$ 49.731,90	\$ 53.388,16	\$ 55.124,32	\$ 56.731,33	\$ 58.614,60
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 15.014,95	\$ 13.398,21	\$ 13.812,57	\$ 14.411,55	\$ 14.932,90
Participacion de trabajadores (15%)	\$ 2.252,24	\$ 2.009,73	\$ 2.071,89	\$ 2.161,73	\$ 2.239,94
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 2.807,79	\$ 2.505,47	\$ 2.582,95	\$ 2.694,96	\$ 2.792,45
UTILIDAD NETA	\$ 9.954,91	\$ 8.883,01	\$ 9.157,74	\$ 9.554,86	\$ 9.900,51
UTILIDAD NETA ACUMULADA	\$ 9.954,91	\$ 18.837,92	\$ 27.995,66	\$ 37.550,52	\$ 47.451,03

5.4. Estado de Situación financiera

El estado de situación financiera lo conforman los activos, los pasivos y el patrimonio neto proyectado a cinco años.

Tabla 9 Estado de situación financiera.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciacion Acumulada	\$ -	\$ (1.196,38)	\$ (2.392,75)	\$ (3.589,13)	\$ (4.602,17)	\$ (5.615,22)
Total Activos No Corrientes	\$ 10.216,10	\$ 9.019,72	\$ 7.823,35	\$ 6.626,97	\$ 5.613,93	\$ 4.600,88
TOTAL ACTIVOS	\$ 20.375,23	\$ 35.390,18	\$ 43.728,35	\$ 53.025,73	\$ 62.782,44	\$ 72.858,65
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones por pagar	\$ -	\$ 5.060,04	\$ 4.515,20	\$ 4.654,84	\$ 4.856,69	\$ 5.032,39
Total Pasivos Corrientes	\$ -	\$ 5.060,04	\$ 4.515,20	\$ 4.654,84	\$ 4.856,69	\$ 5.032,39
PASIVOS NO CORRIENTES						
Prestamo Bancario L/P	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos No Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ -	\$ 5.060,04	\$ 4.515,20	\$ 4.654,84	\$ 4.856,69	\$ 5.032,39
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 20.375,23	\$ 20.375,23	\$ 20.375,23	\$ 20.375,23	\$ 20.375,23	\$ 20.375,23
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 9.954,91	\$ 8.883,01	\$ 9.157,74	\$ 9.554,86	\$ 9.900,51
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 9.954,91	\$ 18.837,92	\$ 27.995,66	\$ 37.550,52
TOTAL PATRIMONIO	\$ 20.375,23	\$ 30.330,14	\$ 39.213,16	\$ 48.370,89	\$ 57.925,75	\$ 67.826,26
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 20.375,23	\$ 35.390,18	\$ 43.728,35	\$ 53.025,73	\$ 62.782,44	\$ 72.858,65

5.5. Flujo de caja y evaluación financiera

Los indicadores de evaluación financiera de la cafetería Café Le Woof se lo calculó para mostrar la viabilidad del proyecto en base a la evaluación del flujo de efectivo. En la tabla 10 se muestra la proyección del flujo de efectivo.

Tabla 10 Flujo de efectivo

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ -	\$ 118.246,46	\$ 121.971,23	\$ 125.898,70	\$ 129.927,46	\$ 134.319,01
Costo de produccion	\$ -	\$ 53.749,60	\$ 55.442,71	\$ 57.227,97	\$ 59.059,26	\$ 61.055,47
Gastos Administrativos		\$ 48.055,53	\$ 51.696,67	\$ 53.416,88	\$ 55.190,87	\$ 57.056,32
Sueldos y beneficios		\$ 31.615,53	\$ 34.738,81	\$ 35.912,98	\$ 37.126,84	\$ 38.381,72
Alquiler de local	\$ -	\$ 14.400,00	\$ 14.853,60	\$ 15.331,89	\$ 15.822,51	\$ 16.357,31
Servicios Basicos		\$ 2.040,00	\$ 2.104,26	\$ 2.172,02	\$ 2.241,52	\$ 2.317,29
Gastos de Ventas		\$ 480,00	\$ 495,12	\$ 511,06	\$ 527,42	\$ 545,24
Anuncios en redes sociales		\$ 480,00	\$ 495,12	\$ 511,06	\$ 527,42	\$ 545,24
Gastos Financieros						
Interes del prestamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Gastos						
Depreciacion	\$ -	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.013,04	\$ 1.013,04
Flujo antes de participacion	\$ -	\$ 14.764,96	\$ 13.140,35	\$ 13.546,41	\$ 14.136,87	\$ 14.648,94
Participacion de trabajadores		\$ 0	\$ 2.214,74	\$ 1.971,05	\$ 2.031,96	\$ 2.120,53
Flujo antes de impuesto		\$ 14.764,96	\$ 10.925,61	\$ 11.575,36	\$ 12.104,91	\$ 12.528,41
Impuesto a la renta		\$ 0	\$ 2.761,05	\$ 2.457,25	\$ 2.533,18	\$ 2.643,59
Flujo despues de impuesto		\$ 14.764,96	\$ 8.164,56	\$ 9.118,11	\$ 9.571,73	\$ 9.884,81
(+) Depreciaciones		\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.196,38	\$ 1.013,04	\$ 1.013,04
(-) Pago de Capital Prestamo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo	\$ (10.159,13)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos en inversion	\$ (10.216,10)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Ejectivo Neto	\$ (20.375,23)	\$ 15.961,34	\$ 9.360,94	\$ 10.314,49	\$ 10.584,77	\$ 10.897,86

La tabla 11 indica que la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es positiva de 53,62% siendo mayor a la tasa mínima esperada de retorno TMAR del 14%, lo que indica que el negocio está en posibilidad de recuperar la inversión inicial, al igual que el Valor Actual Neto (VAN) es positivo siendo el resultado mayor a 0 por \$19.717,90 lo que demuestra la viabilidad del proyecto.

Tabla 11 Indicadores de evaluación financiera

Indicadores de Evaluación financiera	
TMAR	14,00%
TIR	53,62%
VAN	\$ 19.717,90

La inversión total del flujo de caja se va a recuperar a partir de un año y medio completamente. Finalmente, los indicadores de retorno sobre activos y capital muestran a partir del cuarto año un leve decrecimiento, mientras que en el margen bruto se mantiene en 54,5%, y el margen neto en el segundo y tercer año disminuye a 7,13% a lo que a los dos últimos años sube nuevamente.

Tabla 12 Indicadores de rentabilidad

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA	\$ 0,28	\$ 0,20	\$ 0,17	\$ 0,15	\$ 0,14
ROE	\$ 0,32	\$ 0,22	\$ 0,19	\$ 0,16	\$ 0,15
MARGEN BRUTO	54,5%	54,5%	54,5%	54,5%	54,5%
MARGEN NETO	8,28%	7,14%	7,13%	7,21%	7,23%

5.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad de un proyecto es una forma de analizar posibles resultados de diferentes escenarios o situación, que permitirá tomar la mejor decisión asociada la situación.

Mediante este análisis se puede identificar el nivel de afectación de la empresa ante posibles cambios, en este caso el mayor grado de sensibilidad se da por el costo de venta, ya que no se cuenta con una alta nómina, sino más bien, se contratan servicios externos a proveedores.

Para este análisis se toman tres diferentes escenarios de la empresa: conservador, optimista y pesimista.

Escenario conservador

Para el presente escenario se considera los siguientes supuestos financieros para su evaluación.

Tabla 13 Principales Supuestos Financieros escenario conservador

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada	3,06	3,14	3,22	3,30	3,38
Salarios básicos proyectados	\$409,89	\$420,03	\$430,42	\$441,07	\$451,98
Inversión Requerida	\$110.979,00				
Financiamiento	Valor	%			
Aportes propios	\$93.979,00	85%			
Aportes de terceros (Bancos)	\$17.000,00	15%			
Total financiamiento	\$110.979,00				
Tasa a pagar	8,50%				
Plazo de deuda (años)	5				
% Reparto Accionistas	30%				

La demanda de productos es la siguiente:

Tabla 14 Demanda de productos y servicios escenario conservador

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espacio A área de trabajo en horas	3750	3938	4134	4341	4558
Espacio B área social en horas	3745	3932	4129	4335	4552
Espacio C área con audiovisual en horas	3880	4074	4278	4492	4716
Alquiler de cafetera	17600	18480	19404	20374	21393
Alquiler de laptops	3760	3948	4145	4353	4570
Alquiler de datafono	3890	4085	4289	4503	4728
Macarrones	5250	5513	5788	6078	6381
Snacks para el can	3450	3623	3804	3994	4193
Capuccino	4660	4893	5138	5395	5664
Café americano	4950	5198	5457	5730	6017
Tostada francesa	5100	5355	5623	5904	6199
Crepes	5290	5555	5832	6124	6430
Croque Monsieur	5220	5481	5755	6043	6345

Después de la proyección financiera, se obtiene los siguientes indicadores financieros:

Tabla 15 Indicadores financieros escenario conservador

TIR	41,06%
VAN	\$ 30.345,10
PAYBACK	AÑO 4
COSTO/BENEFICIO	1,27

La tasa interna de retorno de la inversión es del 41.06% que es mayor que la tasa de descuento 26%.

Los \$30.345,10 corresponden a la suma de los flujos de cajas de los 5 años evaluados y traídos al presente a una tasa de descuento del 26%.

Además, el tiempo de recuperación de la inversión es de 4 años.

Y por último la relación entre los costos y beneficios asociados con el anticafé es de 1.27.

Escenario pesimista

Para poder analizar el escenario pesimista, primero se define como variable de mayor impacto en la proyección financiera, para la cual es la cantidad (demanda de productos) como variable a sensibilizar, porque si no se venden los productos no se podrá generar ingresos de dinero y por ende se perderá dinero. Por ello se considera que la demanda caerá en un 40% con relación al escenario conservador, estableciendo la siguiente demanda:

Tabla 16 Demanda de productos y servicios escenario pesimista

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espacio A área de trabajo en horas	2250	2363	2481	2605	2735
Espacio B área social en horas	2247	2359	2477	2601	2731
Espacio C área con audiovisual en horas	2328	2444	2567	2695	2830
Alquiler de cafetera	10560	11088	11642	12225	12836
Alquiler de laptops	2256	2369	2487	2612	2742
Alquiler de datafono	2334	2451	2573	2702	2837
Macarrones	3150	3308	3473	3647	3829
Snacks para el can	2070	2174	2282	2396	2516
Capuccino	2796	2936	3083	3237	3399
Café americano	2970	3119	3274	3438	3610
Crepes	3060	3213	3374	3542	3719
Croque monsieur	3174	3333	3499	3674	3858
Tostada francesa	3132	3289	3453	3626	3807

Después de elaborar la proyección financiera con una reducción de la demanda del 40%, se obtiene los siguientes indicadores financieros:

Tabla 17 Indicadores financieros escenario pesimista

TIR	-31,37%
VAN	-\$ 85.827,11
PAYBACK	Mas de 5 años
COSTO/BENEFICIO	1,02

Si la demanda se contrae en un 40% a la esperada, el anticafé perderá -\$ 85.827,11, a lo largo de los 5 años, con una tasa de retorno del -31.37%, y por ende sin un periodo de recuperación sin poder determinar durante los 5 años, es decir mayor a 5 años. Los indicadores mencionados significan que el proyecto no es viable, pues solo existe una relación de costo beneficio de \$1.02, para evitar que esto suceda es necesario tener un plan de contingencia.

En el caso que este escenario suceda, es probable para lo cual aplicaron medidas correctivas para cada caso:

- a. En caso de que se deba parar las operaciones por temas externos como por ejemplo una pandemia por un virus y no puede haber aglomeración de personas por ende se paralizarían las operaciones, sin embargo, se optaría por implementar otra forma de trabajo con la entrega de los productos en 30 minutos por la misma zona de la ubicación de la empresa y para lo cual se contratara un servicio de entrega y nuestro personal trabajará en los horarios establecidos por el Gobierno.
- b. La segunda opción son reducir los costos fijos y los gastos administrativos al máximo para evitar la tener perdida.
- c. Como acción adicional se debe mejorar la forma de que se capta los clientes de utilizando más el marketing que tiene menor costo y mayor impacto.

Escenario optimista

Puesto que, en el escenario pesimista, se sensibilizó la variable la cantidad (demanda de servicios) con una contracción del 40%, por ende, en el escenario optimista se debe sensibilizar la misma variable con el mismo porcentaje para analizar los que sucede en el caso opuesto a una reducción.

Por ello se considera que la demanda se incrementará en un 40% con relación al escenario conservador, estableciendo la siguiente demanda:

Tabla 18 Demanda de productos y servicios escenario optimista

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espacio A área de trabajo en horas	5250	5513	5788	6078	6381
Espacio B área social en horas	5243	5505	5780	6069	6373
Espacio C área con audiovisual en horas	5432	5704	5989	6288	6603
Servicio de impresiones en negro	24640	25872	27166	28524	29950
Alquiler de laptops	5264	5527	5804	6094	6398
Alquiler de head set	5446	5718	6004	6304	6620
Macarrones	7350	7718	8103	8509	8934
Snacks	4830	5072	5325	5591	5871
Capuccino	6524	6850	7193	7552	7930
Café americano	6930	7277	7640	8022	8423
Crepes	7140	7497	7872	8265	8679
Croque monsieur	7406	7776	8165	8573	9002
Tostada francesa	7308	7673	8057	8460	8883

Después de elaborar la proyección financiera con el aumento de la demanda del 40%, se obtiene los siguientes indicadores financieros:

Tabla 19 Indicadores financieros escenario optimista

TIR	89,94%
VAN	\$ 137.901,38
PAYBACK	AÑO 2
COSTO/BENEFICIO	1,39

Si la demanda incrementa en un 40% sobre el escenario conservador se obtendrá un Valor actual neto de \$137.901,38 con una tasa de retorno mayor a la espera (89.94%), y por ende un periodo de recuperación es de dos años. En el caso que ocurra este escenario se deben de tomar decisiones para reinvertir los excedentes de efectivo o incluso en una ampliación de la oferta para los clientes.

Conclusión del análisis de sensibilidad

Previo a sacar una conclusión de los escenarios se debe comparar los resultados obtenidos de los 3 escenarios sensibilizados:

Tabla 20 Comparación de escenarios

Indicadores Financieros	Escenario Pesimista	Escenario Conservador	Escenario Optimista
Tasa Interna de Retorno de la Inversión	-31,37%	41,06%	89,94%
Valor Actual Neto	-\$ 85.827,11	\$ 30.345,10	\$ 137.901,38
Periodo de recuperación	Más de 5 años	AÑO 4	AÑO 2
Costo / Beneficio	1,02	1,27	1,39

Tal como se puede visualizar se deben de monitorear constantemente el comportamiento de la demanda para tomar acciones correctivas a tiempo porque esta variable es la que causa el mayor impacto en el retorno esperado y por ende incrementa el tiempo en el que esperamos recuperar la inversión.

Por otra parte, los indicadores financieros permitirán identificar como el entorno afecta al negocio y ayudará a tomar decisiones de manera oportuna de acuerdo con cada uno de los escenarios planteados, tal como se tiene planteado en el plan de contingencia y continuidad del negocio.

Conclusiones

- Con el presente trabajo escrito se evidencia el desarrollo del plan de empresa para el estudio de viabilidad para la creación de una cafetería pet friendly, logrando la realización de cada uno de los objetivos específicos planteados con este fin, objetivos para los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:
- La realización del estudio de mercado permitió conocer aspectos como comportamientos, tendencias y costumbres de los potenciales consumidores de CAFÉ LE WOOF; se logró identificar claramente las razones por las que los clientes seleccionan los lugares y hora para salir de casa por un café o un dulce, así como también los puntos fuertes y débiles del servicio de estos establecimientos; gracias a las observaciones realizadas se fortalecieron las ideas iniciales de las necesidades identificadas.
- Con el estudio técnico se logró determinar principalmente el alcance de los servicios ofrecidos por el supermercado, con sus respectivas especificaciones y también clarificar la idea del sector de ubicación de la cafetería, ya que con el análisis social, económico y comercial de la comunidad de la ciudad de Guayaquil se identificó que el sector de Samborondon es la ideal para la instalación y puesta en marcha de CAFÉ LE WOOF, por poseer características que impulsan al éxito del proyecto, como son su concentración de negocios enfocados en la comodidad de las personas con sus mascotas, seguridad, contar con vías de acceso que permiten la operación logística que requiere el sitio, como también la movilización de los clientes, puesto que consta de varias vías principales para el desplazamiento para los consumidores con sus mascotas.
- El análisis administrativo y jurídico legal permitió conocer los requisitos que se deben tener en cuenta para la creación legal de un negocio.

Referencias

- Affinity. (2009). *Portal de Terapia y Educación Asistida por Animales de Compañía*. Recuperado (27 de enero de 2017), a partir de <http://www.terapiaconanimales.com/congresos.html>
- Affinity, F. (2015, abril 6). *6 Beneficios de llevar el perro a la oficina*. Recuperado (27 de enero de 2017), a partir de <http://www.fundacion-affinity.org/perros-gatos-y-personas/tengo-un-animal-de-compania/6-beneficios-de-llevar-el-perro-la-oficina>
- Alegsa.com. (2016). *Definición de Factibilidad (estudio o análisis en sistemas de información)*. Recuperado (19 de junio de 2017), a partir de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Alianza País.com. (2017). *Programa de Gobierno 2017-2021 Archives - Movimiento Alianza PAIS*. Recuperado (20 de junio de 2017), a partir de <http://www.alianzapais.com.ec/tag/programa-de-gobierno-2017-2021/>
- Anipal. (2018). a partir de https://m.facebook.com/Anipalec/photos/a.184613205452520/322533951660444/?_rdr
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2017). *Código Orgánico del Ambiente*. Recuperado (19 de junio de 2017), a partir de <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/multimedios-legislativos/38792-codigo-organico-del-ambiente>
- Asamblea Nacional. (2021). *Asamblea nacional aprueba proyecto que favorecerá a los emprendimientos juveniles*, Recuperado (10 de Agosto de 2021), a partir de <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/noticia/73139-asamblea-nacional-aprueba-proyecto-que-favorecera-los>
- Avila, L. (2015). *Cafeterías de Mascotas*. Recuperado (17 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.nuestrasmascotas.com/cafeterias-de-mascotas-116>
- Azcoytia, C. (2013). *Historia del café en Francia | Historia de la Cocina y la Gastronomía*. Recuperado (17 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.historiacocina.com/es/historia-del-cafe-en-francia>
- Balderrama, L. (2017). *Concepto de panadería*. Recuperado a partir de https://www.academia.edu/6768652/Concepto_de_panaderia
- Bau House Dog Cafe. (2011). *Bau House Dog Cafe*. Recuperado (23 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.eatyourkimchi.com/bau-house-dog-cafe/>
- Botanical online.com. (2016). *Botanical online.com*. Recuperado (25 de noviembre de 2016), a partir de http://www.botanical-online.com/animales/animales_compania.htm

- BringFido. (2022). Sitio web animalista para mascotas alrededor del mundo. a partir de <https://www.bringfido.com/restaurant/country/ecuador/>
- Cambridge Dictionary. (2016). *pet-friendly* Significado en el diccionario Cambridge inglés. Recuperado (25 de noviembre de 2016), a partir de <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/pet-friendly>
- Casma, J. C. (2016). *Más de 38 mil estudiantes ecuatorianos se beneficiarán de proyecto de educación técnica y tecnológica*. Recuperado (9 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2016/11/23/more-than-38000-ecuadorian-students-will-benefit-from-a-technical-and-technological-project>
- Confederación Española de Empresarios Artesanos de Pastelería. (2016). *CEEAP - historia de la pastelería*. Recuperado (13 de enero de 2017), a partir de <http://www.ceeap.es/historia-de-la-pasteleria/>
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Compañías*. Recuperado (25 de julio de 2017), a partir de <http://181.198.3.74:10039/wps/portal/Inicio/Inicio/SectorSocietario/Normativa/LeyCompanias>
- Consumoteca.com. (2009). *Las cafeterías, tipología y derechos de los usuarios*. Recuperado (14 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/restauracion/las-cafeterias-tipologia-y-derechos-de-los-usuarios/>
- Correa, C. (2011). *Incidencia del café en la economía ecuatoriano 2006 - 2009*. Universidad de Guayaquil. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/1645>
- Cultura Colectiva.com. (2015). *Restaurantes y cafeterías peculiares en el mundo - Cultura Colectiva*. Recuperado (20 de junio de 2017), a partir de <http://culturacolectiva.com/restaurantes-y-cafeterias-peculiares-en-el-mundo/>
- Daily Mail. (2015). Recuperado (8 de abril de 2015), a partir de <https://www.dailymail.co.uk/femail/food/article-3030005/Britain-s-holistic-pop-restaurant-DOGS-open-London.html>
- Ecuador Ambiental. (2015). *Programa de Capacitación a Empresas en Producción más Limpia: Ecuador Ambiental: servicios, ambientales, medio, ambiente, Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ecuador.php*. Recuperado (1 de febrero de 2017), a partir de <http://www.ecuadorambiental.com/servicios-ambientales-medio-ambiente-quito-guayaquil-cuenca-manta-ecuador.php?tablajb=servicios&p=8&t=Programa-de-capacitacion-a-empresas-en-Produccion-mas-Limpia&>
- El mercado francés del café. (2021). ForumCafe. Recuperado (21 de diciembre 2021), a

- partir de <http://www.forumdelcafe.com/noticias/mercado-frances-cafe>
- EL Mercurio.com. (2014 febrero 2). *Chartres Café una cafetería- librería en Cuenca*. Recuperado (27 de junio de 2017), a partir de <http://www.elmercur>
- El Mundo al Instante. (2021). a partir de <https://elmundoalinstante.com/algunas-cosas-que-quizas-no-sabias-sobre-el-cafe/> io.com.ec/416401-chartres-cafe-una-cafeteria-libreria-en-cuenca/
- El Universo. (2016). *Reconstrucción le costará a Ecuador \$ 3.344 millones, según Gobierno*. Recuperado (9 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/06/01/nota/5611143/terremoto-ecuador-restara-su-economia-07-segun-secretaria>
- Expreso. (2022). Opciones Pet Friendly para disfrutar con tu mascota en Guayaquil. Recuperado (29 enero 2022), a partir de <https://www.expreso.ec/guayaquil/opciones-pet-friendly-disfrutar-tus-mascotas-120383.html>
- Figueroa, Pérez, Godínez. Ecorfan. (marzo 2016)La producción y el consumo del café, a partir de https://www.ecorfan.org/spain/libros/LIBRO_CAFE.pdf
- Fisher, L. & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta). México: McGraw Hill. Recuperado a partir de http://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
- Foodmelodies. (2017). *Music and food taste*. Recuperado (27 de mayo de 2017), a partir de <http://www.foodmelodies.com/food/music-and-food-taste/>
- France Bleu. (2021). Playa pet friendly en Francia. Recuperado (24 de junio de 2021), a partir De:<https://www.francebleu.fr/infos/societe/une-deuxieme-plage-accessible-aux-chiens-a-nice-1624488059>
- Gamarra, A. (2008). *Breve historia del café; Historia y leyendas*. Recuperado (12 de enero de 2017), a partir de <https://historiainfinita.wordpress.com/2008/11/08/breve-historia-del-cafe-historia-y-leyendas/>
- Hernández. (2006). *Metodología de La Investigación (Hernández, Fernández, Batista - 4ta Edición)*. Recuperado (12 de enero de 2017), a partir de <https://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion>
- IEPI. (2014). *Ecuador con aroma de café*. Recuperado (14 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-con-aroma-de-cafe/>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC*. Recuperado (9 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Jürgen Café. (2016). *Jürgen Café – Panadería Artesanal*. Recuperado (23 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.jurgencafe.com/>
- LaRousse Gastronomique (2014). Diccionario gastronómico, a partir de <https://laroussecocina.mx/palabra/cafeteria/>
- Lavazza. (2017). La cultura del café. Recuperado (18 de julio de 2017), a partir de <https://www.lavazza.es/es/revista/coffee-culture/coffee-sips/cultura-del-cafe.html>
- Levine, D. G. (2016). *Owning a Pet May Protect You from Heart Disease*. Recuperado a partir de http://www.heart.org/HEARTORG/HealthyLiving/Owning-a-Pet-May-Protect-You-from-Heart-Disease_UCM_453586_Article.jsp#.WCxcJtLhDIV
- Llanos, N. (2011). *Clases y tipos de investigación y sus características*. Recuperado a partir de https://www.academia.edu/5075869/Clases_y_tipos_de_investigacion_y_sus_caracteristicas
- Mercado Rosa Café. (2020). Recuperado (agosto de 2020), a partir de <https://www.instagram.com/p/CDZda9GjCug/>
- Ministerio de Educación. (2016). *Alfabetización – Ministerio de Educación*. Recuperado (7 de diciembre de 2016), a partir de <https://educacion.gob.ec/alfabetizacion/>
- Ministerio de Gobierno. (2022). Permisos de funcionamiento, a partir de <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Categorias-Permisos-de-funcionamiento.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (2016). *La vacunación antirrábica beneficia a las mascotas y a sus dueños* – Ministerio de Salud Pública. Recuperado (25 de julio de 2017), a partir de <http://www.salud.gob.ec/la-vacunacion-antirrabica-beneficia-a-las-mascotas-y-a-sus-duenos/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2016). *Ecuador continúa creciendo en tecnología*. Recuperado (7 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/>
- MINTUR. (2008). *Biblioteca – Ministerio de Turismo*. Recuperado (25 de julio de 2017), a partir de <http://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>

- MINTUR. (2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas reconoce siete categorías*. recuperado (21 de septiembre de 2018), a partir de <https://www.turismo.gob.ec/reglamento-turistico-de-alimentos-y-bebidas-reconoce-siete-categorias/>
- MINTUR. (2015). *Servicios Turísticos - Portal Servicios MINTUR*. Recuperado (9 de diciembre de 2016), a partir de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turísticos/247>
- MINTUR. (2018). Establecimientos turísticos registrados. Recuperado (08 de septiembre de 2018), a partir de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Mis Animales. (2022). Recuperado (22 de febrero de 2022), a partir de <https://misanimales.com/un-restaurante-ubicado-en-paris-ingreso-perros-banqueros/>
- Mongobay. (2022). Los desafíos ambientales de Ecuador en 2022, Recuperado (11 de enero de 2022), a partir de <https://es.mongabay.com/2022/01/desafios-ambientales-de-ecuador-en-2022/>
- Municipalidad de Guayaquil. (2014). *Municipalidad de Guayaquil Consultas Frecuentes*. Recuperado (25 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.guayaquil.gob.ec/consultas-frecuentes>
- Municipalidad de Guayaquil. (2012). *Solicitud de Registro de Patentes*. Recuperado (22 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.guayaquil.gov.ec/content/solicitud-de-registro-de-patentes>
- Muñoz, V., Rocío, V. del, Lozano, C., & Rocío, A. (2015). *Diseñar el plan de negocio para la implementación de una cafetería en el centro de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/808>
- Nekocafe (mayo 15, 2022), a partir de <https://www.facebook.com/nekocafe1998/photos/7414536731950881>
- Orbea. (2015). *Uso eficiente de recursos y producción más limpia en la industria*. Medio ambiente. Recuperado a partir de http://es.slideshare.net/Economia_Circular_Ecuador/miriam-orbea
- Pastelería Tartamiel. (2014). *Siglos de tradición: Historia de la pastelería francesa | Tartamiel Pastelería Francesa*. Recuperado (18 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.tartamiel.com/nuestra-historia/historia-de-la-pasteleria-francesa/>

- Pérez, J., & Gardey, A. (2010). *Definición de convivencia — Definicion.de*. Recuperado (1 de febrero de 2017), a partir de <http://definicion.de/convivencia/>
- Porter. (2016). *Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa*. Recuperado (9 de diciembre de 2016), a partir de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Porto, J. P. (2008). *Definición de cultura — Definicion.de*. Recuperado (23 de noviembre de 2016), a partir de
- Porto, J. P. (2016). *Definición de cafetería — Definicion.de*. Recuperado (25 de noviembre de 2016), a partir de <http://definicion.de/cafeteria/>
- Porto, J. P. & Gardey, A. (2009). *Definición de ocio — Definicion.de*. Recuperado (20 de junio de 2017), a partir de <http://definicion.de/ocio/>
- Porto, J. P. & Merino, M. (2009). *Definición de café — Definicion.de*. Recuperado (25 de noviembre de 2016), a partir de <http://definicion.de/cafe/>
- Precio Petróleo. (2022). a partir de <https://www.preciopetroleo.net/petroleo-ecuador.html>
- Primicias. (2019). Lugares pet friendly en Ecuador. Recuperado (17 de mayo 2019), a partir de <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/naturaleza-mascotas-derechos-animales/>
- Primicias. (2022). Nuevo Infocentros. Recuperado (22 de febrero de 2022), a partir de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/gobierno-presupuesto-infocentros-puntos-encuentro/>
- Primicias. (2021). Nuevo sistema tributario. Recuperado (julio de 2021), a partir de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/nuevo-sistema-tributario-inicia-negocios-emprendedores/>
- Qualtrics. (2022). Calcular el tamaño de muestra, a partir de <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/calcular-tomano-muestra/>
- RAE, & Asociación de Academias de la Lengua Española. (2017). *doméstico, ca*. Recuperado (1 de febrero de 2017), a partir de <http://dle.rae.es/?id=E6SHWSY>
- RAE, R.-. (2016). *Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario*. Recuperado (4 de julio de 2017), a partir de <http://dle.rae.es/?id=4gcuzQk>
- RAE, R.-. (2017a). *Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario*. Recuperado (4 de julio de 2017), a partir de <http://dle.rae.es/?id=SihVF3L>

- RAE, R.-. (2017b). *Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario*. Recuperado (4 de julio de 2017), a partir de <http://dle.rae.es/?id=W3sFQMh>
- Reglamento de Alimentos y Bebidas. (2018), a partir de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Reglamento-Turistico-de-Alimentos-y-Bebidas.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2015). *RUC - Servicio de Rentas Internas del Ecuador*. Recuperado (21 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Servicio de Rentas Internas, (2021). RIMPE. Recuperado 2021, a partir de <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Stephenson. (2016). *The Curious Canine Kitchen*. Recuperado (23 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.curiouscaninekitchen.com/>
- Superintendencia de Compañías. (2016). *Guías de Usuarios*. Recuperado (25 de noviembre de 2016), a partir de http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_elec.zul#PhotoSwipe1480050783599
- Tarragona. (2016). *Cerveza y tapas para perros en Cambrils*. Recuperado (23 de noviembre de 2016), a partir de <http://www.diaridetarragona.com/noticia.php?id=39751>
- Taxi para perros. (2015). Autopetecuator, por Autopet. Recuperado (8 de diciembre de 2015), a partir de <https://www.facebook.com/autopetecuator/photos/a.946637282049010/946637288715676/>
- Tren Thello. (2019). Medium, por Matt Gosden, Recuperado (26 de septiembre de 2019), a partir de <https://medium.com/travelling-with-a-dog-london-to-greece-by-public-transport-mattgosden-bd705647cd9c>
- TÜV Rheinland. (2017). *Buenas Prácticas de Manufactura - BPM | ar | TÜV Rheinland*. Recuperado 1 de febrero de 2017, a partir de http://www.tuv.com/es/argentina/servicios_ar/agroalimentos_ar/auditorias_certificacion_ar/certificacion_buenas_practicas_manufactura_bpm_ar/certificacion_buenas_practicas_manufactura_bpm.html
- Villegas. (2016). *Población*. Recuperado 7 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.decuadoralmundo.com/poblacion.html>
- Wayne, T. F. (2009). Una taza de café y otras terapias alternativas en Medicina Clínica. *Revista Costarricense de Cardiología*, 11(2), 41-46.

Apéndices

Apéndice A. Cuestionario de la encuesta

Esta encuesta está dirigida para personas que asisten a cafeterías.
Queremos conocer sus preferencias y aceptación para la implementación de una cafetería francesa que permita el acceso a perros en la ciudad de Guayaquil.

 pkn1azaltamnt@gmail.com (no compartidos)
[Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio



Sexo *

- Masculino
 Femenino

Edad *

- 18-25
 26-35
 36-45
 46-55
 56-65
 66 en adelante

¿Es propietario de un perro? *

- Sí
- No

¿Le gustan los perros? *

- Sí
- No

Estado civil *

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a
- Unión libre

¿Con que frecuencia va a una cafetería? *

- Diariamente
- De 1 a 3 veces por semana
- 2 a 3 veces por semana
- De 3 a 4 veces por semana
- De 4 a 6 veces por semana

¿Cuánto gasta en promedio cuando consume en una cafetería? *

- Entre 2,50 a 4,99 dólares
- Entre 5 a 8 dólares
- Más de 8 dólares
-

¿Estaría dispuesto a degustar repostería francesa? *

- Sí
- No
-

¿Conoce el término Pet friendly? *

- Sí
- No
-

Si usted tiene o tuviese un perro ¿Le gustaría ir a una cafetería (pet friendly) que le permita llevar a su perro mientras degusta de un dulce francés? *

- Sí
- No
-

Si usted no tiene o no pudiese llevar a su perro ¿Estaría usted dispuesto a ir y consumir dentro de este tipo de cafetería (pet friendly)? *

- Sí
- No

¿En qué horario usted asistiría a una cafetería en compañía de su perro? *

- Entre 7 am - 11 am
- Entre 11 am - 3 pm
- Entre 3 pm - 6 pm
- A partir de las 6 pm en adelante

¿Cuál de los siguientes factores valora más para ir a una cafetería? *

- La música
- Cámaras de seguridad
- Facilidad de parqueo
- Buena ventilación
- Decoración del local
- Manejo de conducta canina

¿Cuánto pagaría adicional por un snack para su mascota? *

- De 2 a 4,99 dólares
- De 5 a 7 dólares
- No gastaría

Apéndice B. Horarios

Tabla 21 Horarios trabajadores

	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Administrador	X	09H00-17H00	09H00-17H00	17H00- 21H00	12H00-20H00	09H00-17H00	X
Cajero	X	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	X	09H00-17H00
Cajero 2	X	17H00-21H00	17H00-21H00	X	17H00-21H00	17H00-21H00	17H00-21H00
Mesero	X	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	X	09H00-17H00
Mesero	X	X	17H00-21H00	17H00- 21H00	17H00-21H00	17H00-21H00	17H00-21H00
Pastelero	X	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	X
Asistente cocina	X	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	X	09H00-17H00	09H00-17H00
Asistente cocina	X	17H00-21H00	X	17H00- 21H00	17H00-21H00	17H00-21H00	17H00-21H00
Personal de limpieza	X	09H00-17H00	09H00-17H00	09H00-17H00	X	09H00-17H00	09H00-17H00
Personal de limpieza	X	13H00-21-00	13H00-21H00	13H00-21H00	13H00-21H00	X	13H00-21H00

Apéndice C. Tabla de productos

Tabla 22 Ventas mensuales por unidades

Meses Previos	BEBIDAS								CREPES				DULCES					SANDUCHES			PARA EL CAN			Total	
	Café con leche \$ 2,80	Café Americano \$ 3,00	Mocaccino \$ 3,00	Capuccino \$ 3,00	Chocolate \$ 2,50	Expreso \$ 2,00	Agua \$ 1,00	Te \$ 2,70	Crepes con Manjar \$ 4,60	Crepes con mantequilla de maní \$ 5,00	Crepes con Nutella \$ 5,69	Crepes con banana y nutella \$ 6,00	Macarrone s \$ 2,00	Mousse au chocolat \$ 3,00	Profiterol es \$ 3,00	Creme Brulee \$ 3,69	Magdanela s \$ 3,30	Tostadas Francesas \$ 3,50	Croque Monsieur \$ 4,00	Croque Madane \$ 4,50	Bombon \$ 2,00	Galleta para perro \$ 3,00	Cupcakes de Manzana \$ 3,60		Rollitos de canela \$ 3,40
Enero	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Febrero	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Marzo	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Abril	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Mayo	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Junio	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Julio	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Agosto	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Septiembre	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Octubre	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Noviembre	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
Diciembre	269	269	269	269	269	269	134	168	101	34	34	67	269	101	67	67	67	101	101	67	101	101	67	101	3360
TOTAL	3226	3226	3226	3226	3226	3226	1613	2016	1210	403	403	806	3226	1210	806	806	806	1210	1210	806	1210	1210	806	1210	40320



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rivas Da Ros, Carla Salomé**, con C.C: # 0930175534, autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022

Rivas Da Ros, Carla Salomé
C.C: 0930175534



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Rivas Da Ros Carla Salomé		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Segura Ronquillo Shirley Carolina		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de septiembre del 2022	No. DE PÁGINAS:	108
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento e Innovación, Estudio de Mercado, Bienestar y Calidad de Vida.		
PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:	Pet Friendly, Cafetería, Mascotas, Comida Francesa, Perros		
RESUMEN:	<p>El objetivo del proyecto tiene como finalidad conocer, medir y evaluar la factibilidad económica y social para la creación de una cafetería pet friendly. La cafetería se llamará CAFÉ LE WOOF, un sitio donde los consumidores podrán asistir con sus mascotas a degustar un poco lo que es la gastronomía francesa en un ambiente ameno y seguro, en el que no solamente podrá el dueño disfrutar de un aperitivo, sino que la mascota también. Las encuestas realizadas permitieron conocer las preferencias y agrado del perro como mascota, el cual el resultado de las encuestas hechas indica que el 75,1% de los encuestados tiene por lo menos un perro en su hogar. La idea para la creación de este proyecto nace a raíz de la aceptación de los perros como un miembro importante que conforma la familia ecuatoriana y que cada día hay más leyes a favor de los animales sobre la tenencia de ellos. Por último, después de elaborar la proyección financiera, este indica que si es factible en el cual la tasa de retorno es de 53,62% lo que prueba que el proyecto es viable para su realización.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/>	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2384012	E-mail: carla.rivas@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			