



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: FINANZAS

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR-CAFETERÍA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS.

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

HEYDI DAYANNA BARRAGAN VILLACIS

Riobamba - Ecuador

2020



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: FINANZAS

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN BAR-CAFETERÍA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO
ELIZALDE (BUCA Y), PROVINCIA DEL GUAYAS.**

TRABAJO DE TITULACIÓN
TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTOR: HEYDI DAYANNA BARRAGAN VILLACIS

DIRECTOR: ING. WILLIAM PATRICIO CEVALLOS SILVA

Riobamba - Ecuador

2020

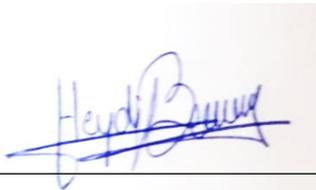
©2019, Heydi Dayanna Barragan Villacis

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, **Heydi Dayanna Barragan Villacis**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados de este son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Riobamba, lunes 6 de enero del 2020

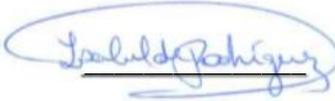


Heydi Dayanna Barragan Villacis

C.C. 0605479435

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: FINANZAS

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación: **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR-CAFETERÍA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS.**, realizado por la señorita: **HEYDI DAYANNA BARRAGAN VILLACIS**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, El mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Eco. María Isabel Gavilánez Vega PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		06 de enero del 2020
Ing. Wiliam Patricio Cevallos Silva DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		06 de enero del 2020
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza. MIEMBRO DE TRIBUNAL		06 de enero del 2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios quien me guio y me permitió culminar mi carrera profesional. A mis padres y hermanos todos ustedes fueron mi fuerza y motivación en todo este trayecto siempre dispuestos a darme una mano y no me dejaron desmayar en los momentos difíciles por los cuales pase durante estos años de estudios. En especial a mí querida madre una mujer luchadora y valiente que, por sus sabios consejos, su amor, apoyo y sacrificio constante pude lograr esta meta. Por estas y más razones se las dedico con mucho amor y respeto que existe de mí hacia ustedes, pilares fundamentales para que este sueño y se haya cumplido.

Heydi Dayanna Barragan Villacis.

AGRADECIMIENTO

En especial a Dios por haber hecho posible mi tan anhelado sueño por cuidarme en todo momento, dado que sin su protección celestial no hubiese podido lograr cada una de mis metas. Agradezco a mis padres por ser mi fortaleza en todo momento, estoy segura que ellos están tan orgullosos de este logro porque sabemos que todo el esfuerzo valió la pena no me alcanzan las palabras para agradecerles por todo lo que han hecho, para ustedes mi profunda admiración, respeto y agradecimiento. También quiero agradecer a mis profesores por que supieron formarme profesionalmente, además me compartieron sus experiencias y consejos. De manera especial a mis tutores por el tiempo y la paciencia a lo largo de este trabajo de investigación.

Heydi Dayanna Barragan Villacis.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEORICO REFERENCIAL.....	2
1.1. Antecedentes investigativos.....	2
1.1.1. Reseña histórica.....	3
1.2. Fundamentación teórica.....	4
1.2.1. Emprendedor.....	4
1.2.2. Definición de proyecto.....	5
1.2.3. Tipos de proyectos.....	5
1.2.4. Definición de proyecto de inversión.....	6
1.2.5. Alcances de la identificación, formulación y evaluación un proyecto.....	6
1.2.6. Estudio de mercado.....	6
1.2.6.1. Identificación del consumidor final.....	7
1.2.6.2. Análisis de la competencia.....	7
1.2.6.3. El producto.....	7
1.2.6.4. La oferta.....	8
1.2.6.5. La demanda.....	8
1.2.6.6. Precio.....	8
1.2.6.7. Distribución.....	9
1.2.7. Estudio técnico.....	9
1.2.7.1. Objetivos del estudio Técnico.....	10
1.2.7.2. Tamaño del proyecto.....	10
1.2.7.3. Capacidad instalada.....	10
1.2.7.4. Localización del proyecto.....	11
1.2.7.5. Producción.....	11
1.2.7.6. Ingeniería del Proyecto.....	12
1.2.7.7. Proceso del servicio.....	12

1.2.7.8.	<i>Distribución de la planta.</i>	13
1.2.7.9.	<i>Maquinaria y equipos.</i>	13
1.2.8.	<i>Estudio organizacional.</i>	14
1.2.8.1.	<i>Organización del proyecto.</i>	14
1.2.8.2.	<i>Misión.</i>	14
1.2.8.3.	<i>Visión.</i>	15
1.2.8.4.	<i>Valores.</i>	15
1.2.8.5.	<i>Organigramas.</i>	15
1.2.8.6.	<i>Manual de funciones.</i>	16
1.2.9.	<i>Estudio legal.</i>	16
1.2.10.	<i>Estudio financiero.</i>	16
1.2.10.1.	<i>Inversiones.</i>	17
1.2.10.2.	<i>Financiamiento.</i>	17
1.2.10.3.	<i>Capital de trabajo.</i>	17
1.2.10.4.	<i>Estado de resultados.</i>	18
1.2.10.5.	<i>Flujo de efectivo.</i>	18
1.2.10.6.	<i>Punto de equilibrio.</i>	18
1.2.10.7.	<i>Criterios clásicos de evaluación financiera.</i>	18
1.2.10.8.	<i>Valor actual neto (VAN).</i>	19
1.2.10.9.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR).</i>	19
1.2.10.10.	<i>Periodo de recuperación (P.R).</i>	19
1.2.10.11.	<i>Análisis de sensibilidad.</i>	20

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	21
2.1.	Modalidad.	21
2.2.	Tipos de investigación.	21
2.3.	Población y Muestra.	22
2.4.	Métodos, Técnicas e Instrumentos.	23
2.4.1.	<i>Métodos.</i>	23
2.4.2.	<i>Técnicas.</i>	23
2.4.3.	<i>Instrumentos.</i>	24
2.5.	Idea a defender.	24
2.6.	Variables.	24
2.6.1.	<i>Variable independiente.</i>	24
2.6.2.	<i>Variable dependiente.</i>	24

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	25
3.1.	Análisis e interpretación de resultados	25
3.1.1.	<i>Análisis general</i>	38
3.2.	Propuesta	38
3.2.1.	<i>Título</i>	38
3.3.	Estudio de mercado	38
3.3.1.	<i>Descripción del producto o servicio</i>	38
3.3.2.	<i>Análisis de la demanda</i>	39
3.3.3.	<i>Análisis de la oferta</i>	40
3.3.4.	<i>Determinación de la demanda insatisfecha</i>	41
3.3.5.	<i>El producto</i>	42
3.3.5.1.	<i>Marca y logo</i>	43
3.3.6.	<i>Canales de distribución</i>	44
3.3.7.	<i>Estrategias de comercialización</i>	45
3.3.8.	<i>Análisis de precios</i>	46
3.3.9.	<i>Proveedores</i>	47
3.3.10.	<i>Forma de pago</i>	48
3.4.	Estudio técnico	48
3.4.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	48
3.4.1.1.	<i>Capacidad instalada</i>	48
3.4.2.	<i>Localización del proyecto</i>	49
3.4.2.1.	<i>Macro localización</i>	49
3.4.2.2.	<i>Micro localización</i>	50
3.4.3.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	52
3.4.3.1.	<i>Proceso de servicio</i>	52
3.4.3.2.	<i>Descripción del proceso</i>	53
3.4.3.3.	<i>Distribución de la planta</i>	55
3.4.3.4.	<i>Maquinaria y herramientas</i>	56
3.5.	Estudio organizacional	57
3.5.1.	<i>Misión Bar-cafetería</i>	57
3.5.2.	<i>Visión Bar-cafetería</i>	57
3.5.3.	<i>Valores</i>	57
3.5.4.	<i>Organigrama</i>	58
3.5.5.	<i>Requerimientos de personal</i>	59
3.5.6.	<i>Manual de funciones</i>	60

3.6.	Estudio legal.	65
3.7.	Estudio económico financiero.	67
3.7.1.	<i>Inversión inicial.</i>	67
3.7.2.	<i>Inversión fija.</i>	68
3.7.2.1.	<i>Maquinaria.</i>	68
3.7.2.2.	<i>Inversión diferida.</i>	69
3.7.2.3.	<i>Depreciaciones.</i>	70
3.7.2.4.	<i>Amortización.</i>	70
3.7.2.5.	<i>Capital de trabajo.</i>	70
3.7.2.6.	<i>Resumen de la inversión del proyecto.</i>	72
3.7.3.	Financiamiento.	72
3.7.3.1.	<i>Gastos financieros.</i>	73
3.7.4.	Costos y gastos.	74
3.7.4.1.	<i>Costos de producción.</i>	74
3.7.4.2.	<i>Gastos administrativos y ventas.</i>	74
3.7.5.	Ingresos.	75
3.7.6.	Punto de equilibrio.	76
3.7.7.	Estado de resultados proyectados.	77
3.7.8.	Flujo de caja proyectado.	78
3.7.9.	Balance general.	79
3.8.	Evaluación financiera.	80
3.8.1.	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	80
3.8.2.	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	80
3.8.3.	<i>Periodo de recuperación.</i>	81
3.8.4.	<i>Beneficio/costo.</i>	81
3.8.5.	<i>Análisis de sensibilidad.</i>	82
CONCLUSIONES		83
RECOMENDACIONES		84
BIBIOGRÁFIA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Edad de la población del Cantón Bucay.....	25
Tabla 2-3: Genero	26
Tabla 3-3: Ocupación.....	27
Tabla 4-3: Estado Civil.	28
Tabla 5-3: Preferencia al momento de acudir a un bar-cafetería	29
Tabla 6-3: Frecuencia con que asisten al bar-cafetería	30
Tabla 7-3: Con quien asiste al bar-cafetería.	31
Tabla 8-3: Motivos por los que Ud. asiste a un bar-cafetería	32
Tabla 9-3: Qué tipo de productos Ud. consumiría frecuentemente en el bar-cafetería.	33
Tabla 10-3: Con que otros servicios le gustaría que cuente el bar-cafetería.	34
Tabla 11-3: Consumo promedio que estaría dispuesto a realizar en el bar-cafetería	35
Tabla 12-3: Medios para enterarse de las actividades del Bar-Cafetería.	36
Tabla 13-3: Estaría dispuesto Ud. apoyar al emprendimiento.	37
Tabla 14-3: Frecuencia de consumo.....	39
Tabla 15-3: Proyección de la demanda.	40
Tabla 16-3: Oferta.....	41
Tabla 17-3: Proyección de la Oferta.....	41
Tabla 18-3: Demanda Insatisfecha.	42
Tabla 19-3: Análisis de precios cafeterías.	46
Tabla 20-3: Análisis de precios de Bares.	46
Tabla 21-3: Precios de "Nativos" bar-cafetería.	47
Tabla 22-3: Método cualitativo por puntos.	51
Tabla 23-3: Descripción de maquinaria y equipo	56
Tabla 24-3: Manual de funciones del Gerente.....	60
Tabla 25-3: Manual de funciones del Contador	61
Tabla 26-3: Manual de funciones del cocinero.....	62
Tabla 27-3: Manual de funciones del Bartender.....	63
Tabla 28-3: Manual de funciones del Mesero	64
Tabla 29-3: Resumen de inversión fija.....	67
Tabla 30-3: Maquinaria.....	68
Tabla 31-3: Equipos y utensilios de cocina.	68
Tabla 32-3: Muebles y Enseres.	69
Tabla 33-3: Equipo de cómputo.	69
Tabla 34-3: Equipo de oficina.....	69
Tabla 35-3: Inversión Diferida.	69

Tabla 36-3: Materia prima	71
Tabla 37-3: Resumen de inversión total.....	72
Tabla 38-3: Financiamiento.	72
Tabla 39-3: Tabla de amortización por años.	73
Tabla 40-3: Mano de obra directa	73
Tabla 41-3: Costo total de mano de obra directa.....	73
Tabla 42-3: Costos de producción.....	74
Tabla 43-3: Gastos administrativos y de ventas.	74
Tabla 44-3: Gastos servicios básicos.....	74
Tabla 45-3: Gasto arriendo.....	75
Tabla 46-3: Costos Fijos	75
Tabla 47-3: Costos variables.	75
Tabla 48-3: Ingresos	76
Tabla 49-3: Punto de equilibrio.....	76
Tabla 50-3: Punto de equilibrio total del proyecto.	76
Tabla 51-3: Estado de resultados proyectado.	77
Tabla 52-3: Flujo de caja proyectado.	78
Tabla 53-3: Balance general proyectado.	79
Tabla 54-3: Cálculo del valor actual neto.....	80
Tabla 55-3: Datos para cálculo del TIR.....	80
Tabla 56-3: Periodo de recuperación.....	81
Tabla 57-3: Resumen del análisis de sensibilidad.	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Edad	25
Gráfico 2-3:	Genero	26
Gráfico 3-3:	Ocupación	27
Gráfico 4-3:	Estado Civil.....	28
Gráfico 5-3:	Preferencia al momento de acudir a un bar-cafetería.	29
Gráfico 6-3:	Frecuencia de asistir al bar-cafetería	30
Gráfico 7-3:	Normalmente con quien asiste a un bar-cafetería	31
Gráfico 8-3:	Motivos por los que Ud. asiste a un bar-cafetería	32
Gráfico 9-3:	Productos que consumiría frecuentemente en el bar-cafetería.	33
Gráfico 10-3:	Con que otros servicios le gustaría que cuente el bar-cafetería.....	34
Gráfico 11-3:	Consumo promedio que estaría dispuesto a realizar en el bar-cafetería.....	35
Gráfico 12-3:	Medios para enterarse de las actividades del bar-cafetería.	36
Gráfico 13-3:	¿Estaría dispuesto Ud. apoyar al emprendimiento?	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Alcances de un proyecto.....	6
Figura 1-3: Logo del bar-cafetería.....	43
Figura 2-3: Canales de distribución.....	44
Figura 3-3: Ubicación del Cantón General Antonio Elizalde.	50
Figura 4-3: Avenidas principales del cantón General Antonio Elizalde.	51
Figura 5-3: Adquisición de materia prima.	52
Figura 6-3: Diagrama del proceso de producción.....	53
Figura 7-3: Distribución de la planta.....	55
Figura 8-3: Organigrama Estructural.....	58
Figura 9-3: Diagrama de posición	58

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN BUCAY.

ANEXO B: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.

ANEXO C: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.

ANEXO D: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

RESUMEN

El presente proyecto de inversión se lo realizó para la implementación de un bar-cafetería en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), provincia del Guayas, con el objetivo de determinar si es un proyecto rentable y brindar a la población de la ciudad un producto y servicio de calidad. Se decidió analizar el entorno del mercado por medio de entrevistas y encuestas a los dueños de las empresas competidoras y a los futuros clientes, el mismo que permitió tener un conocimiento más claro y amplio sobre los gustos, preferencias y aceptación del producto y servicio, estos datos serán la guía para ejecutar el proyecto logrando posicionamiento y crecimiento en el mercado. Además se realizó un estudio técnico, administrativo, legal y económico-financiero, en el cual se determinó una inversión de \$13722.03, también se realizó estados financieros los mismos que permitieron la aplicación de indicadores obteniendo un resultado de un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 9021.10, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 34%. Se concluye que el proyecto es viable y que ayudará a dinamizar la economía del cantón, además generará fuentes de empleo. Se recomienda ejecutar el proyecto en base a la propuesta sugerida para obtener una buena rentabilidad frente a la inversión realizada.

Palabras Clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <PROYECTO DE INVERSIÓN>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <RENTABILIDAD>, <CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (CANTÓN)>



ABSTRACT

The present investment project was carried out for the implementation of a cafeteria in the General Antonio Elizalde (Bucay) municipality, Guayas province, with the objective of determining if it is a profitable project and providing the city population with a quality product and service. It was decided to analyze the market environment through interviews and surveys to the owners of competing companies and future customers, which allowed to have a clearer and broader knowledge about the tastes, preferences and acceptance of the product and service, these data will be the guide to execute the project achieving the positioning and growth in the market. In addition, a technical, administrative, legal and economic-financial study was carried out, in which an investment of \$ 13722.03 was determined, financial statements were also made that allowed the application of indicators obtaining a result of a Net Present Value (NPV) of \$ 9021.10 an Internal Rate of Return (IRR) of 34%. It is concluded that the project is viable and that helps boost the economy of the municipality also will generate sources of employment. It is recommended to execute the project based on the suggested proposal in order to obtain a good return on the investment made.

Key words: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <INVESTMENT PROJECT>, <FINANCIAL STUDY>, <PROFITABILITY>, <GENERAL ANTONIO ELIZALDE (MUNICIPALITY)>



INTRODUCCIÓN

El cantón General Antonio Elizalde poco a poco ha ido desarrollándose y por ende el crecimiento de los negocios se ha evidenciado en los últimos años, en especial el del sector del entretenimiento y ocio, lo que genera expectativa en los habitantes y paulatinamente el aumento de la demanda por acudir a locales donde puedan comer o beber se hace más recurrentes, pero a la vez esto los hace más exigentes.

El bar-cafetería se crea en base a la necesidad de contar con un lugar donde puedas deleitar una rica comida mientras disfrutas de un lugar acogedor ya se con tu familia o amigos y así satisfacer las exigencias de clientes locales como extranjeros con productos de calidad y un buen servicio.

En los últimos años se ha abierto un sinnúmero de negocios de todo tipo en la ciudad, pero la mayoría lo hacen de forma empírica sin basarse en los conocimientos administrativos y técnicos necesarios para la supervivencia normal de todo negocio, nosotros aprovechando las ganas de superación y los conocimientos necesarios lo que nos permite contribuir al cantón en su desarrollo económico a través de la creación del bar-cafetería que seguro tendrá gran acogida por su combinación de dos negocios.

La creación del proyecto nos ayudará a minimizar un poco el riesgo y la incertidumbre por que se estudiará detalla mente cada factor que nos permitirá crear acciones y estrategias lo que le convierte en una herramienta indispensable para la decisión del inversionista.

El proyecto se desarrollará en base a 3 capítulos que se detallan a continuación.

El I capítulo se compone de todos los antecedentes investigativos, conceptos y teorías necesarias para la elaboración del proyecto los mismos que nos será un apoyo en los demás capítulos.

El II capítulo se detalla el marco metodológico de la investigación, como los métodos de investigación que se aplicarán en el proyecto lo que nos ayudara a desarrollar de la mejor manera posible la investigación.

El III capítulo detalla todo lo que el autor decide proponer como solución al problema basado en instrumentos técnicos como el estudio de mercado, técnico, legal, económico y evaluación del proyecto para así determinar su viabilidad.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEORICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes investigativos.

En una previa investigación se pudo constatar varias investigaciones relaciones de proyectos para creación de alguna empresa o microempresa, lo que nos ayuda a encontrar una referencia para desarrollar nuestra investigación entre los cuales detallare a continuación:

Según (Castillo, 2012) *“Café-Bar en el cantón caluma, provincia de Bolívar como atractivo de diversión”*

Conclusiones:

Existen muchos bares y discotecas en Caluma que no ofrecen un ambiente agradable a sus clientes, carecen además de calidad de servicio, con lo cual decidimos a simple vista que no implementa estrategias de mercado, además en los resultados de campo se ve una gran aceptación para crear el Café-Bar.

Según (Dutan & Zaruma Guaman, 2016) del trabajo de titulación denominado: *“Proyecto de inversión para determinar la factibilidad de aperturar un centro comercial de prendas de vestir, de marcas reconocidas tanto nacionales como internacionales, en la provincia de Cañar, cantón Cañar, año 2016”*.

Conclusiones:

Una vez realizado los diferentes estudios y la evaluación del proyecto se puede determinar que es factible según el VAN, TIR Y beneficio costo por que todos han arrojado resultados favorables, además cumplirá con todos los objetivos, políticas y estrategias establecidas en el presente trabajo lo que asegurará el éxito en el mercado ya que favorecerá al desarrollo económico e impulsará la inversión.

Según (Tixe, 2017) del trabajo de titulación denominado: *“Proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de uvilla en el cantón guano, Provincia de Chimborazo, con el auspicio del GAD municipal de guano, periodo 2017”*.

Conclusiones:

En el estudio de mercado, mediante encuestas se evidenció que el proyecto es factible, según los estudios realizados en este proyecto, basados en la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, demostrando que existe una demanda insatisfecha de mermeladas considerando cubrir esta, además de conocer gustos, preferencias y necesidades de los diferentes consumidores para penetrarse en el mercado objetivo.

1.1.1. *Reseña histórica.*

Cafeterías.

Estambul fue la ciudad donde se abrieron las primeras cafeterías aproximadamente en el año 1550, cuyo número creció rápidamente. Estos establecimientos eran puntos de encuentros para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados favorables, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del imperio otomano. Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente de los balcones ocupados por ellos, y se presume que el concepto entro a la Europa cristiana a través del reino Unido de Hungría, puesto que este fungía constantemente de mediador entre el sacro imperio romano germánico y el imperio otomano.

Entre una de la primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, Venecia, conocida como La Bottega del café. Posteriormente EL concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías con el nombre de Café Procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamin Flanklin entre otros. En 1692 se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres, luego se abrieron otras cafeterías en Berlin, en Viena y Budapest.

Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías como lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días. En España a finales del siglo XIX y principio del XX, también los intelectuales comenzaron a reunirse en cafeterías, algunas de las cuales a día de hoy son auténticas instituciones como café Zurich (Barcelona, 1862), café Gijon (Madrid. 1888), Café Iruña (Bilbao 1934) entre otros.

Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto del Café instalando unas 5000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías más bellas del mundo se encuentran en la ciudad de la luz “París” las más antiguas y famosas. La costumbre de tomar café en el mundo occidental es relativamente no es tan vieja se remonta a unos 300 años, sin embargo el café y sus adeptos han existido desde hace mucho tiempo atrás. (Café 360, 2015)

Bares.

La palabra Bar tiene su origen del inglés teniendo un significado en español de “barra” dando su usos popular en Norteamérica, por otro lado existe otra versión la cual dice que la palabra bar nació de barra ya que en los establecimientos donde vendían comida se separaban de las que vendían alcohol por medio de una barra, lo cual nos demuestra que el origen de este tipo de establecimientos no está muy definida mucho menos saber quién fue la primer persona que abrió esta clase de negocio.

Según la historia dice que la ciudad de roma fue la ciudad donde se abrieron los primero bares donde se vendían bebidas alcohólicas, bebidas calientes y frías dependiendo de la estación del año, de las cuales se acompañaban de comidas rápidas.

Un lugar llamado Pub se creó en el año 1859 dando inicio a lo que hoy conocemos como tabernas que poco a poco fueron teniendo popularidad entre los sectores de bajos recursos económicos.

En 1793 la palabra taberna se reconoce por la real academia de la lengua, mas conocida hoy en día como bar, los bares nacen en Asturias justamente cuando se inventó la cerveza y se extendió a nivel mundial, poco a poco se han trasformado creando diferentes estilos y servicios para atraer clientes.

1.2. Fundamentación teórica.

1.2.1. *Emprendedor.*

Según (Briascó, 2014) Es capaz de emprender detectar oportunidades con creatividad y resolución rompiendo con ideas previas, para crear nuevas formas de hacer las mismas cosas, es percibir novedades, detalles, signos, símbolos y momentos, aunque pasen desapercibidos para otros, asumen riesgos y tiene la confianza de que podrán vencerlos.

El emprendedor debe determinar si la idea de negocio es tentadora y saber qué es lo que va a ofrecer a los clientes, el proceso de la selección de una idea de un negocio empieza observando el entorno empresarial al que perteneceremos, se analiza las necesidades de los consumidores y todo lo relacionado, además de establecer contacto con personas creativas, medios de comunicación o entidades promocionales que nos ayuden en el proceso de dar a conocer una nueva empresa. (Flórez, 2015)

1.2.2. Definición de proyecto.

El termino proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos, siguiendo una metodología definida para la cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas practicas establecidas.

1.2.3. Tipos de proyectos.

Se puede decir que hay 4 tipos de proyectos:

Proyectos de emprendimientos. Son los que nacen desde cero y que su objetivo final es obtener un rendimiento económico en un plazo determinado. Los indicadores que empleamos en los estos para evaluarlos son el TIR, el VAN, costo/beneficio y punto de equilibrio.

Proyectos empresariales. Estos pueden estar dirigidos a cualquier área de la empresa ya existente, para medir si el proyecto ha tenido éxito, evaluamos los indicadores de gestión, los cuales tratamos de una u otra manera de pasarlos a unidades monetarias para poder medirlos o ver el real afecto que tiene en la empresa.

Proyectos sociales. La peculiaridad más grande de estos proyectos se encuentra en que buscan mejorar la vida de un grupo específico de personas. La evaluación de este tipo de proyectos se realiza antes, durante y después de finalizado el proyecto. Los indicadores son de corte social, como el desempleo; el ingreso per cápita de una familia; analfabetismo; número de familias en donde el jefe de familia es mujer.

Proyectos de investigación. Este tipo de proyectos tiene frecuentemente una inversión realizada, la cual no necesariamente se puede medir como una recuperación, ya que mucho de esto genera nuevas tecnologías que en algún momento pueden ser utilizadas. (Beltrán, 2011)

1.2.4. Definición de proyecto de inversión.

El proyecto de inversión se realiza con la finalidad de aprovechar las oportunidades que puede generar un producto o servicio que satisfagan necesidades o solucionen problemas este plan toma forma cuando se hace un estudio de mercado que investiga la viabilidad de la demanda por parte de la sociedad a la que se va a dirigir el proyecto, así como de un estudio técnico que determine la posibilidad de producir bienes o servicios y finalmente realizar los estados financieros que ordenen los resultados que se obtuvieron en los estudios anteriores. Es decir un proyecto de inversión es un documento que consta de actividades específicas y tareas precisas que permiten obtener un documento estructurado y organizado. (Aranday, 2018).

1.2.5. Alcances de la identificación, formulación y evaluación un proyecto.

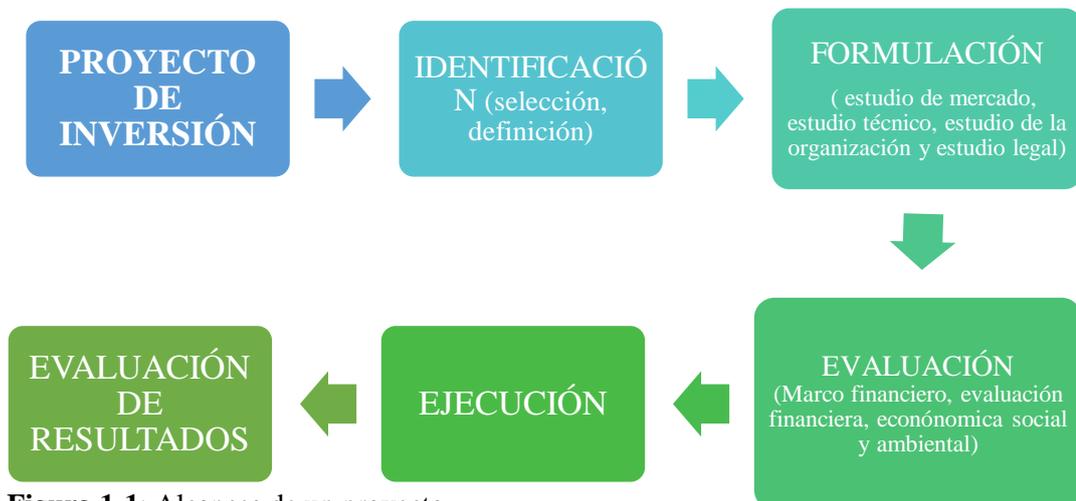


Figura 1-1: Alcances de un proyecto.

Elaborado por: Barragán, H. 2019

Fuente: (Córdoba, 2011)

1.2.6. Estudio de mercado.

Al estudio de mercado se lo considera como la parte más importante del proyecto, un buen estudio de mercado permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios: técnico, Financiero y llevar a cabo un real evaluación del proyecto.

El concepto de mercado debe ser amplio. Debe incluir a todas las variables en el cual la empresa va a participar: consumidores (demanda), competencia (oferta), proveedores (insumos), distribuidores (comercialización) tanto en tiempo histórico, actual como futuro. En otro contexto, al estudiar el mercado comprenderemos que no hay dos consumidores iguales y que es difícil

satisfacerlos a todos de la misma manera; de ahí nace la inquietud de saber cómo llegar a todos ellos y satisfacer las necesidades de los consumidores y los inversionistas.

1.2.6.1. *Identificación del consumidor final.*

En el desarrollo del plan de negocio o proyecto es necesario identificar al cliente potencia y clasificarlo en grupos homogéneos con características comunes e identificables. A su vez se debe diferenciar entre quién tomar la decisión de compra y quien finalmente consume el producto o servicio; que motiva la compra del bien y/o servicio que se va a comercializar; cuales son los hábitos de compra: y cuál es el poder de negociación que tienen los posibles consumidores. En el plan de negocio se debe identificar el nicho del mercado atender, estudiar las variables de segmentación de mercado como la edad, sexo, Poder adquisitivo, nivel adquisitivo, estilo de vida, etc. Así como los componentes en los que los clientes basan sus decisiones de compras: precio, calidad, distribución, servicio, etc. Y la modificación de la decisión mediante un cambio en los hábitos de consumo.

1.2.6.2. *Análisis de la competencia.*

Se debe identificar nuestra competencia, entendiéndose como competidores a todas aquellas empresas que comercialicen los mismos productos o servicios o que satisfagan una misma necesidad. Otra amenaza son los producticos sustitutos ellos pueden llegar a convertirse en una competencia, por eso el empresario debe ser capaz de comprender el tipo de competidores a los que se va a enfrentar y conocer sus fortalezas y debilidades, para poder ser más eficaces que ellos. Necesitamos conocer muchas características de sus productos o servicios como la localización, el servicio ofrecido, su participación en el mercado, sus políticas su rentabilidad y toda la información necesaria que nos ayude a posesionar nuestro producto.

Es importante indicar los líderes en cada una de las características antes mencionadas: en calidad en precio, en costos, en distribución etc. Así es posible observar la importancia que el mercado concede a cada una de estas características de los productos y posesionar de forma más adecuada el nuevo producto o servicio que se quiere crear. (Flórez, 2015).

1.2.6.3. *El producto.*

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona, una idea”.

Es decir el producto es lo que ofrece una empresa o negocio a los clientes después de pasar por varios procesos o estudios que ayudan a satisfacer necesidades de las personas. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007)

1.2.6.4. *La oferta.*

Es la cantidad productos o servicios que las organizaciones, empresas o personas ponen a la venta en el mercado en un determinado lugar y a un precio estimado bien por el interés del oferente o por la fijación de la economía. Por eso existe conocida ley de la oferta que no más que la relación directa entre los precios y cantidades, es decir una cantidad de producto aumenta cuando su precio aumenta. (Viñan, Puente Riofrio, Avalos Reyes, & Córdova Prócel, 2018)

1.2.6.5. *La demanda.*

La demanda es la suma de las adquisiciones o compras de un bien o servicio por parte del consumidor para satisfacer una necesidad, además hay que tomar en cuenta que la magnitud de la demanda varía en función del precio tomando en cuenta que se cobran los costos de producción y margen de rentabilidad.

La demanda debe examinar tres tipos de la misma:

Demanda pasada: es la investigación mediante fuentes secundarias de información como los libros, revistas entre otros, del proceso histórico de acuerdo al bien o servicio que considera el proyecto a diseñarse. Se pueden considerar las cantidades vendidas en años anteriores.

Demanda presente: este tipo de demanda se realiza en el momento presente y se ejecuta a través del estudio de mercado.

Demanda futura: es la cantidad efectiva de un bien o servicio que puede esperarse en fechas futuras. (Viñan, Puente Riofrio, Avalos Reyes, & Córdova Prócel, 2018).

1.2.6.6. *Precio.*

Según (Armstrong & Philip, 2013) “el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”.

En base al concepto anterior se puede decir que el precio es la cantidad monetaria en la que el productor vende su producto o servicio después de analizar varios factores que le ayuden a determinar el precio más adecuado para el cliente.

1.2.6.7. *Distribución.*

La distribución es el traspaso de los productos o servicios al consumidor o usuario final por eso es importante analizar factores como área de afluencia, variedad de oferta, sistema de ventas y sobre todo la posición en el mercado.

- **Canales de distribución:**

Es la forma en la que se hace llegar los productos hasta el consumidor en el momento oportuno y en la cantidad necesaria y a precios adecuados para las dos partes. Pues dicho de otra forma no es más que las vías o rutas que la propiedad de los productos toma para llegar hacia el consumidor, establecer bien los canales de distribución nos permitirán aprovechar mejor el mercado, aumentar las ventas y no tener un nivel muy alto de inventarios.

Dependiendo del tipo de proyecto aparecen los intermediarios en proyectos pequeños la relación es directa con el cliente final, pero en empresas medianas y grandes es necesario los intermediarios y los canales de distribución se hacen más grandes de acuerdo al tamaño de empresa.

1.2.7. *Estudio técnico.*

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, cómo y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características el producto o servicios, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen y precio de la venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto. (Córdoba, 2011)

1.2.7.1. *Objetivos del estudio Técnico.*

- Verificar la posibilidad de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos las instalaciones y la organización óptimas requeridas para la realizar la producción. (Urbina, 2010)

1.2.7.2. *Tamaño del proyecto.*

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implantación. De igual forma, la decisión que se tome del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de los ingresos por venta.

Las razones por las cuales el proyecto no ofrece un mayor número de productos o servicios y entre las cuales se pueden destacar:

- Tamaño de mercado.
- Capacidad financiera.
- Disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos.
- Problemas institucionales
- Capacidad administrativa.
- Proceso tecnología.
- Problemas legales. (Córdoba, 2011)

1.2.7.3. *Capacidad instalada.*

La capacidad instalada se determina por la dimensión o cantidad de productos o servicios que una empresa puede producir en un lapso de tiempo.

Al momento decidir qué capacidad instalar debemos tomar en cuenta algunos factores como: el mercado, el financiamiento las inversiones, políticas y lugar.

Estos factores mencionado anteriormente nos ayudaran a escoger la correcta capacidad de la empresa ya que debemos evitar caer en errores muy comunes como crear una empresa de gran tamaño con un enorme costo de inversión y que no vaya a sea aprovechada completamente.

1.2.7.4. *Localización del proyecto.*

Es la comparación de varios factores que ayudan a tomar la mejor ubicación del proyecto para lograr llegar al máximo de utilidades y minimizar costos, dentro de la ubicación existen la macro y micro localización.

a. Macro localización.

Consiste en evaluar las mejores condiciones de una regional, país o provincia, o sea la macro zona para crear el proyecto. Se analiza factores como:

- Ubicación de los consumidores o usuarios.
- Localización de la materia prima y demás insumos.
- Infraestructura de servicios públicos
- Políticas, planes o programas de desarrollo.
- Normas y regulaciones específicas.
- Tendencias de desarrollo de la región.
- Condiciones climáticas, ambientales, suelos.
- Interés de fuerzas sociales y comunitarias. (Corrillo & Gutiérrez, 2016)

b. Micro localización.

Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro del país y provincia escogida y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno escogido.

- Disponibilidad y costos de recursos: mano de obra, materias primas, servicios de comunicaciones.
- Otros factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas consideraciones ecológicas.
- Costo de transporte de insumos y de productos. (Corrillo & Gutiérrez, 2016).

1.2.7.5. *Producción.*

La ingeniería del plan de negocio busca identificar un área de producción que optimice la utilización de los recursos humanos y materiales que están puestos al servicio de la empresa. Se pueden identificar las siguientes fases de la producción:

- Ingeniería del producto. Consiste en el diseño del producto o servicios a la medida de los usuarios.
- Determinación de procesos técnicos. Comprende todas las actividades necesarias para la elaboración de los productos.
- Planificación de materiales y servicios. Es la oportuna disposición de los equipos y maquinaria, herramientas, servicios y en general de los recursos técnicos y humanos. (Flórez, 2015).

1.2.7.6. *Ingeniería del Proyecto.*

Abarca todas aquellas investigaciones técnicas que se refiere a la selección y determinación del proceso, especificación de equipo y maquinaria, mano de obra y finalmente de planta. (Fernandez, Mayagoitia, & Quintero, 2010).

1.2.7.7. *Proceso del servicio.*

Se entiende por proceso las transformaciones que realiza en el aparato productivo creado por el proyecto para convertir una adecuada combinación de insumos en cierta cantidad de productos.

El campo de los procesos de producción abarca desde la tarea completamente manual hasta los sistemas hombre-máquina e incluye los procesos automáticos donde la mano de obra es indirecta o de supervisión. Las tareas manuales en combinación con instrumentos mecánicos, constituyen todavía una gran proporción de la actividad productiva. (Fernandez, Mayagoitia, & Quintero, 2010).

Diagrama de proceso.

Un diagrama de proceso nos permite conocer cuál será la secuencia de operaciones a realizar para lograr nuestro objetivo, así como identificar qué elementos constituyen el producto que se comparan y cuales deberán fabricarse. Este nos permite tomar una decisión sobre el proceso que habremos de seguir para la manufactura de nuestros productos, dependiendo tanto de aspectos técnico como económicos, en los aspectos técnicos tenemos: la calidad, el acabado, la confiabilidad la tasa de producción, el grado de automatización y como factores económicos como: el costo de la máquina, el costo de la mano de obra, el costo de la materia prima, entre otros. (Fernandez, Mayagoitia, & Quintero, 2010).

- **Diagrama de bloques.**

Es un método sencillo para representar un proceso, este consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo, cada bloque se coloca en forma continua y se une con las operaciones como la dirección del flujo. En la representación se acostumbra empezar en la parte superior izquierda de la hoja, si es necesario se puede agregar ramales al flujo principal de proceso. En los rectángulos se anota la operación unitaria efectuada sobre el material y se puede complementar la información con tiempos y temperaturas de la operación ejercida. (Fernandez, Mayagoitia, & Quintero, 2010).

1.2.7.8. *Distribución de la planta.*

El arreglo de la maquinaria y equipo dentro y fuera de los edificios determinara en alto grado la eficacia de la operación de la planta ya que afecta el tiempo y la distancia de los desplazamientos de materiales y operaciones, así como a las inversiones en obra civil y en equipos de transporte.

Es necesario proyectar el equipo de la fábrica de manera que sea fácil el manejo de materiales a través del procesamiento y de las diversas operaciones. Las operaciones de recorrido deben ser cortas y las maniobras de levantar, mover o depositar el producto en proceso, deben reducirse al máximo. (Fernandez, Mayagoitia, & Quintero, 2010).

La distribución correcta de la planta es un parte fundamental antes de abrir una empresa porque con la ubicación correcta de las máquinas y espacios es lo que nos permitirá tener procesos de producción más rápidos con esto lograremos que todo esté donde se necesiten y lograr ser eficientes, además en un tipo de negocios como un bar-cafetería hay que tener en cuenta que los clientes necesitan comodidad.

1.2.7.9. *Maquinaria y equipos.*

Para conocer el tipo de maquinaria y equipo se debe tomar en cuenta:

- Conocer a los proveedores para cotizaciones y origen de la maquinaria.
- Conocer el proceso de producción.
- Conocer las funciones o virtudes para ser aprovechadas totalmente.
- El estudio de mercado para determinar la capacidad requerida por el proyecto y la capacidad disponible en la maquinaria y equipo, previendo los planes de expansión.
- El proceso tecnológico a utilizar para decidir si este es automático, semiautomático o manual.

- Los requerimientos de mano de obra directa y nivel de capacitación.
- Los turnos que se vayan a implementar 1.2.3 horas extras.
- Conocer los precios para el cálculo de la investigación inicial.
- Conocer las dimensiones.
- Si la maquinaria es importada o de fabricación nacional.
- Si es esta nueva o usada. (Viñan, Puente Riofrio, Avalos Reyes, & Córdoba Prócel, 2018)

1.2.8. Estudio organizacional.

1.2.8.1. Organización del proyecto.

La organización comprende el estudio y diseño de aspectos como jerarquías, funciones, líneas de comunicación y obligaciones de cada uno de los colaboradores, ya que para que un proyecto tenga éxito depende de una buena organización tanto en la dirección como en la ejecución del mismo. (Córdoba, 2011).

1.2.8.2. Misión.

Es el ¿Qué?, La misión es la razón de ser de una empresa, es una definición duradera del objeto que la distingue de otras similares, constituye la identificación de los ámbitos en lo que ha de operar y consiste en una explicitación de la orientación global de los negocios de la empresa. (Beltrán, 2011).

La misión nos permite analizar la índole y alcance de las operaciones presentes así como evaluar el posible atractivo de los mercados y las actividades en el futuro, es decir es una declaración del rumbo o futuro del negocio. Además delimita de aquellos negocios en los que no se involucrara.

Características de la misión.

- Que es lo que voy hacer.
- Su redacción debe ser simple, practica, concreta y entendible.
- Fácil de cumplir.
- Modificable.
- Cuantificable. (Beltrán, 2011)

1.2.8.3. *Visión.*

Es el ¿Cómo?, la visión se traduce como parte de la planificación en la cual se dice exactamente las acciones a seguir para alcanzar la misión, es una imagen mental viva que presenta un futuro deseable. (Beltrán, 2011).

Características de la visión.

- Es como lo voy hacer.
- Fácil de cumplir
- Modificable.

1.2.8.4. *Valores.*

Los valores organizacionales afectan el desempeño en tres aspectos claves: proveen una base estable (guía) sobre la cual se toman las decisiones y se ejecutan las acciones; forman parte integral de la proposición de valor de una organización a clientes y personal, además motivan y energizan al personal para dar su máximo esfuerzo por el bienestar de su empresa.

La explicación de los valores debe ser percibida por los miembros de la organización, como una posibilidad de construcción de un futuro en forma integrada, coherente y exitosa y no como una coerción que limita sus espacios de libertad y desarrollo personal.

1.2.8.5. *Organigramas.*

Un organigrama es un diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo, representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma y con objetividad. También son llamados cartas o gráficos de organización. El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales.

Los organigramas nos muestran la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad, las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y departamentos. (Córdoba, 2011).

1.2.8.6. *Manual de funciones.*

El manual de funciones es un conjunto de normas y tareas que realizara cada colaborador de la empresa, se detalla las actividades cotidianas. Se elaboraba bajo los respectivos procedimientos sistemas y normas que servirán de guías para desarrollar las rutinas o labores diarias sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental de los funcionarios o empleados para establecer así con claridad sus responsabilidades.

El manual implica los perfiles, las obligaciones, sus requisitos, incluyendo informes de labores que deban ser elaborados, para garantizar el adecuado desarrollo y gestión de la calidad esta deben ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes de la empresa o ejecutivos encargados. (Gonzales, s.f)

1.2.9. *Estudio legal.*

Es importante conocer los aspectos legales para crear una empresa y los permisos de funcionamiento de la misma.

Es decir conocer las leyes normas y reglamentos que regulan los diferentes organismos y evitar sanciones o clausura del establecimiento y proceder con el correcto funcionamiento del negocio.

1.2.10. *Estudio financiero.*

Luego de realizado los estudios previos (mercado, técnico, jurídico, e institucional, etc.) se propone un modelo financiero que partiendo de un formato de datos básico y específicos para cada proyecto, se concluye en flujos netos de cada que permitan analizar la conveniencia o inconveniencia de una propuesta, ya sea desde el punto de vista privado o desde la órbita económica o social.

El estudio financiero pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, el costo total de la operación de la plata que abarca los costos de producción, gastos de administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación. (Viñan, Puente Riofrio, Avalos Reyes, & Córdova Prócel, 2018).

1.2.10.1. *Inversiones.*

Son colocaciones de dinero las cuales una empresa espera obtener un rendimiento a futuro sea de interés, dividendos o mediante la venta de algún producto a mayor valor de su adquisición.

Las inversiones en un proyecto se clasifican en fijas, diferidas y capital de trabajo, dentro de las inversiones fijas se toman en cuenta a los activos fijos que son utilizados en el proceso de producción, en los gastos diferidos son considerados los gastos pagados por anticipados sujetos de amortización, como son gastos de constitución, licencias y patentes. Y el capital de trabajo representa el activo circulante de una empresa para llevar a cabo las actividades del proyecto. (Viñan, Puente Riofrio, Avalos Reyes, & Córdova Prócel, 2018)

1.2.10.2. *Financiamiento.*

El financiamiento es la forma en la una persona o empresa consigue su dinero para la adquisición de bienes o servicios. Las empresas deciden la manera de financiarse sea con recursos propios, ajenos o mixtos.

Fuentes internas. Dinero propio, utilidades no repartidas, ventas de activos.

Fuentes externas. Venta de acciones, préstamos bancarios.

1.2.10.3. *Capital de trabajo.*

Capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes. Para efectos de evaluación de necesidades de capital de trabajo en el sistema financiero, este sufre una variación; como componente de materias primas, productos en proceso y productos terminados y como pasivo corriente, las cuentas por pagar a los proveedores, aunque algunos incluyan las obligaciones financieras. El monto del capital de trabajo depende de los recursos necesarios para atender gastos administrativos de corto plazo (salarios, arriendos, servicios), de la duración del proceso técnico de transformación, del valor de inventarios, de la política de crédito sobre las ventas y del periodo de pago sobre las compras. (Flórez, 2015).

1.2.10.4. *Estado de resultados.*

El estado de resultados es el principal instrumento que se utiliza para medir la rentabilidad de la empresa a lo largo de un periodo. Este estado se presenta en forma escalonada de tal manera que se pueda estudiar la utilidad o pérdida resultante después del detalle de cada gasto.

1.2.10.5. *Flujo de efectivo.*

Son las entradas y salida del efectivo que generalmente se realizan en las actividades del negocio. La utilidad neta no es un resultado que nos permita evaluar el proyecto ya que este es un concepto contable no de liquidez, entonces para transformar un estado de resultados en un flujo de efectivo sumamos la utilidad neta y los fondos no gastados que generalmente son las depreciaciones y amortizaciones. (Viñan, Puente Riofrio, Avalos Reyes, & Córdova Prócel, 2018).

1.2.10.6. *Punto de equilibrio.*

En este análisis de punto de equilibrio se requiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones en relación con su manejo financiero.

Deben tenerse en cuenta las limitaciones del punto de equilibrio pues este orienta la estimación del equilibrio entre ingresos y egresos, mas no sirve para prever otras perspectivas en relación con el producto y su comportamiento en el mercado. Sin embargo, debe presentarse en el proyecto el cálculo de este y hacerse un gráfico de dicho comportamiento. (Córdoba, 2011).

Dicho en otras palabras el punto de equilibrio es cuando la oferta y demanda se encuentran en un punto determinado, este representa el problema de intereses del consumidor como del productor y nos ayuda a establecer las unidades de producción y el precio adecuado.

1.2.10.7. *Criterios clásicos de evaluación financiera.*

Los distintos criterios de evaluación económica de un proyecto de inversión utilizan el métodos de actualización, es decir tiene en cuenta la diferente cronología de los flujos netos de caja y los actualiza para homogeneizarlos por esta razón se denominan métodos o criterios dinámicos.

1.2.10.8. *Valor actual neto (VAN).*

EL criterio del VAN o criterio del valor capital indica o proporciona la ganancia total (rentabilidad absoluta) neta expresada en unidades monetarias del momento inicial una vez que con los flujos se han devuelto y retribuido el capital invertido inicialmente al tipo de interés de la tasa o tasas de actualización correspondientes.

Existen normas para aceptar o rechazar un proyecto que son las siguientes:

- Si el van es mayor o menor a cero es conveniente realizar el proyecto.
- Si el van es igual a cero es conveniente analizar otros factores aceptar o rechazar el proyecto.
- Si el van es menor a cero no es conveniente realizar el proyecto. (Gallardo & Maldonado, 2016).

1.2.10.9. *Tasa Interna de Retorno (TIR).*

La TIR proporciona la rentabilidad relativa bruta anual del proyecto de inversión sobre el capital que permanece invertido a principio de cada año (no sobre el invertido inicialmente). Es bruta por que incluye la retribución del capital invertido. Se define como el valor que anula el valor capital de dicho proyecto o VAN.

La norma de aceptación o rechazo de un proyecto de inversión es:

- Si el TIR es mayor a la tasa de costo de capital es conveniente realizar el proyecto de inversión.
- Si el TIR es igual a la tasa de costo de capital es indiferente.
- Si el TIR es menor a la tasa de costo de capital no es conveniente realizar el proyecto. (Rosario & Rosario Díaz, 2017)

1.2.10.10. *Periodo de recuperación (P.R)*

El plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que se tarda en recuperar el desembolso inicial del mismo. Los proyectos más interesantes son los que tiene un plazo de recuperación menor.

La principal crítica hacia este criterio es que no se considera la rentabilidad del proyecto ni el aporte que la inversión realiza al capital de la empresa, por lo que aquellos deben ser realizados por otra vía. (Gallardo & Maldonado, 2016).

1.2.10.11. *Análisis de sensibilidad.*

Los criterios de evaluación para conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto no son tan exactos ya que solamente está indicando uno de los posibles escenarios del proyecto. Por esa razón hay que tener en cuenta modificaciones de las variables estimadas que son imposibles de predecir con exactitud. Por ejemplo puede ocurrir que los precios a cobrar puedan que sean menores, que la demanda sea mayor o que los costos aumenten.

Por eso la decisión de invertir o no en un proyecto no debe basarse solamente en el cálculo del VAN y TIR, sino en la comprensión del origen de la rentabilidad del proyecto y del posible cambio en las variables más relevantes, para esto es necesario crear escenarios que tengan mayor probabilidad de suceder, en esta creación de escenarios el evaluador del proyecto puede combinar las variables que considere más adecuadas para la evaluación del proyecto.

La finalidad del análisis de sensibilidad es conocer cual variable afecta más el rendimiento del proyecto y a la vez mejorar la calidad de información para que el inversionista tenga un material más completo para decidir si invierte o no en el proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Modalidad.

La presente investigación tiene una modalidad cualitativa-cuantitativa porque estos dos métodos están entrelazados en diferentes situaciones de la investigación por ejemplo el métodos cuantitativo lo utilizaremos para recopilar información como son los datos numéricos que se aplica en las encuestas y el método cualitativo para analizar las diferentes situaciones y aspectos del mercado a donde está dirigido el producto lo que nos permite ser más críticos en los resultados y así generar mayor profundidad en la información.

2.2. Tipos de investigación.

Investigación exploratoria: las investigaciones de tipo exploratorias ofrecen un primer acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer. La investigación de este tipo nos permite conocer el tema que se abordara, lo que nos permitirá familiarizarnos con algo que hasta el momento desconocíamos, los resultados de este tipo de investigación nos dan un panorama o conocimiento superficial del tema, pero es el primer paso inevitable para cualquier tipo de investigación posterior que se quiera llevar a cabo.

Investigación descriptiva: La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar. En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo: ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación.

Investigación bibliográfica-documental: en este trabajo se empleó este tipo de investigación para poder tener referencias investigativas y documentales que nos den mayor sustento y respaldo a nuestra investigación.

Investigación de campo: este tipo de investigación nos permite tener un contacto directo con las personas que forman parte del mercado objetivo, es decir los consumidores de nuestro producto y servicio.

2.3. Población y Muestra.

Universo: el universo como concepto estadístico es la población que se tiene y de la cual se desea sacar una muestra. El universo suele resultar amplio o grande para poder trabajar para cualquier investigador, los recursos necesarios y entre ellos el tiempo se vuelven infinitos por lo que se tratad e acortar este universo con sesgos.

Muestra: una muestra es un conjunto de unidades, una población que puede representar al universo en su conjunto. No todas las muestras resultan útiles para llevar a cabo un trabajo de investigación.

El proyecto está dirigido a los habitantes del Cantón General Antonio Elizalde (Bucay) cuya población total es de 10.642 de los cuales 4014 es población económicamente activa en el año 2010, esta cantidad se tomara en cuenta para las proyecciones respectivas y así obtuve una población de 4619 aproximadamente en el año 2019 para luego calcular la muestra y conocer el número de encuestas que se debe realizar. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Entonces para sacar la muestra tomare en cuenta a la población económica mente activa que un total de 4619 habitantes.

Conociendo mi población se realiza la siguiente formula de la muestra.

$$n = \frac{k^2 p * q * N}{(E^2 * (N - 1)) + K^2 * p * q}$$

El significado de los términos es:

n= Tamaño de la muestra.

K= Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96

p=probabilidad de que el evento ocurra (0,5)

q=probabilidad de que el evento no ocurra (0,5)

E= error de estimación o error muestral (0,05)

N=población o universo de estudio (10379)

N-1= Factor de corrección.

Reemplazando la formula con datos numéricos:

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(4619)}{0,05^2*(4619-1)+1,96^2*0,5*0,5}$$

$$n = \frac{4436,087}{12,505}$$

$$n = 355 \text{ muestra poblacional}$$

2.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos.

2.4.1. Métodos.

Método Inductivo: Nos permitirá recoger la información necesaria para poder brindar conclusiones las cuales brinden soluciones a las diversas problemáticas.

Método deductivo: Este método nos permitirá la observación para poder llegar al razonamiento lógico del problema y sus causas.

Método analítico- sintético: con este método se realiza el análisis de los problemas que se presentan en el estudio lo que permite identificar las características de cada elemento a su vez las relaciones entre estos con otros componentes lo cual se aplica en investigación especialmente en el análisis del entorno.

2.4.2. Técnicas.

Observación. Se dio de manera no participante porque el investigador no manipuló las variables de estudio, pero si para recoger en forma presencial los relevantes aspectos que muestren la realidad del mercado.

Encuesta. Se aplicará las encuestas en los supermercados de Santo Domingo y Latacunga para identificar las características principales de los potenciales clientes que puede tener el bar-cafetería.

Entrevista. Se aplicará a los principales dueños o representantes de los negocios que se consideran competencia directa, manteniendo un diálogo fluido con el sujeto que brinda la

información. Tendrá la característica de entrevista semi estructuradas para poder replantear o incrementar preguntas según la necesidad de información.

2.4.3. Instrumentos.

Para la elaboración del proyecto y la obtención de información se realizara encuestas dirigidas a los futuros clientes para así poder determinar la demanda, y la oferta, y otras características del mercado al cual nos vamos dirigir.

2.5. Idea a defender.

La elaboración de un proyecto de inversión para implementar un bar-cafetería en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), tendrá la aceptación de los habitantes y permitirá contribuir al desarrollo económico del cantón.

2.6. Variables.

2.6.1. Variable independiente.

Proyecto de inversión.

2.6.2. Variable dependiente.

Cubrir la demanda de un bar-cafetería y dinamizar la economía del cantón.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados.

EDAD.

Tabla 1-3: Edad de la población del Cantón Bucay

Edad.	frecuencia	Porcentaje
18-25	201	57%
26-33	129	36%
34-41	12	3%
42-50	13	4%
total	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

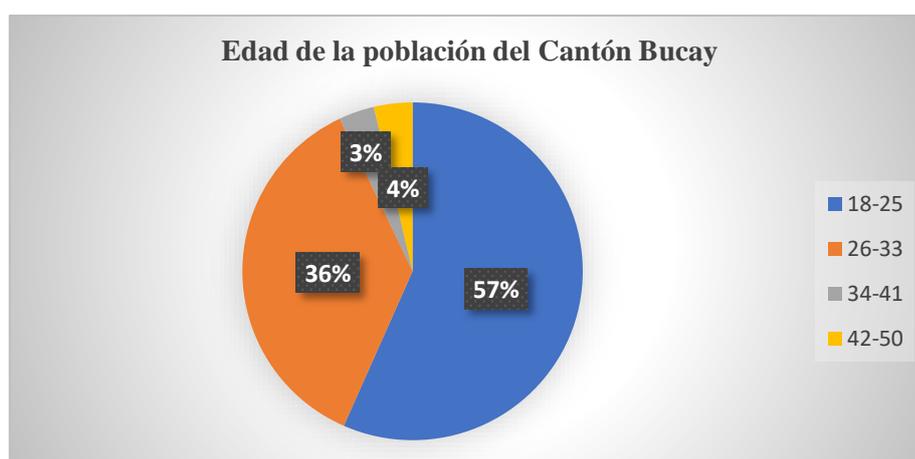


Gráfico 1-3: Edad

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis.

Del 100% de la población encuestada un 57% tiene una edad entre 18 y 25 años, seguida de un 36% que está en una edad de 26 a 33 años y solo un 4% tiene una edad de 34 a 41 años de edad.

Interpretación.

Con los datos arrojados por las encuestas se puede decir que la mayoría de la población está en un edad de 18 a 33 años lo que representara como mi mercado objetivo, lo que es bueno para determinar mis estrategias adecuadas, al conocer al público al que se va a dirigir el negocio.

GENERO.

Tabla 2-3: Genero

Genero	FRECUENCIA	PORCENTAJE
femenino	189	53%
masculino	166	47%
	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

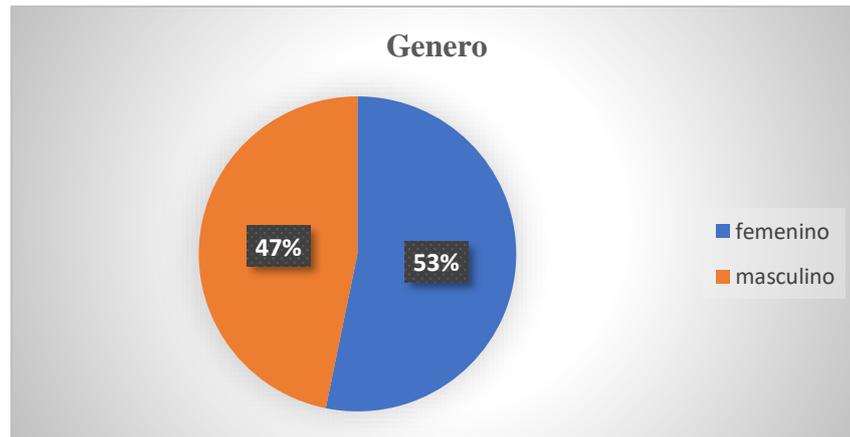


Gráfico 2-3: Genero

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis.

De la totalidad de encuestados un 53% de los encuestados son de mujeres y el 47% restante son hombres.

Interpretación.

El Cantón en su totalidad son más mujeres debido a eso es que las encuestas arrojan unos resultados similares, pero esto nos indica que tomamos en cuenta opiniones tanto de hombres como de mujeres sobre el emprendimiento.

OCUPACIÓN.

Tabla 3-3: Ocupación

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ama de casa	23	7%
Estudiante	96	27%
Empleado privado	104	29%
Negocio propio	70	20%
Empleado publico	62	17%
Jubilado	0	0%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

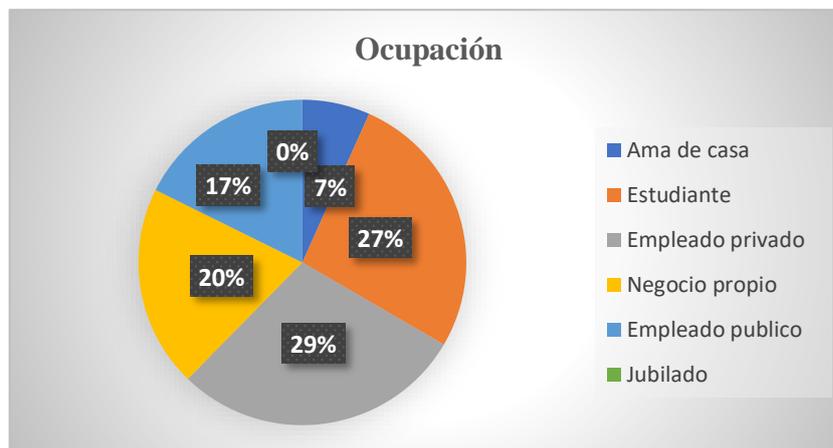


Gráfico 3-3: Ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Según las 355 personas encuestas el 29% de los encuestados son empleados privados, seguido de un 27% de estudiantes y un 20% de personas que tiene negocio propio y apenas un 17% son empleados públicos.

Interpretación:

Las encuestas arrojan estos resultados debido a que la mayoría de la población trabaja en la conocida empresa como Pronaca y otras empresas del sector esto nos indica que están económicamente activos y tienen un fuente de ingresos otro gran porcentaje son estudiantes universitarios y del colegio que son una población que más les llama la atención este tipo de lugares como parte de su esparcimiento.

ESTADO CIVIL.

Tabla 4-3: Estado Civil.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	225	62%
Casado	45	13%
Divorciado	15	5%
Viudo	6	2%
Unión de hecho	63	18%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

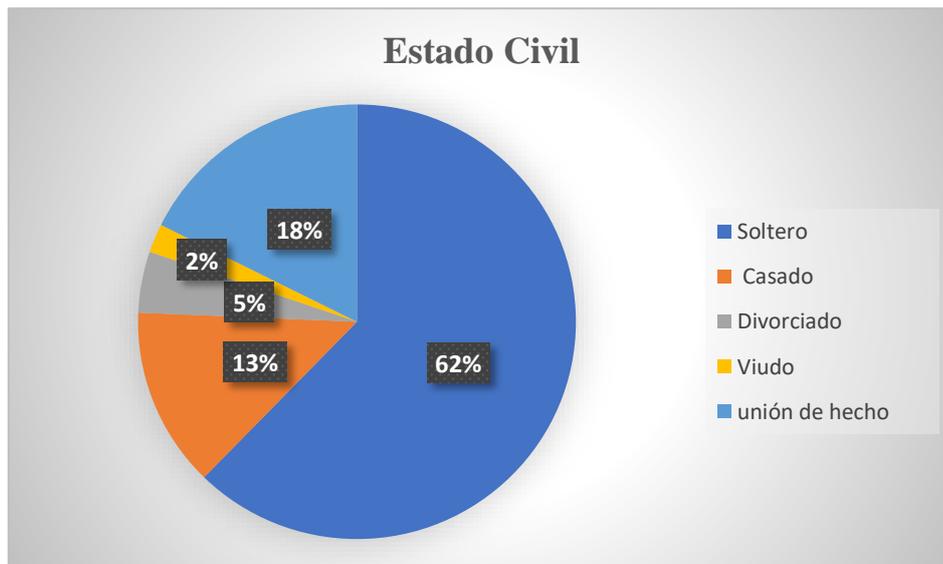


Gráfico 4-3: Estado Civil

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Según los resultados arrojados en las encuestas un 62% de la población son solteros, por otra parte un 18% están en unión de hecho y un 13% de personas están casadas.

Interpretación:

La mayoría de la población encuestada es soltera lo que es propio de una población joven y esto es un factor importante al momento de tomar decisiones sobre las actividades a desarrollar en el bar-cafetería.

1. ¿Al momento de acudir a un bar-cafetería que factor es el más importante para Ud.?

Tabla 5-3: Preferencia al momento de acudir a un bar-cafetería

Precio	31	9%
Ubicación	6	2%
Servicio	118	33%
Ambiente	136	38%
Calidad de los productos	64	18%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

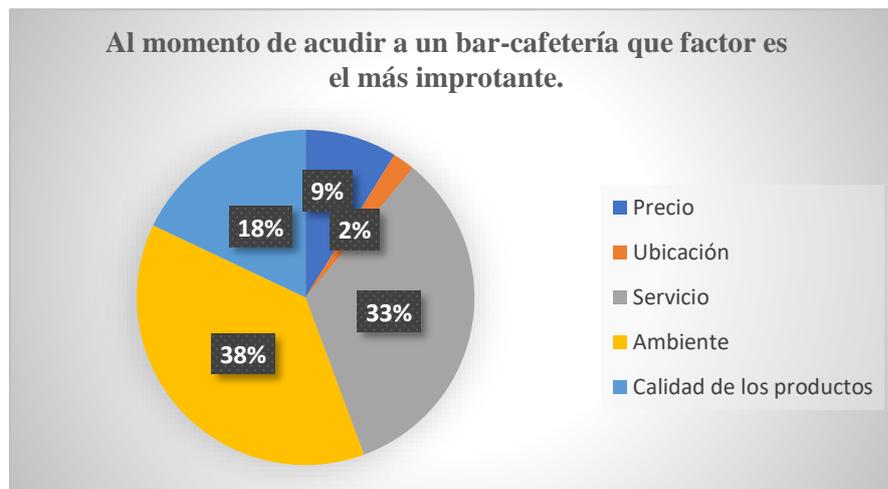


Gráfico 5-3: Preferencia al momento de acudir a un bar-cafetería.

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Se puede analizar que un 38% de personas prefiere un buen ambiente al momento de acudir a un bar-cafetería, por otro lado un 33% prefiere un buen servicio y un 18% prefiere calidad en los productos.

Interpretación:

Recogiendo lo más importante la población de Bucay prefiere un buen ambiente acompañado de un excelente servicio, por lo que nuestra idea de poner el negocio con tema Rustico será perfecto para diferenciarnos de los negocios existentes en la localidad y así satisfacer la necesidad de un ambiente diferente y sobre todo bonito y acogedor para los clientes.

2. ¿Con que frecuencia Ud. Asistiría al bar-cafetería?

Tabla 6-3: Frecuencia con que asisten al bar-cafetería

Diario	6	2%
Dos veces por semana	63	18%
Una vez por semana	207	58%
Cada quince días	55	15%
Una vez al mes	24	7%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

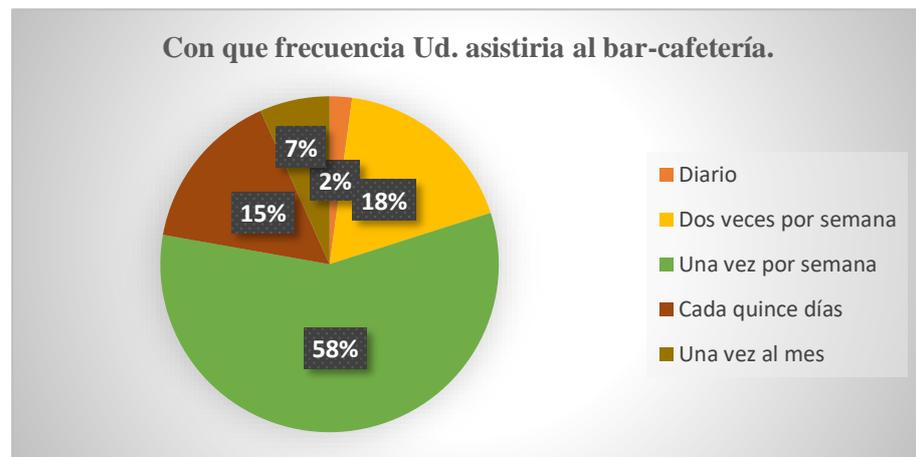


Gráfico 6-3: frecuencia de asistir al bar-cafetería

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Los resultados de la encuestas nos dice que un 58% de las personas acudirán una vez por semana seguido de un 18% que acudirán dos veces por semana y un 15% asistiría cada quince días.

Interpretación:

En resumen aproximadamente unas 207 personas acudirán al bar-cafetería lo que representa un gran número de clientes que nos visitaran al menos una vez por semana pudiendo así determinar que el negocio tendrá aceptación por parte de la población y sobre todo esto nos ayudara más adelante a estimar nuestras futuras ventas que desde ya se visualizan favorables.

3. ¿Normalmente con quien asiste a un bar-cafetería?

Tabla 7-3: Con quien asiste al bar-cafetería.

opciones	frecuencia	porcentaje
Solo	6	2%
Pareja	78	22%
Familia	71	20%
Amigos	161	45%
Compañeros de trabajo	39	11%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

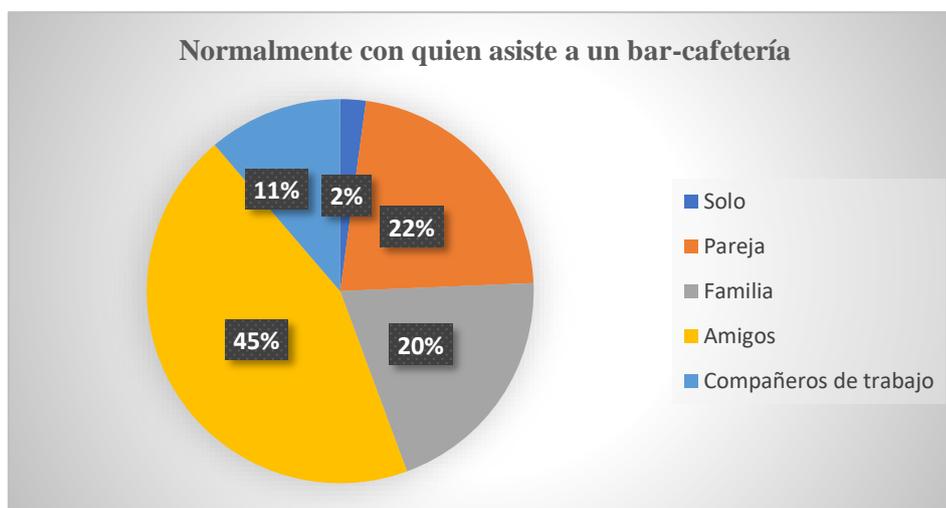


Gráfico 7-3: Normalmente con quien asiste a un bar-cafetería

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Del total de encuestas realizadas un 45% de personas dijeron que acudirán con amigos, por otro un 22% irá acompañado de su pareja, en cambio un 20% asistiría con su familia.

Interpretación:

En otras palabras la mayoría de encuestados acudirán con sus amigos para disfrutar de un buen ambiente y servicio, y así disfrutar en compañía de sus amigos, pareja o familia lo que es beneficioso para nuestra negocio ya que esto genera más acogida y posicionamiento en el mercado.

4. ¿Cuáles son los motivos por el que visita frecuentemente un bar-cafetería?

Tabla 8-3: Motivos por los que Ud. asiste a un bar-cafetería

Variables	frecuencia	porcentaje
Conversar	79	22%
Reuniones de trabajo	24	7%
Cumpleaños	13	4%
Distraerse	129	36%
Comer	110	31%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

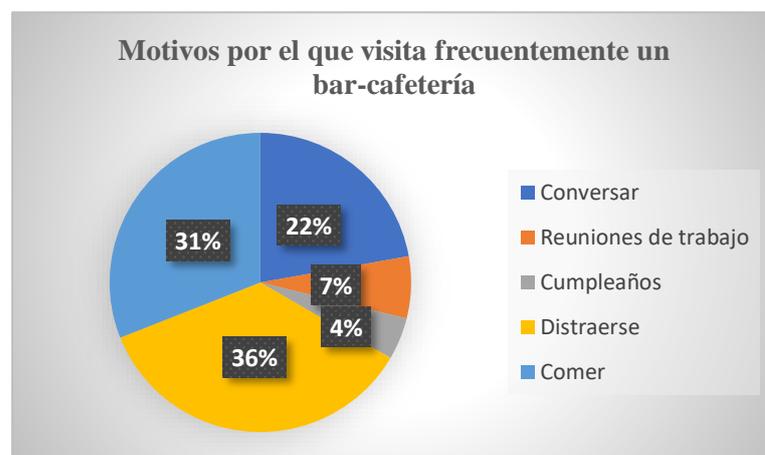


Gráfico 8-3: Motivos por los que Ud. asiste a un bar-cafetería

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Del 100% de encuestados un 36% afirmó que el motivo principal para asistir será para distraerse, seguidamente de un 31% que sostuvo acudir a comer y un 22% ir a conversar.

Interpretación:

En pocas palabras la mayoría de personas asistirán a distraerse, comer o conversar, entonces ese será nuestro factor principal al momento de crear el negocio tener un ambiente que atraiga a los clientes a nuestras instalaciones y así poder dar a conocer nuestro menú y que se deleiten de nuestros productos, teniendo en cuenta que mientras más tiempo permanezcan dentro del bar-cafetería realizarán más compras de nuestros deliciosos productos.

5. ¿Qué tipo de productos Ud. consumiría frecuentemente en el bar-cafetería? (seleccione solo una respuesta)

Tabla 9-3: Qué tipo de productos Ud. consumiría frecuentemente en el bar-cafetería.

OPCIONES	frecuencia	porcentaje
Bebidas calientes	64	18%
Bebidas alcohólicas	88	25%
Bebidas frías	31	9%
Picadas	62	17%
Postres	31	9%
Comida rápida	79	22%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

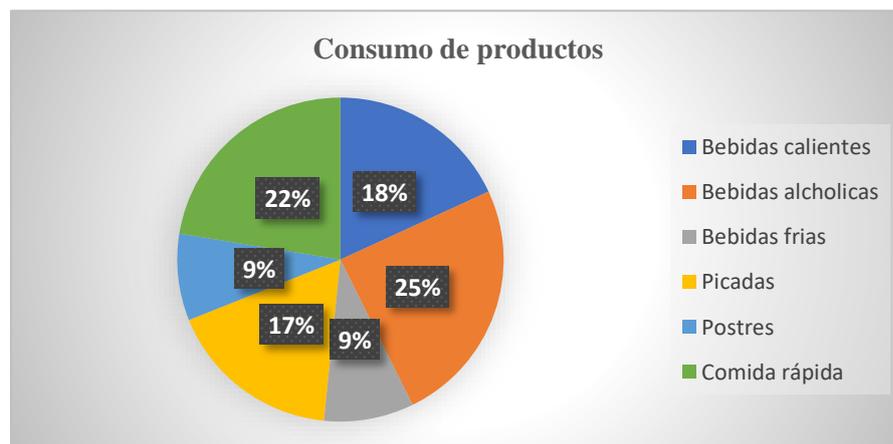


Gráfico 9-3: Productos que consumiría frecuentemente en el bar-cafetería.

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Las encuestas nos dice que un 25% de la personas consumirán preferentemente bebidas alcohólicas, muy seguida de la comida rápida con un 22% y un 18% prefieren bebidas calientes.

Interpretación:

En resumen se puede decir que las personas tienen gustos variados, pero prefieren bebidas frías y comida rápida que es lo que más apetecidos son por la población en general, lo que nos hace considerar estos como nuestros productos principales pero sin descuidar los demás productos por que igual tiene un buen porcentaje de aceptación, ya que de eso se trata este tipo de negocio encontrar una variedad de productos en un mismo local.

6. ¿Con que otros servicios le gustaría que cuente el bar-cafetería? (seleccione solo una respuesta)

Tabla 10-3: Con que otros servicios le gustaría que cuente el bar-cafetería.

Opciones.	frecuencia	frecuencia
Show en vivo	63	18%
Zona wi-fi	79	22%
Juegos de mesa.	129	36%
Servicio a domicilio.	14	4%
Concurso musicales.	56	16%
Celebración de Eventos especiales (previa solicitud).	14	4%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

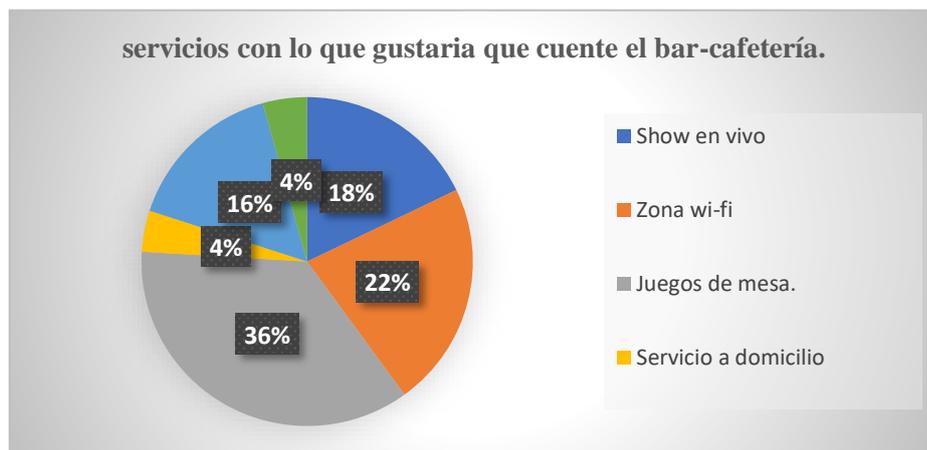


Gráfico 10-3: Con que otros servicios le gustaría que cuente el bar-cafetería.

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Del total de encuestados un 36% le gustaría contar con juegos de mesa en nuestras instalaciones, seguido de un 22% que prefiere tener wi-fi, en cambio un 18% le gustaría concursos musicales.

Interpretación:

Recogiendo lo más importante la mayoría de las personas prefieren los juegos de mesa como juegos de cartas y jenga entre otros, y también contará con zona wi-fi elementos que son importantes para que permanezcan más tiempo en nuestras instalaciones y a la vez así consuman más nuestros productos.

7. ¿Cuál es el consumo promedio que estaría dispuesto a realizar en el bar-cafetería?
(seleccione solo una respuesta)

Tabla 11-3: Consumo promedio que estaría dispuesto a realizar en el bar-cafetería

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,00-\$4,00	39	11%
\$5,00-\$10,00	239	67%
\$11,00- \$25,00	70	20%
\$21,00- o más	7	2%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

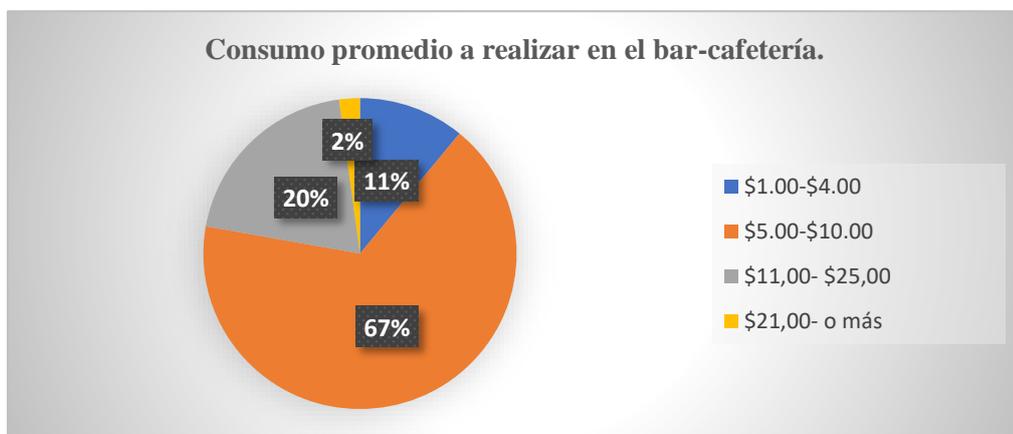


Gráfico 11-3: Consumo promedio que estaría dispuesto a realizar en el bar-cafetería.

Fuente: Encuestas aplicadas
Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Del total de encuestas el 67% de personas realizará un consumo de 5 a 10 dólares, en cambio un 20% de personas que consumirán entre 11 a 25 dólares y un 11% de personas consumirán entre 1 y 4 dólares.

Interpretación:

En pocas palabras la mayoría de clientes realizarán un consumo de 5 a 10 dólares por lo que nuestros productos tendrán un precio fijados en este rango considerando que este es el promedio que están dispuestos a gastar y si trabajamos bajo este margen nuestros productos serán más accesibles siempre para los clientes.

8. ¿Por qué medio de le gustaría enterarse de las actividades que se desarrollarán en el Bar-Cafetería? (seleccione solo una respuesta)

Tabla 12-3: Medios para enterarse de las actividades del Bar-Cafetería.

Medios de comunicación	frecuencia	porcentaje
Televisión	45	13%
Radio	0	0%
Periódico	0	0%
Redes Sociales	310	87%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).



Gráfico 12-3: Medios para enterarse de las actividades del bar-cafetería.

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

Del total de encuestados un 87% de personas prefieren que nuestra publicidad sea a través de redes sociales y solo un 13% prefiere la televisión.

Interpretación:

Dicho de otra manera la mayoría de personas prefieren las redes sociales para enterarse de nuestra publicidad o actividades por que hoy en día estas han cobrado una mucha fuerza no solo para interacción personal sino también conocer o promocionar sus productos o servicios y por eso nosotros también nos ayudaremos de ellas para nuestra publicidad.

9. ¿Estaría dispuesto Ud. apoyar al emprendimiento para implementar un bar-cafetería que ayude a dinamizar la economía del cantón?

Tabla 13-3: Estaría dispuesto Ud. apoyar al emprendimiento.

Alternativas	frecuencia	porcentaje
SI	353	99%
NO	2	1%
TOTAL	355	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).



Gráfico 13-3: ¿Estaría dispuesto Ud. apoyar al emprendimiento?

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: Barragan, H. (2019).

Análisis:

El proyecto tiene un nivel de apoyo del 99% es decir que asistirían al bar-cafetería y el 1% que no apoyarían.

Interpretación:

Recopilando lo más importante las personas están dispuestos apoyar el emprendimiento porque quieren un lugar diferente y bonito donde acudir a distraerse y comer, además muchos aseguraron que esto ayudara a crear fuentes de trabajo y fomentar el turismo en el cantón, en base a estos resultados se puede decir que el proyecto tendrá aceptación en el mercado.

3.1.1. *Análisis general.*

Finalizada las encuestas a la población del cantón General Antonio Elizalde (Bucay) se puede determinar que “Nativos” bar-cafetería tiene una gran aceptación por el servicio y sus productos que va a ofrecerles debido a que no existe un lugar bonito para comer o beber algo con sus amigos y familia.

Con respecto a las 370 encuestas realizadas los futuros clientes nos dieron respuestas bastantes favorables en base a sus gustos y preferencias como por ejemplo nos dieron a conocer que visitarían nuestras instalaciones una vez por semana con sus amigos o familia, para distraerse y comer algo en el cual realizaran un gasto promedio de 5 a 10 dólares, y que prefieren como medio de distracción los juegos de mesa, además nos indicaron que prefieren las redes sociales para informarse de las actividades y promociones del Bar-cafetería.

En relación a la pregunta clave que fue la numero 9 el 99% de los encuestados nos respondieron que si apoyarían el emprendimiento ya que si hace falta un lugar agradable donde comer y beber, además consideran que el cantón está desarrollándose turísticamente y es necesario un lugar como “Nativos” bar-cafetería ya que estos lugares son muy atractivos para propios y extraños, otro punto de vista de muchos encuestados es que los emprendimientos dinamizan la economía del cantón y se crea fuentes de trabajo local.

3.2. Propuesta

3.2.1. *Título.*

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR-CAFETERÍA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS.

3.3. Estudio de mercado.

3.3.1. *Descripción del producto o servicio.*

La idea de esta microempresa surge de las experiencias personales que ayudaron a reconocer la necesidad de un lugar así en la localidad donde se pueda beber y comer algo mientras se disfruta de un buen ambiente y servicio.

El bar-cafetería presentara un temática rustica y un servicio de calidad con un varios productos en un mismo lugar, este será el factor diferenciador ante la competencia.

3.3.2. *Análisis de la demanda.*

Según los datos obtenidos en las encuestas en el cantón Bucay se pudo establecer la cantidad de la demanda actual, para la cual nos ayudamos de la pregunta número 9 de las encuestas de los cuales un 99% de 370 encuestados aceptaron el nuevo negocio.

Además nos apoyamos en datos del INEC para conocer la tasa de crecimiento poblacional de 1,91% de la provincia del Guayas.

Datos:

Población del Cantón Bucay: 10642

Población económicamente activa: 4619.

Población dispuesta a comprar: 4573 (99% según encuesta)

Tasa de crecimiento poblacional en la provincia de Guayas: 1,91%

Tabla 14-3: Frecuencia de consumo.

Opciones de respuestas	Población a consumir	frecuencia anual	consumo al año
diario	91	365	33382
dos veces por semana	823	104	85603
semanal	2652	52	137916
quincenal	686	24	16462
mensual	320	12	3841
total	4573	demanda total	277204

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

La tabla anterior nos refleja una demanda de 277.204 clientes al año, además tomamos en cuenta la afluencia de turistas que son alrededor de 6240 turistas al año que visitan el cantón, para lo cual se realizó una encuesta piloto a los turistas para conocer si visitarían el bar-cafetería de los cuales un 60% nos dijo que si acudirían a nuestras instalaciones.

Demanda del cantón 277204 + 3370 turistas

Demanda total= 280948.

Proyección de la demanda.

Una vez obtenida la demanda total para nuestro proyecto es importante proyectar para conocer como la demanda dentro de los 5 años futuros, en la cual se utiliza la una tasa de crecimiento de 1,91% que es el porcentaje en el que crece la población de la provincia del Guayas.

Formula de proyección: $C_n = C_0(a + i)^n$

Tabla 15-3: Proyección de la demanda.

AÑO	Proyección de la demanda
2019	280948
2020	286314
2021	297355
2022	314721
2023	339464
2024	373145

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

3.3.3. Análisis de la oferta.

En el cantón no existe un negocio igual pero si similares por ejemplo existen bares, restaurante, cafeterías, heladerías pero no un bar-cafetería que es una combinación de dos conceptos de negocios que en muchas otras ciudades ya han tenido gran acogida y según las encuestas este nuevo negocio también es aceptado por la población del cantón.

Entre la competencia directa tenemos:

Cafetería: “El café del tren”

Cafetería: “La Biblioteca”

Bar: El Botellón”

Bar: “Habana”

Para conocer sobre la oferta actual de productos que venden la competencia se realizó una pequeña entrevista a las personas encargadas de cada uno de los negocios que son nuestra competencia directa y cual nos proporcionaron sobre sus ventas, la cual detallamos en la siguiente tabla.

Tabla 16-3: Oferta

Cafeterías	Venta al mes	ventas al año
Cafetería: “El café del tren”	1440	17280
Cafetería: “La finca”	1260	15120
Bares	Venta al mes	ventas al año
Bar: “el Botellón”	1300	15600
Bar: “El semáforo”	1092	13104
total	5092	61104

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

Proyección de la oferta.

Para la proyección de la oferta al igual que la proyección de la demanda utilizamos el mismo método a diferencia de este utilizamos una tasa de crecimiento del sector bebidas y comidas que es del 1,48% la cual nos proporcionó el municipio del Cantón Bucay, esta tasa nos servirá para poder proyectar nuestra oferta a los 5 años futuros.

Tabla 17-3: Proyección de la Oferta.

Año	Proyección de la oferta
2019	61104
2020	62008,34
2021	62926,06
2022	63857,37
2023	64802,46
2024	65761,53

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Estos resultados nos indican que la oferta es demasiado pequeña para tanta demanda la cual solo reflejan que las personas no acuden mucho a estos lugares por falta de innovación y mal servicio, además porque en su mayoría son locales pequeños que no se dan abastecimiento para tanta demanda.

3.3.4. Determinación de la demanda insatisfecha.

Después de analizar la oferta y demanda procedemos calcular la demanda insatisfecha para así poder conocer la cantidad de futuros clientes.

Para determinar la demanda insatisfecha hemos restado la demanda para la oferta de cada año.

Tabla 18-3: Demanda Insatisfecha.

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2019	280948	61104	219844
2020	286314	62008,34	224306
2021	297355	62926,06	234429
2022	314721	63857,37	250864
2023	339464	64802,46	274661
2024	373145	65761,53	307383

Fuente: investigación de campo.

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.3.5. *El producto.*

“Nativos” bar-cafetería ofrecerá varias opciones de bebidas, comidas y postres además no solo vendemos productos lo que queremos vender es un experiencia con un servicio de calidad en un ambiente acogedor lo que nos diferenciara de los demás y por ende se crea un lugar atractivo para los clientes, los productos a ofrecer han sido estudiados para así tratar de innovar en alguno de ellos y en otros productos ser los primeros en ofrecer, lo que se pretende también es ofrecer un menú variado y con precios accesibles, a continuación se detalla los productos a vender.

Bebidas calientes:

- Café expreso
- Mocaccino
- Capuchino
- Leche con chocolate.

Bebidas frías:

- Jugos naturales.
- Gaseosas.
- Agua natural.

Bebidas alcohólicas.

- Michelada.
- Whisky.
- Mojitos.
- Cervezas (Pilsener, Club.)

Comida rápida.

- Alitas BBQ.
- Bolón con queso.

Picadas.

- Nachos con guacamole.
- Nachos con queso

Postres.

- Torta de chocolate.
- Tres leches.

Servicio.

Con respecto a la infraestructura y decoración el bar- cafetería tendrá una temática rustica es decir todo lo que sea posible elaborado en madera y tonos cálidos con decoración que hagan la combinación perfecta, pero sin salir de la elegancia y confort que esta les pueda ofrecer porque en el cantón existen lugares muy sencillos y básicos nada novedosos. Por eso las mesas y sillas será de madera además de una barra de madera y decoración rustica cosas relacionadas a lo campesino además contara con una pequeña sala ejecutiva o descanso especial para la personas que buscan comodidad al momento de comer algo.

3.3.5.1. Marca y logo.



Figura 1-3: Logo del bar-cafetería
Elaborado por: Barragan, H. (2019)

La marca que se creó para el proyecto es “Nativos” que se inspira en lo antiguo y rustico que será el tema de la decoración y ambiente del local.

Esta figura dentro del círculo es una pequeña choza que representa la forma en la que vivían los nativos hace miles de años, este sello se encontrará en la entrada principal del local y además en su páginas web y en las redes sociales.

Los colores de la marca:

- El color marrón será utilizado por que representa lo natural como la tierra y la madera, además es un color muy utilizado por negocios de comida, por que ver este color lo relacionamos con una buena taza de café, de chocolate, carnes y otros manjares.
- El color amarillo está de moda en el mundo de marketing por que atrae poderosamente la atención por su tonalidad, a su vez transmite energía positiva, felicidad y luminosidad.

Eslogan.

El eslogan que se creó describe la variedad de platos y servicios que ofrece el negocio, se resume en una frase corta y fácil de ser recordada por los clientes, esta se utilizara en la publicidad y siempre junto a la marca “NATIVOS”.

“En la variedad está el gusto”

3.3.6. Canales de distribución.

En este tipo de negocio no canales de distribución definidos por que los productos deben estar listos o casi listos para cuando el cliente necesite uno de ellos.

En este caso no se tiene un canal de distribución debido a que nosotros no llegamos con el producto hacia los clientes, sino más bien los clientes son quien acudirán a nuestras instalaciones para consumir nuestros productos, por eso es importante estar en un ubicación idónea para que los clientes lleguen fácilmente hacia productos y servicios.

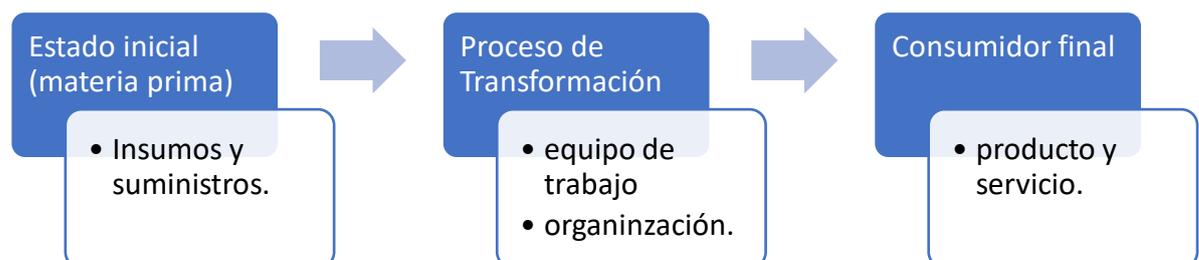


Figura 2-3: Canales de distribución

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

3.3.7. Estrategias de comercialización.

Con respecto a las estrategias que se llevarán a cabo para que “NATIVOS” bar-cafetería logre tener resultados beneficios tanto en captación de clientes, imagen, posicionamiento y cantidad de ventas se realizará lo siguiente:

En la apertura del “Nativos” Bar- cafetería, se realizará un show en vivo con artistas de la localidad con ofertas en todos nuestros productos, para de esta forma se dar a conocer los diferentes platos y bebidas que ofrece “Nativos” bar-cafetería en la cual se invitara a autoridades y persona influyentes del cantón.

El local no será sencillo y básico como los que tienen la competencia ya que el bar-cafetería tendrá un temática rustica con un ambiente acogedor y agradable a los clientes, también dispondremos de juegos de mesa como naipes, jenga y ajedrez, características que nos ayudaran a llamar la atención de los clientes y así incentivar a que visiten nuestras instalaciones y a la vez se mantengan más tiempo en las mismas lo que representa para nosotros un consumo mayor.

Estrategia de precios.

En los precios estaremos al mismo que la competencia para así tener mejor aceptación de nuestros productos.

Un día a la semana tendremos descuento en los precios de nuestros productos para así seguir generando expectativa en nuestros clientes.

Además siempre estaremos en evaluación de proveedores para lograr así disminuir costos.

Estrategia de promoción y publicidad.

Se colocara un mini impreso publicitario en lugares más concurrentes del cantón como colegios, parques, salidas de discotecas y otros.

Se realizará una vez por semana un descuento en uno de nuestros productos.

Una vez al mes se realizará un show en vivo con artistas de la localidad para sí atraer clientes a nuestras instalaciones.

También contaremos con wi-fi porque es muy importante para nosotros que las personas compartan su experiencia en las redes sociales y dejen sus buenos comentarios en nuestras redes sociales.

Además se creara una cuenta en todas la redes sociales y pagina web para ahí informarles de todos los productos, días de shows y promociones que realice “Nativos” Bar-cafetería.

Estrategias de distribución.

Con respecto a este tema no hay mucha explicación debido a que los clientes vienen a nuestro local y esto no genera una gran cadena de distribución, por lo que los factor importantes para la distribución son: la ubicación, los horarios de atención y tener todos los productos disponibles para cuando lo soliciten los clientes.

3.3.8. Análisis de precios.

Los precios de los productos se estimaran de acorde a los costes más el margen de utilidad y también teniendo en cuenta los precios de la competencia para estar igual o por debajo de los precios de ellos.

Tabla 19-3: Análisis de precios cafeterías.

Nombre del establecimiento	café expreso	capuchino	bolón	Torta mojada
Cafetería: “El café del tren”	0,75	1,20	1,20	1,50
Cafetería: “La finca”	0,65	1,00	1,00	1,20

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

Fuente: investigación de campo.

Tabla 20-3: Análisis de precios de Bares.

Nombre del establecimiento	Michelada	Mojitos	Pilsener	Alitas bbq.
Bar: “el Botellón”	2,25	2,30	1,90	3,50
Bar: “El semáforo”	2,10	2,25	1,70	3,00

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

Según la visita se pudo averiguar los precios de los productos que mayor representación tiene en sus ventas por lo que nosotros para poder competir con ellos estaremos igual o en un promedio de los precios de la competencia a diferencia que nuestros productos y servicios serán de calidad.

Sin embargo tomamos en cuenta los costos de cada productos para así poder determinar un margen de utilidad que va desde el 35% al 60% por que con este margen estamos casi a la par con la competencia, además que los precios influyen mucho con la calidad ya que muchas personas hoy en día relacionan al precio con la calidad y justamente eso es lo que vendemos y queremos proyectar como negocio nuevo.

Tabla 21-3: Precios de "Nativos" bar-cafetería.

Productos	precio unitario
café expreso	\$ 0,70
café capuchino	\$ 0,90
café mocachino	\$ 0,90
leche con chocolate	\$ 0,90
bolón de verde	\$ 1,00
Nachos con queso	\$ 1,75
Alitas bbq	\$ 3,00
Micheladas	\$ 2,10
mojitos	\$ 2,25
cerveza	\$ 1,70
jugo de naranja	\$ 0,75
torta chocolate	\$ 1,35

Fuente: investigación de campo.
Elaborado por: Barragan, H. (2019)

Los precios propuestos están basados en los costos y en los precios de la competencia ya que consideramos muy importante estar igual o por debajo de la competencia al menos en los primeros meses para traer clientes pero sin descuidar la calidad y servicio que Nativos ofrece.

3.3.9. Proveedores.

Según una pequeña investigación de campo pudimos conocer la existencia de varios proveedores que distribuyen en el cantón u otras alternativas para proveernos de los materiales e insumos para nuestro negocio pero lo que he escogido por su calidad y precios son los siguientes:

“La Española”: carnes y embutidos.

“Coca cola”: gaseosas y aguas.

“La represa de licores”: Licores y cerveza.

“Las Ricuras de Colombia”: Pan y postres.

“Naturalito”: café en grano y molido artesanalmente.

Todas las empresas antes mencionadas en su mayoría son distribuidores de Guayaquil que tienen años distribuyendo a los negocios de todo el cantón por lo que nos facilita la adquisición de la materia prima y así no incurrimos en gastos de transporte porque ellos se encargan de llegar hasta nuestras instalaciones con sus productos, además llegan una vez por semana lo que es bueno para nosotros porque así nos evitamos desabastecernos en los productos o materia prima.

3.3.10. Forma de pago.

El bar-cafetería Nativos tendrá varias formas de pago a los clientes ya sea a través de tarjetas de crédito como las más conocidas como: Visa, Mastercard, American Express o Diners, tarjetas de débito y en efectivo, no se harán crédito directo con la empresa debido al giro del negocio que no nos permite tener otro tipo de pago.

3.4. Estudio técnico.

3.4.1. Tamaño del proyecto.

El local para el bar-cafetería será arrendado y tendrá un espacio de 100 metros cuadrados en los cuales distribuiremos los diferentes espacios como la cocina, el bar, los baños, el comedor un pequeño escenario y la oficina.

Dispondremos de un espacio para 44 personas sentadas cómodamente sea en las mesas y muebles, pero sin embargo esta no es un máximo de acuerdo a la actividad a realizarse se podrá mover el mobiliario y así incrementar la capacidad de personas.

La empresa será considerada pequeña por su tamaño físico y su maquinaria y equipos, además por su número de trabajadores que son 6 trabajadores.

3.4.1.1. Capacidad instalada.

La capacidad instalada para este proyecto se realizará en base al tamaño del local disponible en el centro de la ciudad, un local adecuado para negocio de comidas o bebidas, ya que posee una cocina, una pequeña oficina y baños.

El espacio del local nos permite instalar 6 mesas con sus respectivas sillas que son 4 por mesa.

Además nos permite colocar una barra especial para que el bar-tender pueda trabajar cómodamente en el cual tiene espacio para 4 taburetes de barra.

Por otro lado nos queda espacio en las esquinas de la entrada en la cual ubicaremos unos pequeños juegos de muebles rústicos con capacidad de 8 personas con cada juego de muebles.

Para resumir el local tiene una capacidad de 44 personas sentadas cómodamente de acuerdo a lo que se vayan a servir en el bar-cafetería, de los cual se labora en un horario de 8 horas excepto los lunes, que aproximadamente estaremos laborando 26 días, estos factores nos permitirán tener una capacidad de 352 personas diariamente.

Capacidad de personas = 44 y 8 Horas laborables.

Capacidad instalada= $44*8= 352$ semanalmente.

Capacidad instalada= $352*26=9152$ mensualmente.

Capacidad instalada= $9152*12=109824$ anualmente.

Con lo que respecta a la maquinaria se adquiere una máquina para hacer todo tipo de café con una capacidad de 100 tazas diarias, la cual será utiliza por el cocinero y esto le permitirá ahorrar tiempo y así poder preparar la otra variedad de productos que ofrece el bar-cafetería.

Con estas especificaciones se logra cubrir un 35% de la demanda insatisfecha lo que para el primer año se utilizara un 70% de la capacidad instalada hasta que el negocio se dé a conocer y se poseione en el mercado y con el tiempo aumentaremos nuestra capacidad utilizada hasta llegar al 100%.

3.4.2. Localización del proyecto.

Para determinar la localización de la empresa se realizara en dos fases como es la macro localización y el micro localización en la que analizaremos varios factores y utilizaremos métodos que nos permitirán elegir la mejor ubicación para el proyecto.

3.4.2.1. Macro localización.

Para llevar a cabo el análisis de macro localización del proyecto se ha tomado en cuenta un área geográfica del Ecuador ubicada la región Costa en la provincia del Guayas una de las más pobladas e importante del país, en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay) por medio del proyecto se propone la creación del Bar-Cafetería.



Figura 3-3: Ubicación del Cantón General Antonio Elizalde.
Elaborado por: Barragan, H. (2019)

3.4.2.2. *Micro localización.*

Una vez que seleccionamos la provincia y cantón donde se implementará el proyecto a través de la macro localización, se debe realizar el análisis del micro localización con la finalidad de determinar el lugar exacto en donde se establecerá el proyecto como el cantón General Antonio Elizalde, conocido como Bucay. Este cantón está ubicado al este de la provincia del Guayas, a 96 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, Para una correcta ubicación del bar-cafetería nos basaremos en el método cualitativo por puntos.

Factores que influyen en el micro-localización.

Disponibilidad de medios de transporte: en el sector hay circulación de medios de transporte que nos servirán tanto para el ingreso de proveedores como de los clientes, visto que el lugar elegido para la puesta en marcha del negocio es la vía principal del Cantón.

Disponibilidad de locales comerciales: expongo que la edificación la obtendremos mediante arriendo según una pequeña investigación de campo si existe unos locales comerciales disponibles para arrendar.

Condiciones climatológicas: el clima del cantón res una temperatura promedio de 24°, Bucay es el gran escenario perfecto de ríos, laderas, montañas, naturaleza de viva expresión, aves tropicales, cascadas, ecoturismo.

Ambiente social: al ser la zona céntrica el ambiente social es bueno porque esta avenida es muy concurrida por propios y extraños por encontrarse la estación del tren y un sin número de negocios.

Competencia: en el sector no existe un negocio igual solo hay negocios similares como bares y cafeterías pero no un negocio de Bar-cafetería.

Tabla 22-3: Método cualitativo por puntos.

Factores	peso	Malecón	Ponderación a*b	García moreno	Ponderación a*b	Barrio sur	a*b
Materia prima	0,3	5	1,5	5	1,5	5	1,5
Transporte	0,15	5	0,75	5	0,75	4	0,6
Ambiente social	0,1	3	0,3	5	0,5	4	0,4
Disponibilidad de locales	0,2	4	0,8	5	1	3	0,6
Competencia	0,1	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Servicios básicos	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Precio del arriendo	0,1	4	0,4	4	0,5	4	0,4
total	1	29	4,3	34	4,9	27	3,95

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

El lugar elegido para la puesta en marcha el negocio es en el centro del Cantón en la calle García Moreno al ganar con 34 puntos en relación a los demás barrios esta al ser la avenida principal, que cuenta con varios negocios de todo tipo y por ende es de mayor afluencia de personas.

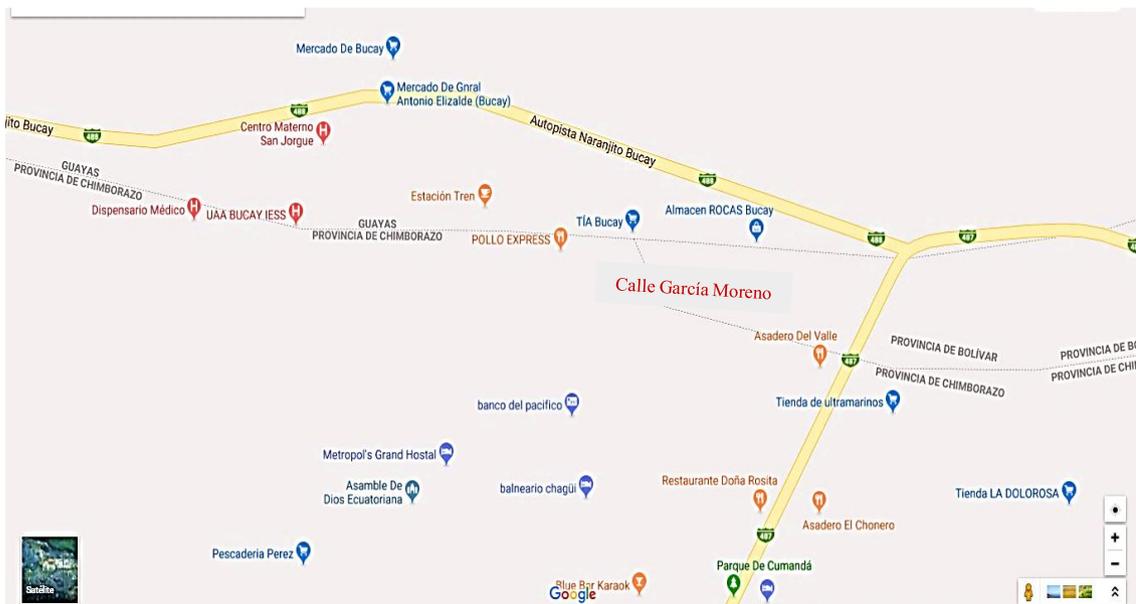


Figura 4-3: Avenidas principales del cantón General Antonio Elizalde.

Fuente: GAD Municipal del Cantón Bucay.

3.4.3. Ingeniería del proyecto.

3.4.3.1. Proceso de servicio.

El bar-cafetería tendrá dos procesos como son el de adquisición de material primas y el proceso de servicio y elaboración de producción.

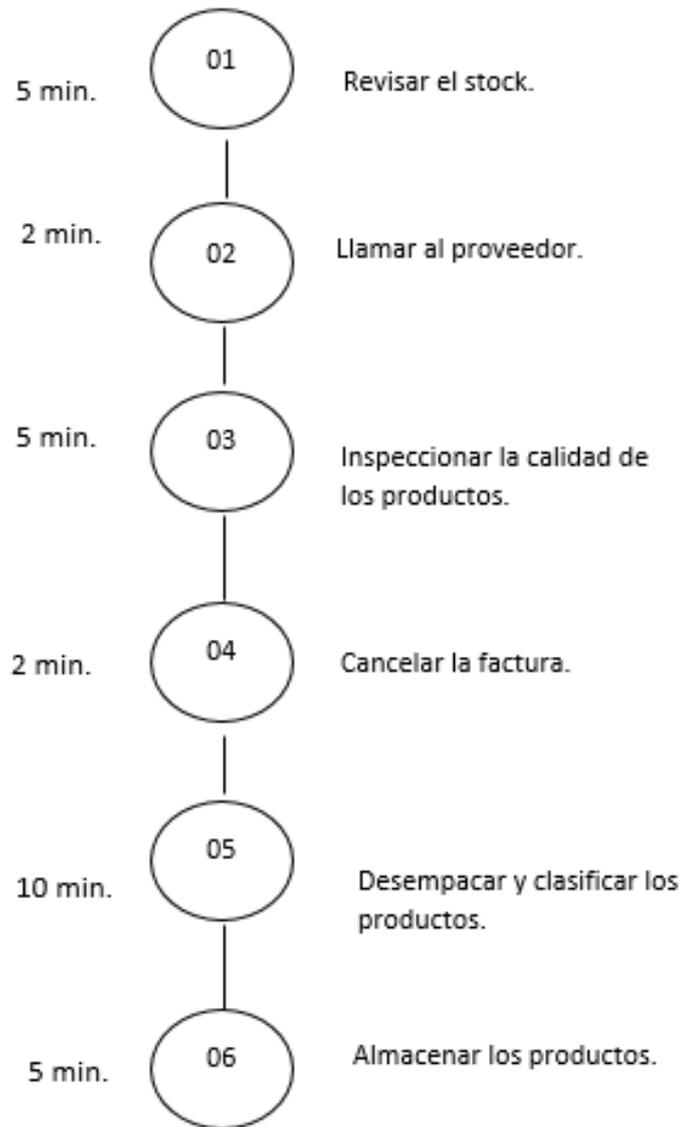


Figura 5-3: Adquisición de materia prima.

Fuente: investigación de campo.

Realizado por: Barragan, H. (2019)

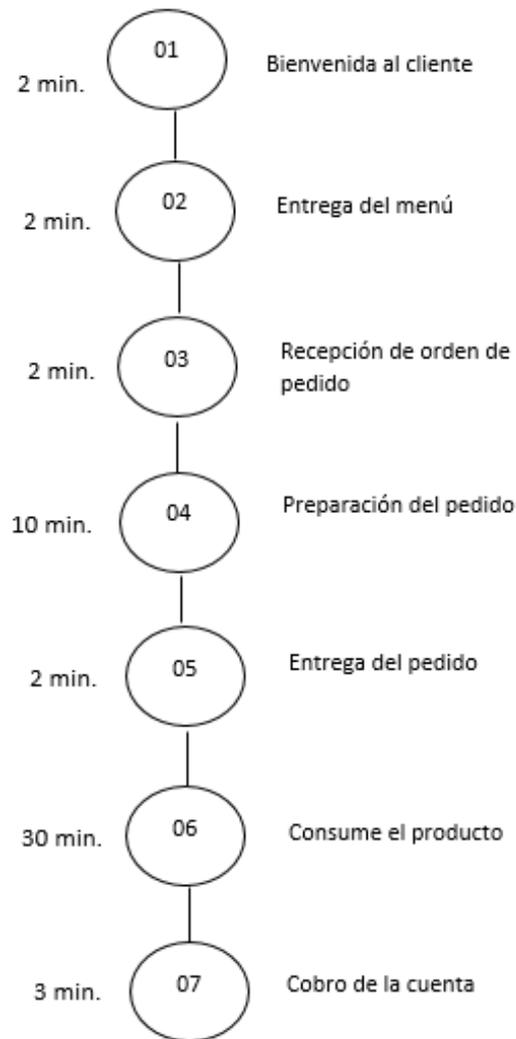


Figura 6-3: Diagrama del proceso de producción.

Fuente: investigación de campo.

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.4.3.2. Descripción del proceso.

Descripción de la adquisición de materia prima.

1. **Revisar el stop.** Se revisa el informe del cocinero y el barman para conocer qué productos necesitan para la producción diaria y así pedir los que se necesitan y la cantidad adecuada.
2. **Llamar al proveedor.** Todos los proveedores ahora cuentan con el servicio de pedido vía telefónica o en línea lo que nos a nosotros nos ahorra tiempo y dinero.
3. **Inspeccionar la calidad de los productos.** Una vez que el pedio llegue al establecimiento el encargado será la responsable de revisar si los productos están en buen estado y en la cantidad solicitada.

4. **Cancelar la factura.** En gerente se encargada de pagar las factura.
5. **Desempacar y clasificar los productos:** El cocinero y el barman se encargan de recibir desempacar y clasificar cada producto
6. **Almacenar los productos.** Colocar los productos en sus respectivas perchas en cada área de producción sean tanto en la barra como en la cocina.

Descripción del proceso del servicio.

1. **Bienvenida del cliente:** El mesero se acerca al cliente cordialmente le saluda y le acompaña a unas de las mesas disponibles en la cual se sientan y limpia la mesa en caso de estar sucia.
2. **Entrega del menú.** Una vez que los clientes ya estén acomodados en la mesa el mesero procederá entregarle el menú y dará detalles de los productos en el caso que exista dudas por parte del cliente además dará sugerencia de las promociones.
3. **Recepción de orden de pedido.** El mesero anota en su libreta la orden, y enseguida se acude al cocinero o barman a entregar el pedido para su preparación.
4. **Elaboración del producto.** En este punto el cocinero o el barman son el punto clave ya que ellos se encargaran de elaborar lo que el cliente pida con calidad y de forma rápida.
5. **Entrega el pedido.** Luego que recibe el producto el mesero se encargara de llevar hasta las mesas del cliente y servir de acuerdo a lo pedido por cada persona sin descuidar la amabilidad que debe tener en todo el tiempo con el cliente, cuando termine de servir preguntara si no desean algo más, comprobar si todo está como lo pidieron.
6. **Consume.** El cliente procederá a consumir el producto mientras escucha música o puede disfrutar de juegos de mesas que son totalmente gratuitos y disponibles para el cliente.
7. **Cobro de la cuenta.** Se realiza la factura y cancela la cuenta en ese momento aprovechara para hacer una pequeña charla sobre la atención recibida y se dará por terminada la transacción.

3.4.3.3. Distribución de la planta.

La distribución de la planta nos posibilita trabajar de una mejor manera ya que la correcta distribución interna de las diferentes áreas del negocio nos brindara comodidad y seguridad tanto a los empleados en la elaboración de sus platos como a los clientes al momento de disfrutar de ellos.

Al momento de elaborar la distribución interna de la plata hemos tomado en cuenta el tamaño del local el cual vamos a utilizar teniendo en cuenta sus medidas de 10,00 m. de largo por 7,50 m. de considerando la cercanía que deben de tener ciertos departamentos de producción con el servicio directo a los clientes para así no tener problemas con el dinamismo propio del negocio sin olvidar los espacios adecuados para la correcta circulación del personal y de los clientes mismos, y por ultimo pero no menos importante cuidar lo estético y los detalles para que todo esté de forma eficiente pero bonita ya que esto influye mucho para atraer clientes.

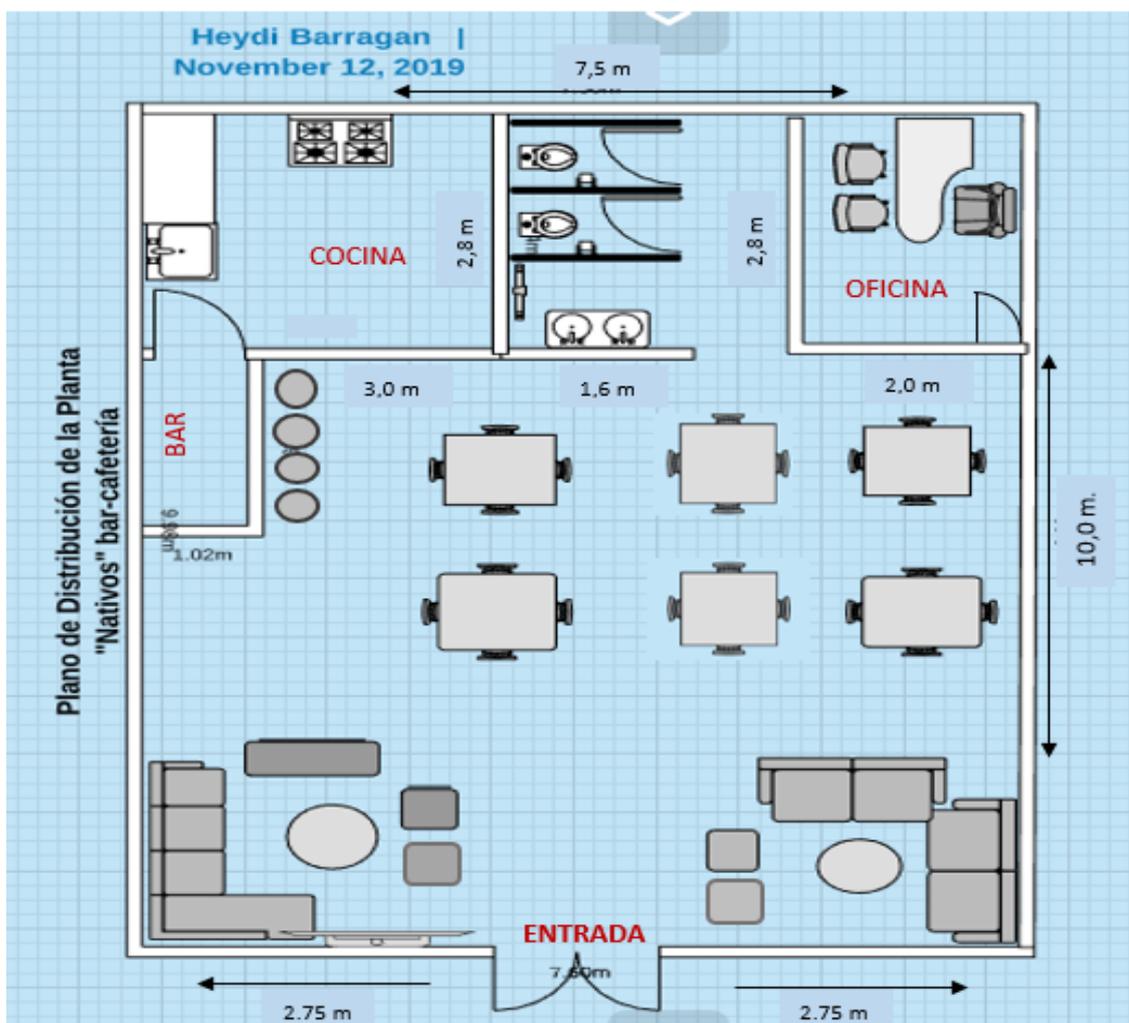


Figura 7-3: Distribución de la planta.
Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.4.3.4. Maquinaria y herramientas.

a. Maquinaria y equipo.

La maquinaria principal a utilizarse en el proyecto será la siguiente:

Tabla 23-3: Descripción de maquinaria y equipo.

Cant.	Equipo	Proveedor	Características
1	Cocina industrial	Industrias “Garcia”	Cocina marca “Garcia” productor local elaborada de aluminio con tres quemadores u hornillas útiles para cocinar en ollas grandes y con gran velocidad por el tamaño de sus quemadores.
1	Refrigeradora	Almacenes “Salazar”	Marca Indurama con dos puertas con congelador y sección de verduras una capacidad de 370 litros, lo suficientemente capaz para guardar la materia prima del bar- cafetería como son las verduras, frutas y las alitas de pollo.
1	Máquina de hacer café	Almacenes “Salazar”	Marca Saeco con capacidad de 100 tazas de café al día puede moler a la misma vez q prepara el café perfecto para preparar el café expreso, americano, capuchino, mocachino.
1	Licuada	Almacenes “Salazar”	Marca Oster con una capacidad de 7 velocidades, capaz de licuar y procesar alimentos.
1	Sistema de audio	Almacenes “Salazar”	Este sistema cuenta con dos parlantes, una consola y un micrófono necesario para poner un ambiente agradable en todo el local.

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

b. Herramientas.

Entre las herramientas principales que se empleara en la producción y venta de los diferentes platos que ofrece Nativos bar-cafetería son: platos, tasas, cucharas, tenedores, vasos, jarros y utensilios de cocina necesarios, todos estos de acorde al servicio que se prestara y a los productos que se elaboran, teniendo en cuenta el higiene y la correcta manipulación de los alimentos permitiéndonos mantener la calidad tanto en la preparación como en el momento de servir.

3.5. Estudio organizacional.

3.5.1. Misión Bar-cafetería.

Ofrecemos un servicio de excelencia a nuestros clientes con productos de calidad y una atención de total exclusividad, en un ambiente agradable y acogedor para el disfrute con sus amigos y familia.

Misión personal.

Presento un estudio donde permite establecer todas las estrategias, estudio de mercado, estudio económico y propuesta de un proyecto de bar-cafetería en el cantón General Antonio Elizalde.

3.5.2. Visión Bar-cafetería.

Ser pioneros en el mercado local y nacional no solo por nuestros productos y servicios, sino por la calidad y diversidad para cumplir con las exigencias necesarias.

Visión personal.

Ejecutar el proyecto en las medidas y condiciones establecida y tenga la aceptación deseada.

3.5.3. Valores.

- Creatividad.
- Calidad.
- Responsabilidad.
- Atención al cliente.
- Honestidad.

3.5.4. Organigrama.

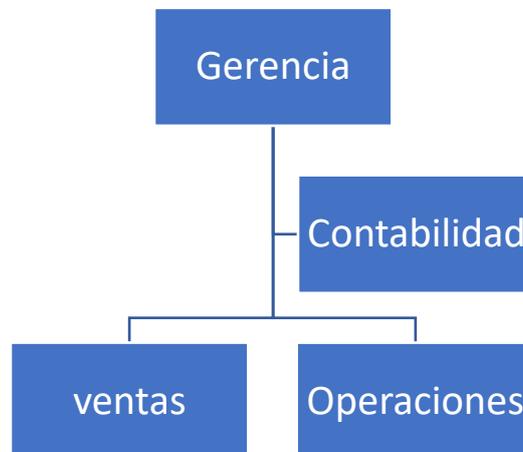


Figura 8-3: Organigrama Estructural
Realizado por: Barragan, H. (2019)

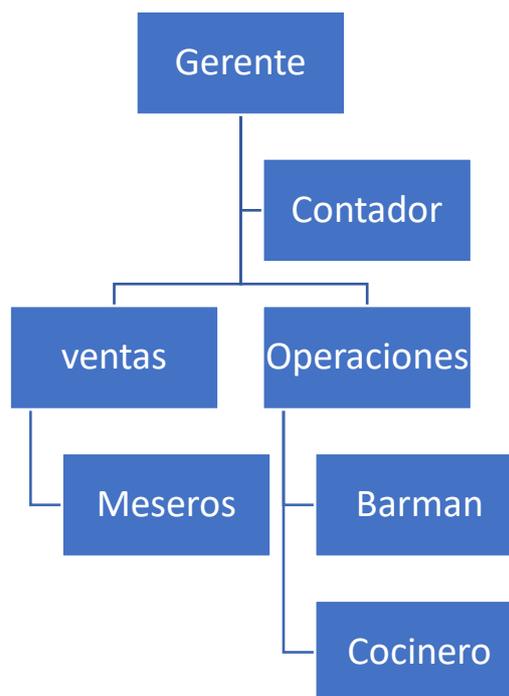


Figura 9-3: Diagrama de posición
Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.5.5. *Requerimientos de personal.*

Para empezar el negocio de bar-cafetería contara con un equipo de trabajo 6 personas como son:

- Gerente (1 persona)
- Contador (1 persona)
- Barman (1 persona)
- Cocinero (1 persona)
- Mesero. (2 personas).

Todos este equipo tendrá sus diferentes funciones y perfiles ya que de ellos dependerá que el negocio se mantenga en el tiempo y por eso estará estipulado un manual de funcione con el fin de mantener eficiencia y eficacia en el desarrollo de procesos.

3.5.6. Manual de funciones.

Tabla 24-3: Manual de funciones del Gerente.

	“NATIVOS” Bar-cafetería. MANUAL DE FUNCIONES	
	fecha:	8/7/2019
	página:	1 de 5
Nombre del puesto:	Gerente	
Nivel jerárquico:	Directivo	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:		
Misión del cargo:	Planear, organizar, dirigir y controlar, además supervisar las actividades administrativas y financieras que se realizan en la empresa y buen funcionamiento de la empresa.	
Depende de: Gerente General	Supervisa a: Todos.	
PERFIL DEL CARGO:		
Formación académica: Ingeniero en administración de empresa y afines.	Edad: 28 a 38 años.	
Experiencia:	Mínimo 2 años en cargos similares.	
Conocimientos específicos: Capacidad para planificar, Manejo de personal, Desarrollo de estrategias, Negociación con proveedores, Capacidad de elección de personal, Finanzas y Contabilidad.		
Esfuerzo físico y mental:	Necesita mayor esfuerzo mental que físico.	
Jornada Laboral:	Martes a Domingo: de 8am a 12am y de 2pm a 10 pm.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, supervisar y dictar normas de eficiencia y eficacia para las actividades de empresa. • Presentar planes de desarrollo a corto, mediano y largo plazo. • Constituir los mandatos para representar a la entidad en negocios judiciales y extrajudiciales en defensa de los intereses de la empresa. • Formular evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los colaboradores. • Analizar los reportes financieros elaborados por el contador. • Llevar una excelente relación con los clientes y trabajadores. • Nombrar y remover a los empleados de la empresa de acuerdo a su desempeño. • Además celebrar los contratos con los trabajadores. • Realizar cierres de caja diariamente. • Realizar el respectivo pago a proveedores. 		

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Tabla 25-3: Manual de funciones del Contador

	NATIVOS Bar-cafetería. MANUAL DE FUNCIONES	
	fecha:	8/7/2019
	página:	2 de 5
Nombre del puesto:	CONTADOR	
Nivel jerárquico:	Directivo	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:		
Misión del cargo:	Organizar y dirigir, las actividades contables que se realizan en la empresa.	
Depende de: Gerente General	Supervisa a: Ninguno	
PERFIL DEL CARGO:		
Formación académica: Ing. CPA.	Edad: 26 a 30 años.	
Experiencia:	Mínimo 1 años en cargos similares.	
Conocimientos específicos: Contabilidad Y tributación, manejo avanzado de los sistemas de computación, capacidad de análisis, capacidad de toma de decisiones.		
Esfuerzo físico y mental:	Necesita mayor esfuerzo mental que físico.	
Jornada Laboral:	Día de la declaración: de 8am a 12am y de 2pm a 6pm	
FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un manejo del área contable y tributaria. • Revisar órdenes de cheque, pagos o gastos verificando lo presentado. • Realizar los roles de pago de cada persona. • Afilar a los empleados al seguro ecuatoriano de seguridad social. • Realizar el cálculo de los beneficios y liquidación de los empleados. • Preparar y presentar a la gerencia los estados financieros contables con información verídica. 		

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Tabla 26-3: Manual de funciones del cocinero

	“NATIVOS” Bar-cafetería. MANUAL DE FUNCIONES	
	fecha:	8/7/2019
	página:	3 de 5
Nombre del puesto:	COCINERO	
Nivel jerárquico:	Operativo	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:		
Misión del cargo:	Realizar todas las actividades de cocina requeridas.	
Depende de: Gerente General.	Supervisa a: Meseros	
PERFIL DEL CARGO:		
Formación académica: Chef o afines	Edad: 25 a 30 años.	
Experiencia:	Mínimo 1 años en cargos similares.	
Conocimientos específicos: cocinera profesional en especial comidas rápidas y aperitivos.		
Esfuerzo físico y mental:	Necesita mayor esfuerzo físico que mental.	
Jornada Laboral:	Martes a Domingo: de 8am a 12am y de 2pm a 10pm	
FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Se responsabilizara del buen funcionamiento de la cocina. • Elaborará y terminara todos los platos solicitados por los clientes poniendo esmero tanto en su presentación como en su sabor. • Llevar un control de los insumos que se encuentran en la cocina. • Entregar un informe diario de lo que se consumió diariamente y lo que se necesita para la siguiente producción. 		

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Tabla 27-3: Manual de funciones del Bartender

	“NATIVOS” Bar-cafetería. MANUAL DE FUNCIONES	
	fecha:	8/7/2019
NATIVOS Bar-cafetería.	página:	4 de 5
Nombre del puesto:	BARTENDER.	
Nivel jerárquico:	Operativo	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:		
Misión del cargo:		
Depende de: Gerente general y jefe de personal.	Supervisa a: Meseros.	
PERFIL DEL CARGO:		
Formación académica: Carrera gastronomía o bachiller con Curso de Bartender	Edad: 18 a 30 años.	
Experiencia:	Mínimo 1 años en cargos similares.	
Conocimientos específicos: Preparación de cocteles		
Esfuerzo físico y mental:	Necesita mayor esfuerzo físico que mental.	
Jornada Laboral:	Martes a Domingo: de 8am a 12am y de 2pm a 10 pm	
FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de cocteles y bebidas solicitadas por los clientes. • Llevar un inventario de todas las bebidas alcohólicas. • Comunicar necesario para la elaboración de los cocteles. • Desempeñar la función de mesero cuando sea necesario. 		

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Tabla 28-3: Manual de funciones del Mesero

	“NATIVOS” Bar-cafetería. MANUAL DE FUNCIONES	
	fecha:	8/7/2019
NATIVOS Bar-cafetería.	página:	5 de 5
Nombre del puesto:	MESERO	
Nivel jerárquico:	Operativo	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:		
Misión del cargo:	Elaborar y servir todas las bebidas y cocteles del bar-Cafetería.	
Depende de: Jefe de personal	Supervisa a: Ninguno	
PERFIL DEL CARGO:		
Formación académica: Bachiller	Edad: 18-30 años.	
Experiencia:	Mínimo 1 año en cargos similares.	
Conocimientos específicos: Servicio y atención al cliente.		
Esfuerzo físico y mental:	Necesita mayor esfuerzo físico que mental.	
Jornada Laboral:	Martes a Domingos: de 8am a 12am y de 2pm a 10pm	
FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Tomar el pedido de los clientes. • Servir los platos o bebidas solicitadas por los clientes. • Atención con eficiencia y amabilidad. • Trabajar coordinadamente con el cocinero o bar tender. • Ser ágil en la recepción de pedidos y entrega de los mismos. 		

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.6. Estudio legal.

Para poder empezar a desarrollar normalmente y legalmente las actividades del bar-cafetería es necesario cumplir una serie de documentación y permisos que describiremos a continuación.

Ruc.

Para obtener el ruc se debe seguir los siguientes pasos y requisitos:

- La cedula original y una copia, pasaporte en caso de ser extranjero.
- Indicar actividad económica que realizara.
- Copia de la planilla de uno de los documentos de servicio básico (agua, luz, teléfono).

Permiso de bomberos.

El permiso de bomberos es también uno de los requisitos para el normal funcionamiento del negocio.

- Copia de la cedula de identidad en caso de realizar el trámite otra persona adjuntar una autorización por escrito y la copia del cedula del que autoriza.
- Copia actualizada del Ruc (Registro único de contribuyentes).
- Copia del último pago del impuesto predial.
- Infirmo de inspección realizada por el cuerpo de bomberos.
- Orden de pago.
- Pago de la tasa de servicio y presentar en ventanilla del cuerpo de bomberos.

Patente municipal

- Obtención del certificado de uso de suelo otorgado por la dirección de planificación.
- Tasa única de trámite.
- Copia del permiso de funcionamiento de bomberos.
- Copia del código municipal.
- Copia del Pago de impuesto predial en caso de ser propietario y ser arrendatario copia del contrato de arrendamiento.

Permiso de la Agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria.

Este tipo de documento lo tienen que realizar todos los negocios que están sujetos a control y vigilancia sanitaria.

- Entrar al sistema informático del ARCSA con su usuario y contraseña.
- Debe registrarse y así obtendrá su permiso de funcionamiento.
- Llenar el formulario y adjuntar los documentos solicitados.
- Se emitirá una orden de pago la cual puede pagar después de las siguientes 24 horas.
- Ya que se haya efectuado su pago puede proceder a imprimir su permiso de funcionamiento y la factura correspondiente.

Registro único de turismo.

Este tipo de permiso lo tienen que obtener las personas naturales o jurídicas que tienen actividades relacionadas al servicio de alimentos y bebidas porque estas son consideradas actividades turísticas.

- Presentar el RUC o RISE, obtenido en las plataformas gubernamentales o en Infodigital.
- Detalle del inventario de activos fijos de la persona natural para la utilización de la actividad comercial.
- Descargar el formulario en la página de ministerio de turismo sobre la declaración de activos fijos en los formatos fijados.
- Informe de compatibilidad de uso de suelo otorgado por el GAD.
- Detalle del estado legal del local sea propio o arrendado.

3.7. Estudio económico financiero.

3.7.1. Inversión inicial.

Para poner en marcha el proyecto es necesario conocer las diferentes inversiones que necesita el negocio como: la inversión fija, diferida y capital de trabajo, ya que detallar estos valores es importante para el financiamiento del mismo.

Tabla 29-3: Resumen de inversión fija

Inversión fija.	
maquinaria	\$ 3.150,00
equipo y utensilios	\$ 550,00
equipos de computo	\$ 800,00
equipo de oficina	\$ 435,00
muebles y enseres	\$ 2.500,00
total	\$ 7.435,00
inversión diferida	
RUC	\$ -
patente municipal	\$ 25,00
permiso de bomberos	\$ 33,00
permiso de sanidad	\$ 92,64
registro único de turismo	\$ 25,00
Remodelación del local	\$ 1.600,00
total	\$ 1.775,64
Capital de trabajo	\$ 4.511,39
TOTAL INVERSIONES	\$ 13.722,03

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.2. Inversión fija.

Son todos los bienes tangibles como la maquinaria, equipos, herramientas y muebles que se necesitan para operar el negocio.

3.7.2.1. Maquinaria.

Tabla 30-3: Maquinaria.

Maquinaria			
cantidad	Descripción del equipo.	precio unitario	Precio total
1	cocina industrial 3 quemadores	\$ 150,00	\$ 150,00
1	refrigeradora	\$ 550,00	\$ 550,00
1	máquina de hacer café	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
2	cilindros de gas	\$ 80,00	\$ 160,00
1	licuadora	\$ 90,00	\$ 90,00
1	sistema de audio (microfono, parlantes y consola)	\$ 450,00	\$ 450,00
1	televisor de 42 pulgadas	\$ 450,00	\$ 450,00
	total	\$ 3.070,00	\$ 3.150,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

a. Equipos y Utensilios de cocina.

Tabla 31-3: Equipos y utensilios de cocina.

equipo y utensilios de cocina			
cantidad	descripción	Precio unt.	total
2	ollas medianas	\$ 20,00	\$ 40,00
2	sarten freidor de papas	\$ 25,00	\$ 50,00
2	cuchillos	\$ 2,00	\$ 4,00
5	jarras medianas	\$ 5,00	\$ 25,00
1	cernidor	\$ 1,00	\$ 1,00
1	expresidor naranjas	\$ 1,50	\$ 1,50
1	exprimidor limón	\$ 1,00	\$ 1,00
2	tazonas	\$ 2,00	\$ 4,00
1	pinza para hielo	\$ 2,00	\$ 2,00
5	charoles de madera	\$ 3,00	\$ 15,00
1	tabla de picar	\$ 5,00	\$ 5,00
35	platos grandes	\$ 2,10	\$ 73,50
35	platos medianos	\$ 1,50	\$ 52,50
24	vasos de vidrio	\$ 1,00	\$ 24,00
24	copas de coctel	\$ 1,50	\$ 36,00
36	jarros cerveros de vidrio	\$ 1,50	\$ 54,00
35	tazas	\$ 1,00	\$ 35,00
3	juegos de cubiertos	\$ 13,00	\$ 39,00
15	mini salseras	\$ 0,70	\$ 10,50
6	azucareras	\$ 2,00	\$ 12,00
1	coctelera metálica	\$ 25,00	\$ 25,00
1	legumbreira	\$ 40,00	\$ 40,00
	Total		\$ 550,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

b. Muebles y enseres.

Tabla 32-3: Muebles y Enseres.

muebles y enseres			
cantidad	detalle	Costo Unit.	costo Total
6	mesas de madera	\$ 60,00	\$ 360,00
24	sillas de madera	\$ 25,00	\$ 600,00
2	Juegos de muebles rústicos peq.	\$ 250,00	\$ 500,00
4	taburetes de barra	\$ 25,00	\$ 100,00
1	barra de madera	\$ 390,00	\$ 390,00
3	basureros	\$ 5,00	\$ 15,00
1	rotulo de ingreso	\$ 150,00	\$ 150,00
6	adornos varios	\$ 5,00	\$ 30,00
1	pizarra	\$ 35,00	\$ 35,00
1	escritorio y silla giratoria	\$ 260,00	\$ 260,00
2	sillas	\$ 30,00	\$ 60,00
total		\$ 1.391,80	\$ 2.500,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

c. Equipo de cómputo.

Tabla 33-3: Equipo de cómputo.

cantidad	detalle	Costo Unit.	cost. Total
1	computador	\$ 600,00	\$ 600,00
1	impresora multifunción	\$ 200,00	\$ 200,00
total		\$ 800,00	\$ 800,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

d. Equipo de oficina.

Tabla 34-3: Equipo de oficina

cantidad	detalle	Costo Unit.	costo Total
1	teléfono	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Sistema de facturación (caja Regs. e Impresora)	\$ 400,00	\$ 400,00
total		\$ 435,00	\$ 435,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.2.2. *Inversión diferida.*

Tabla 35-3: Inversión Diferida.

inversión diferida	
RUC	\$ -
patente municipal	\$ 25,00
permiso de bomberos	\$ 33,00
permiso de sanidad	\$ 92,64
registro único de turismo	\$ 25,00
Remodelación del local	\$ 1.600,00
total	\$ 1.775,64

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.2.3. *Depreciaciones.*

nombre activo fijo	valor	vida útil	% depreciación	depreciación anual	valor residual
maquinaria y equipos	\$ 3.700,00	10	10%	\$ 370,00	\$ 1.850,00
muebles y enseres	\$ 2.500,00	10	10%	\$ 250,00	\$ 1.250,00
equipo de computo	\$ 800,00	3	33%	\$ 266,67	\$ 0,00
equipo de oficina	\$ 435,00	10	10%	\$ 43,50	\$ 217,50
total				\$ 930,17	\$ 3.317,50

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.2.4. *Amortización.*

nombre	valor	vida útil	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
inversión diferida	\$1.775,64	5	355,13	355,13	355,13	355,13	355,13
total			355,13	355,13	355,13	355,13	355,13

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.2.5. *Capital de trabajo.*

a. Capital de trabajo.

Capital de trabajo (mensual)	
Arriendo	\$ 250,00
Sueldos	\$ 3.181,02
servicios básicos (agua, luz, internet)	\$ 72,00
útiles de oficina	\$ 25,00
útiles de limpieza	\$ 30,00
materia prima	\$ 953,37
total	\$ 4.511,39

Realizado por: Barragan, H. (2019)

b. Inversión en Materia prima.

El proyecto para iniciar sus actividades necesitara de una inversión de 953,37 de materia prima para cubrir aproximadamente un mes de producción.

Tabla 36-3: Materia prima.

productos	unidad de medida	cantidad	precio	mensual	anual
Alitas de pollo	libras	88	\$ 1,50	\$ 132,00	\$ 1.584,00
papas	Quintal	2	\$ 18,00	\$ 36,00	\$ 432,00
queso	libras	6	\$ 2,00	\$ 12,00	\$ 144,00
café	kilogramos	8	\$ 10,00	\$ 80,00	\$ 960,00
azucar	kilogramos	12	\$ 2,05	\$ 24,60	\$ 295,20
sal	kilogramos	12	\$ 0,90	\$ 10,80	\$ 129,60
verde	Rasimas	4	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 144,00
cebolla	libras	8	\$ 0,50	\$ 4,00	\$ 48,00
tomate	libras	8	\$ 0,50	\$ 4,00	\$ 48,00
lechuga	unidad	8	\$ 0,30	\$ 2,40	\$ 28,80
mantequilla	kilogramos	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
aceite	litros	12	\$ 1,20	\$ 14,40	\$ 172,80
leche	litros	20	\$ 0,50	\$ 10,00	\$ 120,00
chocolate	kilo	6	\$ 8,00	\$ 48,00	\$ 576,00
cerveza pilsener	Jaba (12und)	20	\$ 13,00	\$ 260,00	\$ 3.120,00
cerveza club	jaba (12und)	10	\$ 16,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Ron bellows	caja (12und)	12	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 720,00
mayonesa	Gramos (400)	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 72,00
salsa de tomate	kilogramos (800)	1	\$ 3,92	\$ 3,92	\$ 47,04
aliño sazón	Gramos (500)	4	\$ 2,05	\$ 8,20	\$ 98,40
salsa bbq	gramos (3600)	1	\$ 7,45	\$ 7,45	\$ 89,40
nachos	kilogramo	10	\$ 6,00	\$ 60,00	\$ 720,00
salsa queso cheddar	kilogramo	2	\$ 8,25	\$ 16,50	\$ 198,00
aguas	paca (24 und)	2	\$ 3,70	\$ 7,40	\$ 88,80
colas	paca (12 und)	2	\$ 9,25	\$ 18,50	\$ 222,00
Naranjas	unidad	200	\$ 0,05	\$ 10,00	\$ 120,00
maracuyá	unidad	200	\$ 0,10	\$ 20,00	\$ 240,00
Moras	libras	12	\$ 0,60	\$ 7,20	\$ 86,40
Limón	ciento	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Torta de tres leches	unidad	4	\$ 9,00	\$ 36,00	\$ 432,00
torta de chocolate	unidad	4	\$ 9,00	\$ 36,00	\$ 432,00
Total				\$ 953,37	\$ 11.440,44

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.2.6. Resumen de la inversión del proyecto.

Para llevar a cabo el proyecto se necesitara una inversión de \$13722,03 lo que cubre todo para la puesta en marcha del mismo hasta que este genere sus primeros ingresos.

Tabla 37-3: Resumen de inversión total.

Inversión total	
inversión fija	\$ 7.435,00
inversión diferida	\$ 1.775,64
capital de trabajo	\$ 4.511,39
total	\$13.722,03

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.3. *Financiamiento.*

En todo proyecto es necesario ser financiado como fuente de ingresos para ser ejecutado en este caso el financiamiento será de fuente propia y fuentes externo.

Después de fijar el monto necesario en inversión inicial, inversión diferida y capital de trabajo podemos fijar que necesitamos un total de 13727,03 dólares.

Tabla 38-3: Financiamiento.

Financiamiento		
capital propio	\$ 5.722,03	42%
capital ajeno	\$ 8.000,00	58%
total	\$ 13.722,03	100%

Realizado por: Barragan, H. (2019)

De este total se financiara de la siguiente forma:

Capital propio: 5722,03

Capital externo: 8000,00

Total financiamiento: 13722,03

El capital externo se lo financiara a través de un crédito en el banco del ecuador el cual aprovecharemos uno de los créditos que está otorgando el banco que es exclusivamente para jóvenes emprendedores ya que este tiene un tasa de interés del 15.30% es bajo en comparación con otras instituciones financieras.

3.7.3.1. Gastos financieros.

Los gastos que el bar-cafetería que se genera por el crédito es de 3 años, con cuotas mensuales de 278,50 con una tasa de 15,30%, en BanEcuador.

Tabla 39-3: Tabla de amortización por años.

tabla de resumen de amortización			
años	capital	interés	cuota
1	\$2.273,01	1068,979	\$3.341,99
2	\$2.646,2390	695,7533	\$3.341,99
3	\$3.080,7474	261,2449	\$3.341,99

Realizado por: Barragan, H. (2019)

a. Mano de obra.

En este numeral detallaremos los gastos de sueldos de las personas que trabajaran en “Nativos” son 4 personas en el área operacional y una persona en la administración.

Tabla 40-3: Mano de obra directa

Cant.	trabajadores	Sueldo unt.	Sueldo men.	Aporte per.	Aporte patr.	XII sueldo	XIV sueldo	Fondos/reserva
1	bar-tender	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 37,23	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 32,82
1	cocinero	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 37,23	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 32,82
2	meseros	\$ 394,00	\$ 788,00	\$ 74,47	\$ 87,86	\$ 65,67	\$ 65,67	\$ 65,64
	total	\$1.182,00	\$1.576,00	\$262,33	\$175,72	\$131,33	\$131,33	\$ 131,28

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Tabla 41-3: Costo total de mano de obra directa.

total mensual	total anual
\$ 573,65	\$ 6.883,81
\$ 573,65	\$ 6.883,81
\$ 1.147,30	\$ 13.767,62
\$ 2.294,60	\$ 27.535,24

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.4. Costos y gastos.

3.7.4.1. Costos de producción.

Tabla 42-3: Costos de producción.

productos	Cant. Diaria	Cant. Mensual	anual	costo unitario	costos totales
café expreso	28	728	8736	\$ 0,27	\$ 2.325,96
café capuchino	22	572	6864	\$ 0,34	\$ 2.333,76
café mocachino	22	572	6864	\$ 0,34	\$ 2.333,76
leche con chocolate	20	520	6240	\$ 0,42	\$ 2.620,80
bolón de verde	31	806	9672	\$ 0,56	\$ 5.440,50
Nachos con queso	25	650	7800	\$ 0,92	\$ 7.212,86
Alitas bbq	30	780	9360	\$ 1,64	\$ 15.350,40
micheladas	30	360	4320	\$ 1,20	\$ 5.165,02
mojitos	28	336	4032	\$ 1,19	\$ 4.816,22
cerveza	22	572	6864	\$ 1,08	\$ 7.436,00
jugo de naranja	9	234	2808	\$ 0,38	\$ 1.060,02
torta chocolate	9	234	2808	\$ 0,85	\$ 2.386,80
total egresos	276	6364	76368	\$ 9,19	\$ 58.482,10

Realizado Por: Barragan, H. (2019)

3.7.4.2. Gastos administrativos y ventas.

Tabla 43-3: Gastos administrativos y de ventas.

Gastos Adm. Y Ventas	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Sueldos oper.	\$ 27.535,24	\$ 27.683,93	\$ 27.833,43	\$ 27.983,73	\$ 28.134,84
Sueldos adm.	\$ 10.276,96	\$ 10.332,46	\$ 10.388,25	\$ 10.444,35	\$ 10.500,75
contador externo	\$ 360,00	\$ 361,94	\$ 363,90	\$ 365,86	\$ 367,84
arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Servicios bas.	\$ 864,00	\$ 868,67	\$ 873,36	\$ 878,07	\$ 882,81
Sumin. De oficina	\$ 300,00	\$ 301,62	\$ 303,25	\$ 304,89	\$ 306,53
Sumin. de limpieza	\$ 360,00	\$ 361,94	\$ 363,90	\$ 365,86	\$ 367,84
Gastos de publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.809,72	\$ 1.819,49	\$ 1.829,32	\$ 1.839,20
TOTAL	\$ 44.496,20	\$ 44.736,48	\$ 44.978,06	\$ 45.220,94	\$ 45.465,13

Realizado Por: Barragan, H. (2019)

a. Gastos de servicios básicos.

Tabla 44-3: Gastos servicios básicos.

Servicios básicos.	mensual	anual
Luz	\$ 25,00	\$ 300,00
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00
teléfono	\$ 12,00	\$ 144,00
internet	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 72,00	\$ 864,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

b. Gastos arriendo.

El valor del arriendo se estableció mediante una investigación de campo de los locales disponibles en el lugar establecido anteriormente para lo cual se realizará un contrato por 5 años con el valor de \$250 mensuales.

Tabla 45-3: Gasto arriendo.

Gasto Arriendo	
mensual	anual
\$ 250,00	\$ 3.000,00

Realizado por: Barragan, H. (2019)

c. Costos fijos.

Tabla 46-3: Costos Fijos

costos fijos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
depreciaciones	\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 663,50	\$ 663,50
amortizaciones	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13
Sueldos admin.	\$ 10.276,96	\$ 10.332,46	\$ 10.388,25	\$ 10.444,35	\$ 10.500,75
contador externo	\$ 360,00	\$ 361,94	\$ 363,90	\$ 365,86	\$ 367,84
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Servicios básicos.	\$ 444,00	\$ 446,40	\$ 448,81	\$ 451,23	\$ 453,67
sumin. de oficina	\$ 300,00	\$ 301,62	\$ 303,25	\$ 304,89	\$ 306,53
sumin. De limpieza	\$ 360,00	\$ 361,94	\$ 363,90	\$ 365,86	\$ 367,84
Gastos de publicidad.	\$ 1.800,00	\$ 1.809,72	\$ 1.819,49	\$ 1.829,32	\$ 1.839,20
gasto financiero	\$ 1.068,98	\$ 695,75	\$ 261,24	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 18.895,23	\$ 18.595,13	\$ 18.234,14	\$ 17.780,14	\$ 17.854,45

Realizado por: Barragan, H. (2019)

d. Costos variables.

Tabla 47-3: Costos variables.

Costos variables	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
materia prima	\$ 58.482,10	\$ 61.406,20	\$ 64.476,51	\$ 67.700,34	\$ 71.085,35
sueldos operativos	\$ 27.535,24	\$ 27.683,93	\$ 27.833,43	\$ 27.983,73	\$ 28.134,84
costos oper.(luz, agua)	\$ 420,00	\$ 422,27	\$ 424,55	\$ 426,84	\$ 429,15
Total	\$ 86.437,34	\$ 89.512,40	\$ 92.734,48	\$ 96.110,90	\$ 99.649,34

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.5. Ingresos.

Para determinar los ingresos se estimó en base a la capacidad instada del negocio para lo cual vamos a empezar con unas ventas del 70% de mi capacidad instalada.

Tabla 48-3: Ingresos

productos	Cant. Diaria	Cant. Mensual	anual	precio unitario	totales
café expreso	28	728	8736	\$ 0,70	\$ 6.094,02
café capuchino	22	572	6864	\$ 0,90	\$ 6.184,46
café mocachino	22	572	6864	\$ 0,90	\$ 6.184,46
leche con chocolate	20	520	6240	\$ 0,90	\$ 5.634,72
bolón de verde	31	806	9672	\$ 1,00	\$ 9.684,09
Nachos con queso	25	650	7800	\$ 1,75	\$ 13.632,30
Alitas bbq	30	780	9360	\$ 3,00	\$ 28.091,23
micheladas	30	360	4320	\$ 2,10	\$ 9.090,43
mojitos	28	336	4032	\$ 2,25	\$ 9.054,50
cerveza	22	572	6864	\$ 1,70	\$ 11.674,52
jugo de naranja	9	234	2808	\$ 0,75	\$ 2.098,84
torta chocolate	9	234	2808	\$ 1,35	\$ 3.795,01
total ingresos	276	6364	76368	\$ 17,30	\$ 111.218,58

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Barragan, H. (2019)

3.7.6. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio de un proyecto es el volumen productivo que corresponde a la situación donde no se tiene ganancias, pero tampoco pérdidas, es decir cuando mis ingresos me permiten cubrir mis costos.

$$\text{Formula de P. E} = \frac{\text{c.fijos}}{1 - \frac{\text{c.var.}}{\text{Ingresos}}}$$

Tabla 49-3: Punto de equilibrio.

datos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ingresos	\$ 111.218,58	\$ 116.779,51	\$ 122.618,49	\$ 128.749,41	\$ 135.186,88
costos fijos	\$ 18.895,23	\$ 18.595,13	\$ 18.234,14	\$ 17.780,14	\$ 17.854,45
costos variables	\$ 86.437,34	\$ 89.512,40	\$ 92.734,48	\$ 96.110,90	\$ 99.649,34
costos totales	\$ 105.332,57	\$ 108.107,53	\$ 110.968,62	\$ 113.891,04	\$ 117.503,79
puntos de equilibrio	\$ 84.802,08	\$ 79.639,17	\$ 74.817,36	\$ 70.137,47	\$ 67.919,36

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Tabla 50-3: Punto de equilibrio total del proyecto.

ingresos	\$ 614.552,88
costos fijos	\$ 91.359,09
costos variables	\$ 464.444,46
costos totales	\$ 1.170.356,43
puntos de equilibrio	\$ 374.029,59

Realizado por: Barragan, H. (2019)

El punto de equilibrio para el primer año es de \$84802,08 dólares de ventas al año lo que significa que para no perder ni ganar necesito vender dicha cantidad y el punto de equilibrio del total del proyecto es de \$374029,59 en ventas.

3.7.7. Estado de resultados proyectados.

Tabla 51-3: Estado de resultados proyectado.

Ingresos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
total Ingresos	\$ 111.218,58	\$ 116.779,51	\$122.618,49	\$ 128.749,41	\$ 135.186,88
total Costos	\$ 58.482,10	\$ 61.406,20	\$ 64.476,51	\$ 67.700,34	\$ 71.085,35
Utilidad Bruta	\$ 52.736,49	\$ 55.373,31	\$ 58.141,98	\$ 61.049,08	\$ 64.101,53
Otros Gastos	\$ 46.850,47	\$ 46.717,53	\$ 46.524,60	\$ 46.239,57	\$ 46.483,76
Gastos administrativos y ventas.	\$ 44.496,20	\$ 44.736,48	\$ 44.978,06	\$ 45.220,94	\$ 45.465,13
Gastos depreciación	\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 663,50	\$ 663,50
Gastos amortización.	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13
Gastos financieros (int. prest.)	\$ 1.068,98	\$ 695,75	\$ 261,24	\$ -	\$ -
utilidad antes del participación e impuesto	\$ 5.886,01	\$ 8.655,78	\$ 11.617,38	\$ 14.809,51	\$ 17.617,77
15% trabajadores	\$ 882,90	\$ 1.298,37	\$ 1.742,61	\$ 2.221,43	\$ 2.642,67
utilidad antes del impuesto	\$ 5.003,11	\$ 7.357,42	\$ 9.874,77	\$ 12.588,08	\$ 14.975,10
25% impuesto a la renta	\$ 1.250,78	\$ 1.839,35	\$ 2.468,69	\$ 3.147,02	\$ 3.743,78
Utilidad del ejercicio	\$ 3.752,33	\$ 5.518,06	\$ 7.406,08	\$ 9.441,06	\$ 11.231,33

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

3.7.8. Flujo de caja proyectado.

Tabla 52-3: Flujo de caja proyectado.

Ingresos	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
total ingresos		\$ 111.218,58	\$ 116.779,51	\$ 122.618,49	\$ 128.749,41	\$ 135.186,88
-costos		\$ 58.482,10	\$ 61.406,20	\$ 64.476,51	\$ 67.700,34	\$ 71.085,35
Utilidad Bruta		\$ 52.736,49	\$ 55.373,31	\$ 58.141,98	\$ 61.049,08	\$ 64.101,53
total otros egresos		\$ 46.850,47	\$ 46.717,53	\$ 46.524,60	\$ 46.239,57	\$ 46.483,76
Gastos administrativos y ventas.		\$ 44.496,20	\$ 44.736,48	\$ 44.978,06	\$ 45.220,94	\$ 45.465,13
Gastos depreciación.		\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 663,50	\$ 663,50
Gastos amortización.		\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13
Gastos financieros (int. prest.)		\$ 1.068,98	\$ 695,75	\$ 261,24	\$ -	\$ -
utilidad antes del participación e impuesto		\$ 5.886,01	\$ 8.655,78	\$ 11.617,38	\$ 14.809,51	\$ 17.617,77
15% trabajadores		\$ 882,90	\$ 1.298,37	\$ 1.742,61	\$ 2.221,43	\$ 2.642,67
utilidad antes del impuesto		\$ 5.003,11	\$ 7.357,42	\$ 9.874,77	\$ 12.588,08	\$ 14.975,10
25% impuesto a la renta		\$ 1.250,78	\$ 1.839,35	\$ 2.468,69	\$ 3.147,02	\$ 3.743,78
Utilidad del ejercicio		\$ 3.752,33	\$ 5.518,06	\$ 7.406,08	\$ 9.441,06	\$ 11.231,33
depreciación		\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 930,17	\$ 663,50	\$ 663,50
Amortización		\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13	\$ 355,13
pago credito		\$ -2.273,01	\$ -2.646,24	\$ -3.080,75		
valor salvamento						\$ 3.317,50
inversión fija	\$ -7.435,00					
inversión diferida	\$ -1.775,64					
capital de trabajo	\$ -4.511,39					
flujo neto del efectivo	\$ -13.722,03	\$ 2.764,61	\$ 4.157,12	\$ 5.610,63	\$ 10.459,69	\$ 15.567,46

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

3.7.9. Balance general.

Tabla 53-3: Balance general proyectado.

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ACTIVOS						
activos corrientes	\$ 4.511,39	\$ 7.276,00	\$ 11.433,12	\$ 17.043,75	\$ 27.503,44	\$ 43.070,89
caja	\$ 4.511,39	\$ 7.276,00	\$ 11.433,12	\$ 17.043,75	\$ 27.503,44	\$ 43.070,89
activos fijos	\$ 7.435,00	\$ 6.504,83	\$ 5.574,67	\$ 4.644,50	\$ 3.981,00	\$ 3.317,50
Maquinaria	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00
equipos y utensilios	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00
equipo de computación	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
muebles y equipos de oficina	\$ 2.935,00	\$ 2.935,00	\$ 2.935,00	\$ 2.935,00	\$ 2.935,00	\$ 2.935,00
depreciaciones	\$ -	\$ -930,17	\$ -1.860,33	\$ -2.790,50	\$ -3.454,00	\$ -4.117,50
Activo diferido	\$ 1.775,64	\$ 1.420,51	\$ 1.065,38	\$ 710,26	\$ 355,13	\$ 0,00
gastos diferidos	\$ 1.775,64	\$ 1.775,64	\$ 1.775,64	\$ 1.775,64	\$ 1.775,64	\$ 1.775,64
amortizaciones	0	\$ -355,13	\$ -710,26	\$ -1.065,38	\$ -1.420,51	\$ -1.775,64
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 13.722,03	\$ 15.201,35	\$ 18.073,17	\$ 22.398,50	\$ 31.839,56	\$ 46.388,39
PASIVO	\$8.000,00	\$ 5.726,99	\$ 3.080,75	\$0,00	\$0,00	\$0,00
pasivo corriente	\$2.273,01	\$2.646,24	\$3.080,75	\$0,00	\$0,00	\$0,00
préstamo bancario(capital)	\$2.273,01	2646,23899	3080,74737	\$0,00	\$0,00	\$0,00
pasivo no corriente	\$5.726,99	\$3.080,75	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
préstamo bancario(saldo)	\$5.726,99	\$3.080,75	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
PATROMINIO	\$ 5.722,03	\$ 9.474,36	\$ 14.992,42	\$ 22.398,50	\$ 31.839,57	\$ 46.388,39
Capital	\$ 5.722,03	\$ 5.722,03	\$ 5.722,03	\$ 5.722,03	\$ 5.722,03	\$ 9.039,53
resultados del ejercicio	0	\$ 3.752,33	\$ 5.518,06	\$ 7.406,08	\$ 9.441,06	\$ 11.231,33
resultados acumulados	0	0	\$ 3.752,33	\$ 9.270,39	\$ 16.676,47	\$ 26.117,54
TOTAL ACTIVOS Y PATROMONIO	\$ 13.722,03	\$ 15.201,35	\$ 18.073,17	\$ 22.398,50	\$ 31.839,57	\$ 46.388,39

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Barragan, H. (2019)

3.8. Evaluación financiera.

3.8.1. Valor actual neto (VAN)

Tabla 54-3: Cálculo del valor actual neto.

años	flujos	Factor de dest.	Valor de dest.	flujo acumulado
	\$ -13.722,03	1	\$ -13.722,03	
1	\$ 2.764,61	0,87	\$ 2.397,76	\$ 2.397,76
2	\$ 4.157,12	0,75	\$ 3.127,04	\$ 5.524,80
3	\$ 5.610,63	0,65	\$ 3.660,36	\$ 9.185,16
4	\$ 10.459,69	0,57	\$ 5.918,36	\$ 15.103,52
5	\$ 15.567,46	0,49	\$ 7.639,61	\$ 22.743,13

Realizado por: Barragan, H. (2019)

El valor actual neto del proyecto es \$ 9021.10 y al ser un valor positivo nos indica que el proyecto es viable con una tasa de descuento de 15.30%

3.8.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 55-3: Datos para cálculo del TIR.

años	flujos	Factor de dese.	Valor de dest.
	\$ -13.722,03	1	\$ -13.722,03
1	\$ 2.764,61	0,87	\$ 2.397,76
2	\$ 4.157,12	0,75	\$ 3.127,04
3	\$ 5.610,63	0,65	\$ 3.660,36
4	\$ 10.459,69	0,57	\$ 5.918,36
5	\$ 15.567,46	0,49	\$ 7.639,61

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Formula Excel: TIR = (valores; estimar)

TIR: 34%

Según los cálculos realizados el TIR de este proyecto es de 34% confirmando la factibilidad del proyecto, esta tasa de descuento es la que nos permitirá igualar el van a cero

3.8.3. Periodo de recuperación.

Tabla 56-3: Periodo de recuperación.

años	flujos	Factor de dest.	Valor de dest.	flujo acumulado
	\$ -13.722,03	1	\$ -13.722,03	
1	\$ 2.764,61	0,87	\$ 2.397,76	\$ 2.397,76
2	\$ 4.157,12	0,75	\$ 3.127,04	\$ 5.524,80
3	\$ 5.610,63	0,65	\$ 3.660,36	\$ 9.185,16
4	\$ 10.459,69	0,57	\$ 5.918,36	\$ 15.103,52
5	\$ 15.567,46	0,49	\$ 7.639,61	\$ 22.743,13

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Fórmula aplicada: $PR = A + (B - C/D)$

A: periodo aproximado a la inversión inicial

B: inversión inicial.

C: flujo acumulado aproximado.

D: flujo de caja siguiente.

$$PR = 3 + (13727.03 - 9185,16/5918,36)$$

$$PR = 3,766 \text{ años}$$

$$PR = 0,766 * 12 = 9,12 \text{ meses}$$

$$PR = 0,12 * 30 = 3 \text{ días.}$$

Por lo tanto, el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años con 9 meses y 3 días.

3.8.4. Beneficio/costo.

El costo beneficio nos permite establecer cuando yo tengo de rentabilidad por cada dólar invertido.

$$R. B.C = \sum \text{INGRESOS NETOS} / \text{INVERSIÓN INICIAL.}$$

$$R.B.C = 22743.13 / 13722,03$$

$$R.B.C = 1,66$$

La relación costo beneficio para este proyecto es de 1,10 dólares es decir que por cada dólar invertido obtenemos una ganancia de 0,66 centavos, lo que es bueno ya que al ser mayor a uno se conoce que el proyecto es aceptable.

3.8.5. Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad nos permitirá conocer como varían los indicadores en base al cambio de las ventas o costos.

Para el análisis de sensibilidad propusimos los siguientes escenarios:

Optimista: +4% ventas y -4% costos

Pesimista: -4% ventas y +4% costos.

Tabla 57-3: Resumen del análisis de sensibilidad.

Análisis de sensibilidad			
	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO PESIMISTA
VENTAS	\$639.134,99	\$614.552,88	\$589.970,76
COSTOS	\$310.224,48	\$323.150,50	\$336.076,52
VAN	\$ 27.190,40	\$ 9.021,10	\$ -4.208,20
TIR	70%	34%	6%

Realizado por: Barragan, H. (2019)

Según el análisis de sensibilidad se puede observar que en un escenario pesimista no es posible llevar a cabo el proyecto porque los indicadores nos arrojan resultados negativos.

CONCLUSIONES

- ❖ Con el estudio de mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha de 221860 clientes al año sobre los productos que va a ofertar el proyecto, además se determinó la aceptación, gustos y preferencias de los posibles clientes del bar-cafetería, ya que se ofrece un lugar diferente donde puedan acudir con amigos o familia.
- ❖ El estudio técnico nos permitió determinar la ubicación idónea, la distribución adecuada y los procesos que nos permitan operar de la mejor forma posible el negocio, por otro lado en el estudio organizacional se estableció organigramas y se determinó el talento humano necesario para emprender el proyecto. De igual manera en el Estudio financiero se estableció una inversión inicial de 13722,03 los cuales se financian en un 42% propio y un 58% externo, para operar de forma eficiente y lograr posesionarse en el mercado.
- ❖ La evaluación del proyecto nos permitió conocer la viabilidad del proyecto a través de los criterios de evaluación financiera como son: valor actual neto (VAN) de \$9021.10, Tasa interna de retorno (TIR) de 34% por otro lado el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años y 9 meses, además tenemos una relación beneficio/costo de \$1,66. Es decir todos los indicadores arrojaron resultados aceptables para que el proyecto sea llevado a cabo.

RECOMENDACIONES

- ❖ Ejecutar el proyecto ya que ayudara a dinamizar la economía del cantón, además generara fuentes de empleo.
- ❖ Efectuar estudios de mercado frecuentes para conocer nuestro posicionamiento en el mercado ya que las necesidades de los clientes son cambiantes y cada vez el cliente es más exigente, para así replantear nuestras estrategias de marketing.
- ❖ Verificar si los procesos establecidos en producción e inventarios se cumplen como lo establecido, para así tener un buen producto y el servicio de excelencia.
- ❖ Ejecutar evaluaciones financieras permanentes para conocer cómo está los resultados de los indicadores, con el fin de tener un panorama claro de la realidad y mitigar el riesgo, además que estos nos permiten tomar decisiones más acertadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranday, R.** (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión una Propuesta Metodológica*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=5635971&query=formulacion+y+evaluacion+de+proyectos>
- Armstrong, G., & Philip, K.** (2013). *Fundamentos de Marketing*. 11ª. ed. México: Pearson Educación.
- Beltrán, F.** (2011). *Proyectos de Emprendimiento*. Quito: Universitaria Abya-Yala. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5649/1/Proyectos%20de%20Emprendimiento%20.pdf>
- Briaso, I.** (2014). *El desafío de emprender en el siglo XXI*. Madrid : MARCEA S.A.
- Café 360.** (2015). *Historia de las cafeterías*. Obtenido de <http://cafetres60.wixsite.com/cafe/single-post/2015/09/03/Historia-de-las-Cafeterias?fbclid=IwAR1nzimtXtXdOzZF17K0y0fEM4s8Y0U9jeXLklgPdEgHSY422ZqGaa2iu0>
- Castillo, J.** (2012). *Café-Bar en el cantón caluma, provincia de Bolívar como atractivo de diversión*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1399/1/TESIS%20ADRIANA%20JENNIFER%20ALVARADO%20CASTILLO.pdf>
- Córdoba, M.** (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. 2ª. ed. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M.** (2016). Estudio de localización de un proyecto. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf
- Dutan, C., & Zaruma Guaman, A.** (2016). *Proyecto de inversión para determinar la factibilidad de aperturar un centro comercial de prendas de vestir , de marcas reconocidas tanto nacionales como internacionales, en la provincia de cañar, cantón cañar año 2016*. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politecnica del Chimborazo. Riobamba
- Feher, F., & Culebro, A.** (2016). *¿Como ser un Emprendedor? Sin tanto rollo*. Mexico: Trillas.
- Fernandez, G., Mayagoitia, V., & Quintero, A.** (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Mexico: Instituto Politécnico Nacional.
- Flórez, A.** (2015). *Proyectos de Inversión para la PYME*. 3ª. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gallardo, D., & Maldonado, V.** (2016). *Proyectos Organizacionales*. Buenos Aires, Argentina: Maipue.
- Gonzales, G.** (s.f). *Manual de Funciones*. Obtenido de https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3_definici_c3b3n-del-manual-funciones.pdf

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.** (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Municipio General Antonio Elizalde Bucay.** (2017). *Municipio de General Anotnio Elizalde Bucay*. Obtenido de <http://www.municipiobucay.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/historia-del-canton-general-antonio-elizalde-bucay.pdf>
- Rosario, H., & Rosario Díaz, F.** (2017). *Dirección Financieras: Inversión*. Almaría: EDUAL.
- Secretaria Nacional de Gestión de la Política.** (S/f). *Secretaria Nacional de Gestión de la Política*. Obtenido de <https://www.politica.gob.ec/bucay-un-calido-rincon-de-nuestra-geografia/>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B.** (2007). *Fundamentos de Marketing*. 14^a. ed. México: McGraw Hill.
- Tixe, A.** (2017). *Proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de Uvilla en el Cantón Guano, provincia de chimborazo, con el auspicio del GAD municipal de Guano, periodo 2017*. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Riobamba.
- Urbina, G.** (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Viñan, J., Puente Riofrio, M., Avalos Reyes, J., & Córdova Prócel, J.** (2018). *Proyectos de Inversión: un Enfoque Práctico*. Riobamba: Caracola editores. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/63/63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN BUCAY.

OBJETIVO: la presente encuesta es para conocer el grado de aceptación de la implementación de un bar-cafetería rustico en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay)

Marque con una X la opción que Ud. considere adecuada.

Edad _____ Género: Femenino _____ Masculino _____

Ocupación:

Ama de casa _____

Estudiante _____

Jubilado _____

Negocio propio _____

Empleado publico _____

Empleado privado _____

Estado civil.

Soltero _____ Casado _____ Divorciado _____ Viudo _____ Unión de hecho _____

1. Al momento de acudir a un bar-cafetería que factor es la más importante para Ud.?

(Seleccione solo una respuesta)

Precio _____ Ubicación _____ Servicio _____ Ambiente _____

Calidad de los productos _____

2. Con que frecuencia Ud. Asistiría al bar-cafetería? (seleccione solo una respuesta)

Diario _____

Dos veces por semana _____

Una vez por semana _____

Cada quince días _____

Una vez al mes _____

3. ¿Normalmente con quien asiste a un bar-cafetería? (seleccione solo una respuesta)

Solo _____ Pareja _____ Familia _____ Amigos _____ Compañeros de trabajo _____

4. ¿Cuáles son los motivos por el que visita frecuentemente un bar-cafetería? (seleccione solo una respuesta)

Conversar _____ Reuniones de trabajo _____ Cumpleaños _____

Distraerse _____ Comer _____

5. ¿Qué tipo de productos Ud. consumiría frecuentemente en el bar-cafetería rustico? (seleccione solo una respuesta)

Bebidas calientes _____

Bebidas frías _____

Bebidas alcohólicas _____

Postres_____

Picadas_____

Comida rápida_____

6. ¿Con que otros servicios le gustaría que cuente el bar-cafetería rustico? (Seleccione solo una respuesta)

Show en vivo

Zona wi-fi

Juegos de mesa.

Servicio a domicilio

Concurso musicales y de juegos de mesa.

Celebración de Eventos especiales (previa solicitud).

7. ¿Cuál es el consumo promedio que estaría dispuesto a realizar en el bar-cafetería rustico? (seleccione solo una respuesta)

\$1.00-\$4.00_____

\$5.00-\$10.00_____

\$11,00- \$25,00_____

\$21,00- o más _____

8. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las actividades que se desarrollarán en el Bar-Cafetería rústico? (seleccione solo una respuesta)

Televisión_____

Radio_____

Periódico_____

Redes Sociales_____

9. ¿Estaría dispuesto Ud. apoyar al emprendimiento para la creación de un bar-cafetería rustico que ayude a dinamizar la economía del cantón?

Sí

No

Por qué.....

¡LE AGRADECEMOS POR SU COLABORACIÓN Y TIEMPO PRESTADO!

ANEXO B: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.

Fórmula para proyectar la población: $P_i + n = P_i(1 + Tc)^n$

Proyecciones:	
2010	4014
2011	4079,83
2012	4145,51
2013	4211,01
2014	4276,71
2015	4342,14
2016	4409,88
2017	4478,67
2018	4548,54
2019	4619,495

ANEXO C: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.

Tipo	Microcrédito		Tasa Nominal (%)	15,30%
Destino	Capital Fijo		Tasa Efectiva (%)	16,42%
Sector Económico	Comercio y servicios		Monto(USD)	8,000.00
Facilidad	Emprendimiento		Plazo(Años)	3
Tipo Amortización	Cuota Fija		Fecha Simulación	2019-11-10
Forma de Pago	Mensual			
periodo	saldo	capital	interés	cuota
0	8000			
1	\$7.823,50	\$176,50	102,000	\$278,50
2	\$7.644,75	\$178,750	99,7496	\$278,50
3	\$7.463,72	\$181,0288	97,4706	\$278,50
4	\$7.280,39	\$183,3369	95,1625	\$278,50
5	\$7.094,71	\$185,6744	92,8249	\$278,50
6	\$6.906,67	\$188,0418	90,4576	\$278,50
7	\$6.716,23	\$190,4393	88,0600	\$278,50
8	\$6.523,36	\$192,8674	85,6319	\$278,50
9	\$6.328,04	\$195,3265	83,1729	\$278,50
10	\$6.130,22	\$197,8169	80,6825	\$278,50
11	\$5.929,88	\$200,3391	78,1603	\$278,50
12	\$5.726,99	\$202,8934	75,6060	\$278,50

13	\$5.521,51	\$205,4803	73,0191	\$278,50
14	\$5.313,41	\$208,1002	70,3992	\$278,50
15	\$5.102,65	\$210,7534	67,7459	\$278,50
16	\$4.889,21	\$213,4405	65,0588	\$278,50
17	\$4.673,05	\$216,1619	62,3375	\$278,50
18	\$4.454,13	\$218,9180	59,5814	\$278,50
19	\$4.232,42	\$221,7092	56,7902	\$278,50
20	\$4.007,89	\$224,5360	53,9634	\$278,50
21	\$3.780,49	\$227,3988	51,1006	\$278,50
22	\$3.550,19	\$230,2981	48,2012	\$278,50
23	\$3.316,96	\$233,2344	45,2649	\$278,50
24	\$3.080,75	\$236,2082	42,2912	\$278,50
25	\$2.841,53	\$239,2198	39,2795	\$278,50
26	\$2.599,26	\$242,2699	36,2295	\$278,50
27	\$2.353,90	\$245,3588	33,1405	\$278,50
28	\$2.105,41	\$248,4871	30,0122	\$278,50
29	\$1.853,76	\$251,6554	26,8440	\$278,50
30	\$1.598,89	\$254,8640	23,6354	\$278,50
31	\$1.340,78	\$258,1135	20,3859	\$278,50
32	\$1.079,37	\$261,4044	17,0949	\$278,50
33	\$814,64	\$264,7373	13,7620	\$278,50
34	\$546,52	\$268,1127	10,3866	\$278,50
35	\$274,99	\$271,5312	6,9682	\$278,50
36	\$0,00	\$274,9932	3,5062	\$278,50

ANEXO D: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**



**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS
PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega: 19 /11 /2019

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos:
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera:
Título a optar:
f. Analista de Biblioteca responsable: LCDO. HOLGER RAMOS MSc.