



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA**  
**CAFETERÍA TEMÁTICA “COFFEE EXPRESS” EN LA CIUDAD**  
**DE GUARANDA EN EL PERIODO 2021.**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**CLARA PIEDAD HINOJOZA FIERRO**

Riobamba - Ecuador

2021



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
CAFETERÍA TEMÁTICA “COFFEE EXPRESS” EN LA CIUDAD  
DE GUARANDA EN EL PERIODO 2021.**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA: CLARA PIEDAD HINOJOZA FIERRO**

**DIRECTOR: ING. ÁNGEL EDUARDO RODRÌGUEZ SOLARTE**

Riobamba - Ecuador

2021

**©2021, Clara Piedad Hinojoza Fierro**

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 del autor.

Yo **Clara Piedad Hinojoza Fierro**, declaro que el presente trabajado de titulación es de mi autoría y que los resultados del, mismo son auténticos, los textos en el documento que provienen de otra fuente 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 9 de septiembre del 2021


A handwritten signature in black ink, enclosed in a circular scribble. The signature reads "CLARA PIEDAD HINOJOZA FIERRO".

**Hinojoza Fierro Clara Piedad**

**C.C: 025011873-4**

**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 FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA “COFFEE EXPRESS” EN LA CIUDAD DE GUARANDA EN EL PERIODO 2021**, realizado por la señorita: **CLARA PIEDAD HINOJOZA FIERRO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
<p>Ing. Pazmiño Dennise</p> <p><b>PRESIDENTE TRIBUNAL</b></p>	<p>DENISE</p> <p>LILIANA PAZMIÑO GARZON</p> <p style="text-align: right;">Firmado digitalmente por DENISE LILIANA PAZMIÑO GARZON</p>	<p>2021-11-30</p>
<p>Ing. Rodríguez Solarte Ángel Eduardo</p> <p><b>DIRECTOR DEL TRIBUNAL</b></p>	 <p style="font-size: small;">Firmado electrónicamente por: ANGEL EDUARDO RODRIGUEZ SOLARTE</p>	<p>2021-11-30</p>
<p>Ing. Arellano Diaz Mario Alfonso</p> <p><b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b></p>	<p>0601630957</p> <p>MARIO ALFONSO ARELLANO DIAZ</p> <p style="text-align: right;">Firmado digitalmente por 0601630957 MARIO ALFONSO ARELLANO DIAZ</p>	<p>2021-11-30</p>

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de titulación, con todo mi corazón, primeramente, a Dios quien ha sido mi guía, fortaleza durante todos estos años de preparación, por haberme permitido llegar hasta aquí, y demostrarme que nada es imposible.

A mis amados padres pilares fundamentales de mi vida, quienes me apoyaron incondicionalmente durante todos estos años de mi formación académica, por ser mi ejemplo, mi motivación y por abrazar mis sueños como los suyos.

A mis hermanos por estar presente en todo, por aconsejarme, por apoyarme a seguir, y no rendirme ante las adversidades, y porque cuando creía que no lo lograría, ellos decidieron creer en mi esto también es para ustedes.

## AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento en primer lugar a ti Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad, por cada regalo de gracia que he recibido y por cada prueba de fidelidad que me mostraste, durante todos estos años, sin ti nada hubiera sido posible, mi corazón se siente muy agradecido contigo Papa, todo te lo debo a ti.

A mis padres Guillermo y Laura, que fueron mi fuente de inspiración para alcanzar mis sueños, gracias por siempre desear y anhelar lo mejor para mi vida, su apoyo me motivo a esforzarme y querer que se sientan orgullosos de mí, gracias por cada consejo y cada una de sus palabras que guiaron mi vida con todo mi corazón esto es por ustedes.

A mi hermano Isaac gracias por ser mi ejemplo, por cuidar de mi por ser ese apoyo y fuerza cuando lo necesitaba, lo logre gracias por creer en mí siempre, y a mi hermosa hermana Karolina quien estuvo conmigo durante todas mis noches de estudio y cuando no podía gracias por abrazarme y decirme que lo lograría también fuiste un motor en mi vida.

A mi familia en general, gracias por cada uno de sus consejos y palabras de aliento que motivaron mi vida y como no a mis primas que han sido un ejemplo de superación para mí.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas y a la carrera de Finanzas quienes me han abierto las puertas, para formarme como una gran profesional, y como no a cada uno de los docentes que durante todos los años impartieron sus conocimientos conmigo muchas gracias.

## TABLA DE CONTENIDO

ÌDICE DE TABLAS .....	xii
ÌNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
ÌNDICE DE FIGURAS .....	xvi
ÌNDICE DE ANEXOS .....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT .....	xix
INTRODUCCIÒN .....	1

### CAPÌTULO 1

<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÒN.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Planteamiento del problema.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Formulaciòn del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Sistematizaciòn del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4. Objetivos.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4.1. General.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4.2. Específicos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5. Justificaciòn.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.1. Justificaciòn teòrica .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.2. Justificaciòn metodològica .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.3. Justificaciòn pràctica .....</b>	<b>5</b>

### CAPÌTULO II

<b>2. MARCO DE REFERENCIA .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Antecedentes de Investigaciòn.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2. Marco teòrico.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2.1. Proyecto .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2.3. Importancia de un Proyecto.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.4. Tipos de Proyectos .....</b>	<b>8</b>



2.2.4.1.	<i>Según el grado de dificultad que entraña su consecución:</i> .....	8
2.2.4.2.	<i>Según la procedencia del capital</i> .....	8
2.2.4.3.	<i>Según el grado de experimentación del proyecto y sus objetivos</i> .....	8
2.2.4.4	<i>Según su orientación</i> .....	9
<b>2.2.5.</b>	<b><i>Proyecto de inversión</i></b> .....	9
<b>2.2.6.</b>	<b><i>Ciclo de un Proyecto</i></b> .....	9
<b>2.2.7.</b>	<b><i>Factibilidad</i></b> .....	9
2.2.7.1.	<i>Proyecto de Factibilidad</i> .....	10
2.2.7.2.	<i>Etapas de un proyecto de factibilidad</i> .....	10
<b>2.2.8.</b>	<b><i>Estudio de Mercado</i></b> .....	10
2.2.8.1.	<i>Objetivos del Estudio de Mercado</i> .....	10
2.2.8.2.	<i>Investigación de Mercado</i> .....	11
2.2.8.3.	<i>Identificación de los productos y/o servicios</i> .....	11
2.2.8.4.	<i>Análisis de la Oferta</i> .....	11
2.2.8.5.	<i>Análisis de la Demanda</i> .....	11
2.2.8.6.	<i>Demanda insatisfecha</i> .....	12
2.2.8.7.	<i>Análisis de Precios</i> .....	12
<b>2.2.9.</b>	<b><i>Estudio Técnico</i></b> .....	12
2.2.9.1.	<i>Componentes del Estudio Técnico</i> .....	12
2.2.9.2.	<i>Diagrama de flujos</i> .....	12
2.2.9.3.	<i>Ingeniería del Proyecto</i> .....	13
2.2.9.4.	<i>Estudio Legal</i> .....	13
2.2.9.5.	<i>Estudio Administrativo</i> .....	13
<b>2.2.10.</b>	<b><i>Organización Del Proyecto</i></b> .....	14
2.2.10.1.	<i>Organigrama Estructural</i> .....	14
<b>2.2.11.</b>	<b><i>Estudio Financiero</i></b> .....	14
2.2.11.1.	<i>Segmentos del estudio financiero</i> .....	14
2.2.11.2.	<i>Inversión de proyecto</i> .....	14
1.2.11.3.	<i>Estudio de ingresos</i> .....	14

<b>2.2.12.</b>	<b><i>Estados Financieros</i></b> .....	15
2.2.12.1.	<i>Balance General</i> .....	15
2.2.12.2.	<i>Estado De Resultados</i> .....	15
2.2.12.3.	<i>Flujo De Efectivo</i> .....	15
<b>2.2.13.</b>	<b><i>Evaluación Financiera</i></b> .....	15
2.2.13.1.	<i>punto de equilibrio</i> .....	16
2.2.13.2.	<i>Valor Actual Neto</i> .....	16
2.2.13.3.	<i>Tasa Interna De Retorno</i> .....	16
2.2.13.4.	<i>Relación Beneficio Costo</i> .....	17
2.2.13.5.	<i>Periodo De Recuperación De La Inversión</i> .....	17
<b>2.3</b>	<b><i>Marco Conceptual</i></b> .....	17
2.3.1.	<i>Competencia</i> .....	17
2.3.2.	<i>Desempleo</i> .....	18
2.3.3.	<i>Emprendimiento</i> .....	18
2.3.4.	<i>Economía</i> .....	18
2.3.5.	<i>Finanzas</i> .....	18
2.3.6.	<i>Mercado</i> .....	18
2.3.7.	<i>Necesidad</i> .....	1
2.3.8.	<i>Producto</i> .....	19
2.3.9.	<i>Innovador</i> .....	19
2.3.10.	<i>Rentabilidad</i> .....	19

### ***CAPÍTULO III***

<b>3.</b>	<b><i>MARCO METODOLÓGICO</i></b> .....	20
3.1.	<b><i>Enfoque de investigación</i></b> .....	20
3.2.	<b><i>Nivel de Investigación</i></b> .....	20
2.3.	<b><i>Diseño de investigación</i></b> .....	21
2.4.	<b><i>Tipo de estudio</i></b> .....	21
3.4.1.	<b><i>Investigación de Campo</i></b> .....	21

3.4.2.	<i>Diseño Transversal</i> .....	21
2.5.	<b>Población y muestra</b> .....	22
2.5.1.	<i>Muestra</i> .....	22
3.6.	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	23
3.6.1.	<i>Métodos</i> .....	23
3.6.1.1.	<i>Método deductivo</i> .....	23
3.6.1.2.	<i>Método inductivo</i> .....	23
3.6.1.2.	<i>Método analítico</i> .....	23
3.6.2.1.	<i>Encuesta</i> .....	24
3.6.3.1.	<i>Cuestionario</i> .....	24
4.	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	40
4.1.	<b>Titulo</b> .....	40
4.2.	<b>Contenido de la propuesta</b> .....	40
4.2.1.	<i>Misión</i> .....	40
4.2.3.	<i>Logotipo</i> .....	41
4.2.4.	<i>Eslogan</i> .....	41
4.5.	<i>Estudio técnico</i> .....	52
4.5.1.	<i>Localización</i> .....	52
4.5.3.	<i>Micro localización</i> .....	52
4.5.4.1.	<i>Procesos</i> .....	54
4.7.3.	<i>Descripción de funciones</i> .....	63
4.8.2.	<i>Inversión diferida</i> .....	65
4.8.3.	<i>Capital inicial de trabajo</i> .....	66
4.8.4.	<i>Inversión inicial</i> .....	67
4.8.5.	<i>Inversión del capital de inversión</i> .....	67
4.8.6.	<i>depreciación y amortización</i> .....	68
4.9.	<i>Estudio costo operacional</i> .....	68
4.9.1.	<i>Costos de producción</i> .....	68
4.9.2.	<i>Materia Prima</i> .....	71

4.9.3.	<i>Mano de obra</i> .....	71
4.9.4.	<i>Costos indirectos de fabricación</i> .....	72
4.9.5.	<i>Costos de Producción por producto</i> .....	73
4.9.5.	<i>Ingresos</i> .....	73
4.9.6.	<i>Costos fijos proyectados</i> .....	74
4.9.7.	<i>Costos variables proyectados</i> .....	74
4.9.6.	<i>Balance general</i> .....	75
4.9.7.	<i>Estado de resultado</i> .....	76
4.9.8.	<i>Flujo del efectivo</i> .....	77
4.9.9.	<i>VAN</i> .....	78
4.9.10.	<i>TIR</i> .....	79
4.9.11.	<i>Periodo de recuperación</i> .....	80
4.9.12.	<i>Beneficio costo</i> .....	80
4.9.13.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	81
4.9.14.	<i>Ratios</i> .....	82
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	84
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	85
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÌNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b>	Edad.....	25
<b>Tabla 2-3:</b>	Genero.....	26
<b>Tabla 3-3:</b>	Consumo de café.....	27
<b>Tabla 4-3:</b>	Frecuencia de consumo de café.....	28
<b>Tabla 5-4:</b>	Preferencia de café.....	29
<b>Tabla 6-3:</b>	Con quien asiste normalmente a una cafeter�.....	30
<b>Tabla 7-3:</b>	Factores que considera.....	31
<b>Tabla 8-3:</b>	Motivos de Visita.....	32
<b>Tabla 9-3:</b>	Apoyo al emprendimiento.....	33
<b>Tabla 10-3:</b>	Calidad del Producto.....	34
<b>Tabla 11-3:</b>	Tiempo de espera.....	35
<b>Tabla 12-3:</b>	Lugar de Preferencia.....	36
<b>Tabla 13-3:</b>	Cuanto está dispuesto a pagar.....	37
<b>Tabla 14-3:</b>	Medios de Comunicación.....	38
<b>Tabla 15-4:</b>	Segmentación.....	42
<b>Tabla 16-4:</b>	Demanda Actual.....	43
<b>Tabla 17-4:</b>	Frecuencia de consumo de café.....	44
<b>Tabla 18-4:</b>	Proyección de la demanda.....	45
<b>Tabla 19-4:</b>	Datos de la oferta de la cafeter�.....	45
<b>Tabla 20-4:</b>	Proyección de la oferta.....	46
<b>Tabla 21-4:</b>	Demanda Insatisfecha.....	46
<b>Tabla 22-4:</b>	Análisis precios competencia.....	47
<b>Tabla 23-4:</b>	Precios de los Productos.....	50
<b>Tabla 24-5:</b>	Maquinaria.....	57
<b>Tabla 25-5:</b>	Personal Requerido.....	57

<b>Tabla 26-4:</b>	Maquinaria.....	64
<b>Tabla 27-4:</b>	Muebles y enseres.....	64
<b>Tabla 28-4:</b>	Equipo de Computo.....	64
<b>Tabla 29-4:</b>	Equipos de Oficina.....	65
<b>Tabla 30-4:</b>	Otros Activos.....	65
<b>Tabla 31-4:</b>	Menaje.....	65
<b>Tabla 32-4:</b>	Gasto Constitución.....	66
<b>Tabla 33-4:</b>	Gasto Instalación.....	66
<b>Tabla 34-4:</b>	Gasto Publicidad.....	66
<b>Tabla 35-8:</b>	Capital de Trabajo .....	66
<b>Tabla 36-8:</b>	Inversión Inicial.....	67
<b>Tabla 37-4:</b>	Inversión del Capital.....	67
<b>Tabla 38-4:</b>	Tabla de Amortización.....	68
<b>Tabla 39-4:</b>	Cuadro de depreciación.....	68
<b>Tabla 40-4:</b>	Cuadro de Amortización.....	68
<b>Tabla 41-4:</b>	Costo del Producto.....	69
<b>Tabla 42-4:</b>	Materia Pima.....	71
<b>Tabla 43-4:</b>	Salarios Empleados.....	72
<b>Tabla 44-4:</b>	Cuadro de Provisiones .....	72
<b>Tabla 45-4:</b>	Costo de Producción .....	73
<b>Tabla 46-4:</b>	Ingresos.....	73
<b>Tabla 47-4:</b>	Costos fijos proyectados .....	74
<b>Tabla 48-4:</b>	Costos variables proyectados .....	74
<b>Tabla 49-4:</b>	Balance General Proyectado.....	75
<b>Tabla 50-4:</b>	Estado de resultado proyectado.....	76
<b>Tabla 51-4:</b>	Flujo del efectivo .....	77
<b>Tabla 52-4:</b>	Cuadro VAN.....	78
<b>Tabla 53-4:</b>	Tasa Interna de retorno .....	79

<b>Tabla 54-4:</b>	Periodo de recuperación.....	80
<b>Tabla 55-4:</b>	Beneficio Costo .....	80
<b>Tabla 56-4</b>	Punto de Equilibrio.....	81

## ÌNDICES DE GRAFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b>	Edad.....	25
<b>Gráfico 2-3:</b>	Genero.....	26
<b>Gráfico 3-3:</b>	Pregunta 1.....	27
<b>Gráfico 4-3:</b>	Pregunta 2.....	28
<b>Gráfico 5-3:</b>	Pregunta 3.....	29
<b>Gráfico 6-3:</b>	Pregunta 4.....	30
<b>Gráfico 7-3:</b>	Pregunta 5.....	31
<b>Gráfico 8-3:</b>	Pregunta 6.....	32
<b>Gráfico 9-3:</b>	Pregunta 7.....	33
<b>Gráfico 10-3:</b>	Pregunta 8.....	34
<b>Gráfico 11-3:</b>	Pregunta 9.....	35
<b>Gráfico 12-3:</b>	Pregunta 10.....	36
<b>Gráfico 13-3:</b>	Pregunta 11.....	37
<b>Gráfico 14-3:</b>	Pregunta 12.....	38



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-1:</b>	Diagrama.....	13
<b>Ilustración 2-4:</b>	Logotipo.....	41
<b>Ilustración 4-4:</b>	Productos de la cafetería .....	50
<b>Ilustración 5-4:</b>	Productos de la cafetería .....	51
<b>Ilustración 6-4:</b>	Macro localización.....	52
<b>Ilustración 7-4:</b>	Micro localización.....	53
<b>Ilustración 8-4:</b>	Flujograma de procesos.....	54
<b>Ilustración 9-4:</b>	Flujograma de procesos.....	55
<b>Ilustración 10-4:</b>	Infraestructura del negocio.....	58

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

- ANEXO A:** ENCUESTA
- ANEXO B:** ENTREVISTAS
- ANEXO C:** TABLA DE AMORTIZACIÓN

## RESUMEN

El presente proyecto busco medir la factibilidad para la creación de una nueva cafetería temática “Coffee Express” en la ciudad de Guaranda provincia de Bolívar con el fin de mejorar la actividad económica y generar nuevas fuentes de empleo en la ciudad. Mediante un estudio de mercado para lo cual se aplicó encuestas a la población de la ciudad de Guaranda se pudo determinar ciertos puntos como, los gustos, preferencias, el grado de aceptación, además se logró determinar la demanda y oferta del proyecto de investigación. La cafetería temática “Coffee Express” es una propuesta innovadora que desea marcar la diferencia con las demás cafeterías actuales en la ciudad, porque pretende ofrecer un servicio rápido sin perder la calidad del producto, este también ofrecerá un establecimiento acogedor donde los clientes podrán disfrutar de un buen ambiente en compañía ya sea de su pareja familia o amigos, degustando de un buen café, y una gana de productos a la carta que serán de buena calidad. Posteriormente se llevó acabo el estudio técnico, legal, administrativo y financiero para determinar la inversión inicial la cual permitió realizar la evaluación financiera dando un valor actual neto (VAN) positivo de \$57.167,12, un tasa de retorno (TIR) del 47% y un beneficio costo de (B/C) es de 1,48 con un periodo de recuperación de 1 año finalmente se calculó el punto de equilibrio del proyecto donde dio un resultado de \$ 55.455,68, según los datos obtenidos se puede determinar que el proyecto de la nueva cafetería es factible, porque se determinó un alto porcentaje de aceptabilidad por parte de los encuestados. Se recomienda poner en marcha el proyecto, porque se ha observado que, si tiene acogida en el mercado, y se observa que si existe buenos resultados en el trabajo de investigación que se realizó.

**Palabras clave:** <PROYECTO>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD >, < EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, < ESTUDIO DE FINANCIERO>, <ESTUDIO TECNICO >, < CAFETERIA>, < INVESTIGACION>.



Firmado electrónicamente por:  
**JHONATAN  
RODRIGO  
PARREÑO  
UQUILLAS**



09-11-2021

2067-DBRA-UTP-2021

## ABSTRACT

The present study pretends to measure the feasibility to create a new thematic cafeteria called "Coffee Express" located in Guaranda city, province of Bolívar in order to improve the economic activity and generate new jobs in the city. Through a market study for which surveys were applied to the population of Guaranda city, it was possible to determine certain aspects such as tastes, preferences, the degree of acceptance. In addition, it was possible to determine the demand and supply of the study. The thematic cafeteria called "Coffee Express" constitutes an innovative project that pretends to make a difference with other cafeterias around the city as it aims to offer a fast service without losing the quality of the product. The cafeteria will also offer a warm place where customers may be able to enjoy a comfortable atmosphere in company of a partner, family or friends, tasting a good coffee, and a variety of quality products. After that, a technical, legal, administrative and financial study was developed to determine the initial investment which allowed to carry out the financial evaluation with a positive net present value (NPV) of \$ 57,167.12, a rate of return (IRR) of 47% and a cost benefit of (C / B) 1.48 with a payback period of a year. Finally, the balance point of the project was calculated with a result of \$ 55,455.68. According to the data obtained, it can be determined that the study to run a new cafetería is feasible as a high percentage of acceptability was determined by the respondents. It is recommended to start the project, as it has been observed that it was approved by the market along with positive results shown in this study.

Keywords: <PROJECT>,<FEASIBILITY STUDY>, <ENTREPRENEURSHIP>,  
<MARKET STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <TECHNICAL STUDY>,  
<CAFETERIA>,<INVESTIGATION>.

LUIS  
FERNANDO  
BARRIGA FRAY

Firmado digitalmente  
por LUIS FERNANDO  
BARRIGA FRAY  
Fecha: 2021.11.10  
13:33:49 -05'00'

## **INTRODUCCION**

El presente trabajo de investigación busca medir la factibilidad de la creación de una nueva cafetería en la ciudad de Guaranda, esta idea de negocio surge con el objetivo de mejorar la economía en la ciudad y generar nuevas fuentes de empleos, la nueva cafetería pretende ofrecer un servicio rápido sin perder la calidad del producto y propone ofrecer un establecimiento cómodo, acogedor para que el cliente se sienta a gusto y pueda pasar un buen tiempo acompañado de sus amigos, familiares.

Esta investigación se ha dividido en cuatro capítulos que nos ayudado a conocer y estudiar mejor el tema Capítulo I planteamiento del problema, en primer lugar, se identificó la necesidad en la investigación para así buscar la solución, dentro de este capítulo también se propuso los objetivos principales del estudio.

Capitulo II Marco referencial dentro de este capítulo se encuentra recopilado los antecedentes del tema de investigación, conceptos generales que ayudaron a conocer y fundamentar mejor la hipótesis.

Capitulo III está basado en la metodología implementada en la investigación, como las técnicas y procedimientos que se va a utilizar posteriormente, se pretende determinar nuestra población que será encuestada para conocer más a fondo los gustos y preferencia de los consumidores.

Capitulo IV Marco propositivo, se realizó toda la propuesta sobre el proyecto, tanto técnico el administrativo y el financiero, donde se conoció a fondo el manejo administrativo, la inversión inicial y la constitución del proyecto, gracias al estudio financiero se pudo verificar la viabilidad del proyecto a través de los estudios contables.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

En los últimos años en el Ecuador se ha incrementado la creación de microempresas como una alternativa al desempleo existente, por lo que se ha observado una tasa de actividad emprendedora (TEA) de 33,6%, de ese porcentaje, el 25,9% correspondió a negocios nacientes y un 9,8% a negocios nuevos, el emprendedor ha optado por la instauración de establecimientos de alimentos y bebidas.

La cultura cafetera durante años se ha ido introduciendo cada vez más en Ecuador, tanto así que en los últimos cinco años este mercado creció un 58% en valor, alcanzando en 2019 ventas por US\$ 47 millones, si bien es cierto la cifra de consumo de café ha aumentado en un 15,1% lo que significa que las personas al menos toman una taza de café diaria, Este aumento se debe principalmente a los efectos que posee esta bebida caliente para quien lo consume, ya sea por el sabor, aroma, temperatura y capacidad para mantener alerta los sentidos (*Romero, 2019*).

Las cafeterías se han convertido en un negocio rentable en el marco de servicios alimenticios, ya que el café se ha considerado como un producto básico en el consumo personal, las cafeterías son lugares tradicionales pequeños que pueden ofrecer un ambiente cálido y acogedor a sus clientes que quieren disfrutar de un buen tiempo con su familia, amigos o simplemente, de quienes quieran degustar de un buen producto.

La ciudad de Guaranda se conoce como la “Ciudad de las Siete Colinas” por estar rodeada de siete colinas, y según el INEC se compone de 45.000 habitantes aproximadamente (zona urbana), en todo el Cantón la población llega a alrededor de 91.877 habitantes. (*INEC, 2019*).

En la actualidad en la ciudad de Guaranda se ha logrado identificar que el 80% prefiere bebidas como el café, por la misma razón el incremento de la demanda de estos productos ha sido notoria, Según el GAD Municipal de la ciudad de Guaranda existen 20 bares reconocidos entre los cuales se ofrecen servicios de cafeterías, heladerías, pizzerías y locales de comida. (*tripadvisor, 2020*). Sin embargo, se ha logrado identificar la ausencia de este tipo de establecimientos, en ciertos sectores de la ciudad, en este caso se ha tomado como un punto estratégico el sector del terminal de Guaranda en la Av. Eliza Mariño de Carvajal y Homero Vásconez que durante años se ha visto

con la necesidad de un lugar cómodo y acogedor y que satisfaga esta necesidad alimenticia.

Mediante del proyecto de factibilidad se plantea la creación de la cafetería “COFFEE EXPRESS” tiene como objetivo reactivar el crecimiento económico en la ciudad, de la misma forma busca generar fuentes de empleo para los ciudadanos Guarandinos, y se espera satisfacer la necesidad del consumidor no solo por la calidad del producto, si no por ofrecer un servicio y un ambiente acogedor en el cual el cliente se sienta como estar en casa y por un precio competitivo, aportando además al consumo interno de los productos nacionales en el país como el café y todos aquellos productos que puedan ofrecerse a base de éste, y se espera ofrecer una carta de productos que llamen la atención al cliente los cuales se puede degustar en cualquier día del año convirtiéndose en una de las principales diferenciaciones de las demás cafeterías existentes en el mercado.

Durante los últimos años los propietarios de establecimientos como restaurantes y cafeterías se vieron obligados a cerrar sus puertas debido a la pandemia del COVID 19, La reactivación de la económica durante la parálisis de la actividad comercial fue algo duro pero obligo a que se busquen nuevas estrategias de comercialización para ofrecer un buen servicio, sin poner en riesgo la salud de los clientes y con un distanciamiento social es por ello que los cocineros y meseros estarán equipados con caretas transparente y guantes para servir los platos, el establecimiento contara con un aforo de 30 personas máximo de ingreso con su debido distanciamiento para evitar contagios, y la cafetería ofrecerá servicios a domicilio para que los clientes puedan disfrutar el producto sin tener que ir al establecimiento.

## **1.2 Formulación del problema**

¿De qué manera incide la creación de una cafetería en el crecimiento económico de la ciudad e Guaranda?

## **1.3 Sistematización del problema**

¿Cuál es el tamaño optimo y proceso productivo del proyecto?

¿Cuáles son las normativas legales y administrativas para la constitución de la empresa?

¿Cuál es la inversión requerida para el correcto funcionamiento del proyecto de la cafetería?

## **1.4. Objetivos**

### ***1.4.1 General***

Desarrollar un proyecto de factibilidad a través del estudio de mercado, que determine la factibilidad para la creación de una cafetería temática “Coffee Express” en la ciudad de Guaranda.

### ***1.4.2 Específicos***

- Elaborar un marco teórico referencial mediante la revisión bibliográfica que sustente el presente trabajo de investigación.
- Desarrollar un estudio de mercado, administrativo Técnico y Económico financiero, mediante el análisis de la información disponible con la finalidad de evaluar la viabilidad del proyecto.
- Elaborar el proyecto de factibilidad desarrollando las fases identificadas bibliográficamente para determinar su viabilidad y factibilidad técnica, y financiera.

## **1.5 Justificación**

### ***1.5.1 Justificación teórica***

El proyecto está basado en elaborar un marco teórico referencial para sustentar el presente trabajo de investigación, a través de libros, y trabajos investigativos, con la finalidad de tener una visión más clara y definida de los verdaderos intereses y necesidad que se quiere satisfacer, este ayudará al estudio de factibilidad, para analizar si este será o no factible.

La elaboración del presente proyecto investigativo es importante para la instalación de una cafetería que tendrá lugar en la ciudad de Guaranda en la Av. Eliza Mariño de Carvajal frente al Terminal. En primer lugar, se plantea identificar que es un proyecto y cuál es su ciclo, esta es una herramienta que ayudara a prevenir las deficiencias o problemas antes de que sucedan en un tiempo real, para que de esta manera se pueda tener una mayor seguridad al momento de tomar una decisión.

### ***1.5.2 Justificación metodológica***

En el proyecto de factibilidad se determinará los métodos que se ocuparán en la justificación metodológica, como deductivo, inductivo y analítico los cuales nos permitirán analizar las áreas importantes, con el propósito de identificar el problema. Se emplearán diferentes metodologías



de investigación como técnicas de observación, investigación de campo, instrumentos como encuestas, fuentes teóricas, revisión de datos estadísticos e históricos, para alcanzar el objetivo del proyecto de investigación.

Se planea utilizar ciertas herramientas como la observación ya que mediante esta técnica se podrá exponer el comportamiento, la conducta de los clientes; de la misma manera se utilizara encuestas personalizadas, a las familias de la ciudad, transeúntes y a las personas que acuden con frecuencia al terminal, esperando obtener información si la cafetería será o no rentable en ese lugar ya determinado, también se podría conocer a través de los gustos y preferencias cuales son los productos más demandados, y a su vez se podrá determinar cuáles son los costos que estarían dispuestos a pagar los clientes por adquirir un producto acompañado de una buena atención.

### ***1.5.3 Justificación práctica***

El proyecto de la creación de una cafetería tiene como objetivo ayudar al crecimiento económico, generar empleo y satisfacer las necesidades alimenticias de la población de Guaranda, COFFEE EXPRESS ofrecerá una variedad de productos, el cual consistirá en añadir café pasado nacional y bocaditos de exquisitos sabores de diferentes presentaciones, bebidas calientes y frías, con los más altos estándares de sabor y calidad que ninguna otra cafetería podría proporcionar.

Se contará con proveedores nacionales que proporcionen los insumos para la preparación de los productos. Estos proveedores serán seleccionados de acuerdo con las necesidades de calidad y precio, además se contará con el servicio de Coffe móvil que consistirá que los productos serán llevados a cualquier lugar donde el consumidor desee, A través de la realización del proyecto de factibilidad se busca obtener mayor eficacia al momento que los clientes necesiten consumir los productos ofertados en la cafetería, logrando que el cliente se sienta satisfecho en todo momento.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO DE REFERENCIA

#### 2.1 Antecedentes de Investigación

Las siguientes investigaciones están relacionadas con el tema del presente proyecto de factibilidad, se puede mencionar a los siguientes:

##### ANTECEDENTE 1

**Título:** Estudio De Factibilidad Para La Creación De La Cafetería “Temática Cupcakes” En La Ciudad De Alausí, Provincia De Chimborazo.

**Autor:** Taco Allaica Gloria Emperatriz

**Universidad:** Escuela Superior Politécnica De Chimborazo

##### Resumen

En el siguiente proyecto busco medir la factibilidad de introducir una nueva cafetería “Temática Cupcakes” en el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo con el fin de generar nuevas fuentes de empleo. Mediante un estudio de mercado, para lo cual se aplicó encuestas a la población de la ciudad del Alausí, se pudo determinar la demanda, oferta y nivel de aceptación del proyecto, a través de estudios que permita conocer los gusto y preferencias de las personas que conforman el mercado objetivo. será una propuesta diferente en comparación a las cafeterías actuales, ya que ofrecerá un ambiente acogedor y cálido, donde los clientes podrán disfrutar en familia, amigos y deleitarse de un exquisito café, como si en realidad estuvieran en su casa. Se llevó a cabo el estudio técnico legal, administrativo y económico, para determinar la inversión inicial la cual nos permitió realizar la evaluación financiera, un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$ 10.592,90, una Tasa de Retorno (TIR) del 43% y Beneficio Costo (B/C) es de \$ 1,35 con un periodo de recuperación de 2 años 8 mese 6 días y el punto de equilibrio del proyecto será de \$ 23.567,90. Se puede establecer que este proyecto es factible, porque se determinó un alto porcentaje de aceptabilidad por parte de los encuestados .Se recomienda que se implemente el proyecto por la razón que si tiene acogida en el mercado y se observa que si existe buenos resultados obtenidos

durante el trabajo de investigación que se realizó. (*Taco Allaica, 2020*).

## **ANTECEDENTE 2**

**Título:** Proyecto De Factibilidad Para La Implementación De Una Cafetería Que Expenda Productos De Repostería Bajos En Calorías, En La Ciudad De Quito, Sector La Ronda

**Autor:** Nathaly Johanna Ordóñez Arcos

**Universidad:** Universidad Central Del Ecuador

### **Resumen**

Mediante la Implantación de una Cafetería que expendan productos de repostería bajos en calorías, en el sector La Ronda de la ciudad de Quito, las personas que sufren de diabetes y público en general, se deleitarán de un producto saludable que no perjudica a su salud, puesto que en la actualidad existe un alto porcentaje de personas que sufren de dicha enfermedad, por consumir productos con alto contenido de calorías. A través del estudio de mercado realizado en el centro histórico de la ciudad de Quito específicamente en el Sector La Ronda, se constató que no existen Cafeterías que expendan postres bajos en calorías; es por esta razón que se pretende brindar un producto nutricional que contribuya con la salud de nuestros clientes. Otro aspecto muy importante y fundamental de implementar esta empresa es la creación de fuentes de trabajo. Para brindar un buen servicio y un producto de alta calidad es necesario contar con la infraestructura adecuada en función de las necesidades que la cafetería tenga, enfocándonos en la mano de obra, materiales, tecnología, entre otros, que son indispensables para alcanzar los objetivos de esta; de igual manera para conseguir todo lo antes mencionado. (*Ordóñez Arcos, 2016*).

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Proyecto**

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados, es de gran importancia porque permite organizar el trabajo (*Thompson Baldiviezo, 2018*).

Un proyecto se define como planificación y un conjunto de actividades que se encuentran coordinadas con el objetivo de alcanzar un resultado ya planteado, como por ejemplo al iniciar un emprendimiento, satisfacer una necesidad, etc. es donde se busca los recursos necesarios para

poder cubrir aquellas necesidades. (Raffino M. E., 2018).

### **2.2.3 Importancia de un Proyecto**

Un proyecto es importante porque nos permite analizar los datos antes de poner en marcha lo planeado para no tener dificultades a futuro es por ello que primero se verifica la inversión de un proyecto, haciendo el estudio técnico, seguido por la evaluación económica-financiera para determinar la viabilidad y rentabilidad, y con el objetivo de mitigar el riesgo. (Sapag N. , 2017).

### **2.2.4 Tipos de Proyectos**

Cuando se habla de proyecto siempre es necesario especificar algo más que permita encuadrar el área o sector donde sus competencias se desarrollarán. Existen muchos tipos de proyectos, pero los más comunes son:

#### **2.2.4.1 Según el grado de dificultad que entraña su consecución:**

- **Proyectos simples:** son proyectos que no tiene mucha complejidad
- **Proyectos complejos:** Son investigaciones que requieren de más trabajo y esfuerzo.

#### **2.2.4.2 Según la procedencia del capital**

- **Proyectos públicos:** son proyectos que son financiados por los fondos públicos.
- **Proyectos privados:** Son proyectos con un capital propio
- **Proyecto mixto:** son proyectos que pueden ser financiados con fondos públicos o con fondos privados.

#### **2.2.4.3 Según el grado de experimentación del proyecto y sus objetivos:**

- **Proyectos experimentales:** son proyectos que exploran arias de campos
- **Proyectos normalizados:** son proyectos que tienen fijados sus normas y laboran en función de ellas.

#### 2.2.4.4 Según su orientación:

- **Proyectos productivos:** son proyectos que promueven producción de bienes y servicios
- **Proyectos educativos:** se focalizan en el área de la educación, cualquiera que sea el nivel de enseñanza, por ejemplo, una de las escuelas bilingües en comunidades
- **Proyectos comunitarios:** son similares a los proyectos sociales, con la única diferencia de que las personas beneficiadas tienen un papel activo durante la ejecución.
- **Proyectos de investigación:** todo aquel que disponga de medios a grupos de trabajo focalizados en la indagación y análisis de áreas o campos específicos. (Raffino M. , 2020).

#### 2.2.5 Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es un plan donde se asigna un capital, materia prima, maquinaria, insumos, con el fin de producir un bien o un servicio útil para el ser humano o para la sociedad de manera eficiente, segura, y rentable por lo que primero tenemos que estudiar el proyecto para ver si va a ser o no rentable, es recomendable tomar en cuenta los siguientes puntos.

- **Análisis viabilidad:** estudio preliminar marco general del proyecto
- **Estudio de prefactibilidad:** a partir de una idea casi definida de lo que será el proyecto y todas sus características
- **Estudio de factibilidad:** Es un proyecto ejecutivo de realización que incluye un análisis a detalle de este. (Vargas, 2016).

#### 2.2.6 Ciclo de un Proyecto

**La pre-inversión:** son los estudios que determina si el proyecto será viable comprendida por: la idea, el perfil y el estudio de factibilidad.

**Inversión:** etapa donde involucra los recursos tanto humanos como financieros y técnicos para ejecutar el proyecto

**La ejecución,** la fase que se compone de administración, gerenciamiento y evaluación de las acciones que se ejecutan. (Pion, 2016).

#### 2.2.7 Factibilidad

El estudio de factibilidad es un elemento que nos ayuda a tomar mejores decisiones a través de su evaluación, donde se estudia ciertos instrumentos como los financieros con el fin de medir las

posibilidades de éxito o fracaso que va a tener un proyecto de inversión de esta manera, nosotros somos quienes tomamos la decisión, si se procede o no en marcha el negocio. (Mejia, 2018).

#### 2.2.7.1 *Proyecto de Factibilidad*

El proyecto de factibilidad tiene como finalidad generar propuestas de un producto o servicio con ciertos recursos, con el objetivo de satisfacer las necesidades de una persona o de la sociedad en general (Dubs de Moya, 2016).

#### 2.2.7.2 *Etapas de un proyecto de factibilidad*

Según (Córdoba, 2006) las etapas de un proyecto de factibilidad son las siguientes:

- **Estudio de Mercado.** - Es el puntomás importante porque permite conocer los competidores y los posibles clientes
- **Estudio Técnico.** – Tiene como objetivo determinar el capital de trabajo, los recursos y costos necesarios para el proyecto
- **Estudio Financiero.** - Tiene como finalidad evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto

#### 2.2.8 *Estudio de Mercado*

El estudio de mercado es muy importante dentro de un proyecto ya que nos permite conocer cuál va a ser nuestra demanda y oferta además nos permite recopilar datos para ver si un proyecto va a hacer aceptado por la población, dentro de este estudio entra el análisis técnico, administrativo, y el análisis económico, financiero (Nuño, 2017).

##### 2.2.8.1 *Objetivos del Estudio de Mercado*

- Estudiar la demanda insatisfecha en el mercado
- Identificar las necesidades de los consumidores
- Conocer los competidores y los canales de comercialización
- Evaluar la cantidad de bienes y servicios que adquiere la población
- Verificar la viabilidad, para aceptar o rechazar el proyecto. (Nuño, 2017).

#### 2.2.8.2 *Investigación de Mercado*

El estudio de mercado es un instrumento que se utiliza para recolectar información con el fin de ayudar a los inversionistas, y emprendedores a tomar mejores decisiones a través de elementos que nos ayuda a conocer mejor a la población de estudio, como entrevistas y encuestas este nos permitirá conocer cuáles van a hacer sus gustos y preferencias. (Nuño, 2017).

Dentro del estudio de mercado también entra los elementos de la oferta y demanda que nos permitirá determinar si la cafetería en la ciudad va a hacer aceptada o no.

#### 2.2.8.3 *Identificación de los productos y/o servicios*

Para ofertar un producto primero se debe conocer que necesidades se espera satisfacer, y estudiar si el mercado va a estar dispuesto a adquirir aquellos productos, y también que beneficios vamos a brindar a nuestros consumidores. (Nuño, 2017).

#### 2.2.8.4 *Análisis de la Oferta*

“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o u servicio” (Baca, 2010).

El análisis de la oferta ayudará a determinar la cantidad de productos que se podrán ofrecer en el mercado, depende la población si desean o no consumir el bien o servicio que se oferta dependiendo de eso se calculara la oferta.

#### 2.2.8.5 *Análisis de la Demanda*

La demanda es un cierto número de productos que los demandantes están en condición de adquirirle en el mercado a un precio específico con el fin de satisfacer una necesidad. (Morales & Morales, 2017).

La demanda se considera las siguientes variables que son:

- Ingresos de los demandantes
- Cantidad de demandantes
- Precio de los bienes complementarios

- Precio de bienes sustitutos
- Gustos y preferencias (*Sapag & Sapag, 2008*).

#### 2.2.8.6 *Demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha se determina cuando la demanda por los consumidores es mayor que lo ofertado por los oferentes, es decir, es donde el conjunto de establecimientos o parte de una población no tienen acceso al bien o servicio que solicitan. La propuesta cubrirá una porción de mercado identificada (*Andía, 2018*).

#### 2.2.8.7 *Análisis de Precios*

El precio es el valor de los productos o servicios expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que se relaciona la calidad del producto con el valor (*Morales & Morales, 2017*).

Establecer precios que estén al alcance de cada uno de los consumidores, de tal manera que decidan adquirir los productos.

### 2.2.9 *Estudio Técnico*

El estudio técnico ayuda a determinar algunos escenarios, como la mano de obra, la maquinaria, los insumos que se van a utilizar, para la producción del bien o servicio que se va a ofertar, de la misma manera también muestran otros factores como el tamaño, la localización e ingeniería de la planta. (*Sapag N. , 2017*).

#### 2.2.9.1 *Componentes del Estudio Técnico*

- **Localización del proyecto:** mediante un estudio técnico para establecer la dimensión de la planta y el lugar adecuado para la comercialización o producción
- **Tamaño del proyecto:** clasifica la capacidad de producción y la demanda
- **Procesos administrativos:** hace referencia a las actividades del proyecto. (*Sapag N. , 2017*).

#### 2.2.9.2 *Diagrama de flujos*

El diagrama de flujo es un instrumento que ayuda a representar las actividades, paso a paso, estas



formas van conectados y nos indican un proceso.

SÍMBOLO	NOMBRE	FUNCION
	Inicio/ Fin	Representa El Inicio Y El Fin De Un Proceso
	Línea De Flujo	Indica El Orden De La Ejecución De Las Operaciones
	Entrada/Salida	Representa La Lectura De Los Datos
	Proceso	Representa Cualquier Tipo De Operación
	Decisión	Representa La Decisión Al Análisis

*Ilustración 1-1: Diagrama*

**Elaborado por:** (Raffino M. , 2018)

#### 2.2.9.3 Ingeniería del Proyecto

“Se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, cuando esta se requiere; sin embargo, también se aplica a las instalaciones necesarias para la generación de servicios que produce el proyecto de inversión” (Morales & Morales, 2017).

Mediante la ingeniería del proyecto se podrá establecer cuáles son los recursos necesarios para la operación del negocio, ya sea en maquinaria, insumos, suministros, etc.

#### 2.2.9.4 Estudio Legal.

Es significativo estudiar los aspectos legales para la formalización de una organización, los cuales incluye los factores económicos y operativos (Sapag N. , 2011).

Es muy importante que todas las personas conozcan las leyes, reglamentos que serán utilizados para la implementación y funcionamiento de un negocio.

#### 2.2.9.5 Estudio Administrativo

Definición de la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación. (Fernández, 2016).

### **2.2.10. Organización Del Proyecto.**

Un proyecto tiene ciertos esquemas de jerarquía, obligaciones, y funciones estos factores son importantes dentro de un negocio porque ayuda a delegar ciertas funciones para desempeñar mejor en los puestos y lograr un desempeño eficaz y eficiente. (Sapag N. , 2017).

#### **2.2.10.1 Organigrama Estructural**

Es muy importante que dentro de una empresa cuenta con un organigrama porque ayudara a determinar que función va a cumplir cada empleado de la empresa, Es la representación gráfica la señala los distintos cargos que existen en la empresa (Sapag N. , 2017).

### **2.2.11 Estudio Financiero**

El estudio financiero nos ayuda a obtener información acerca de las cantidades, de ingreso y gastos que va a generar la empresa, pero también ayuda a identifica el monto de inversión del proyecto (Borja, 2018 ).

#### **2.2.11.1 Segmentos del estudio financiero**

Para realizar un segmento financiero debemos realizar un presupuesto financiero donde podamos verificar el periodo de recuperación, el TIR y el VAN este nos ayudara a conocer de una manera más segura si la empresa va a correr riesgo o va a ser rentable. (Borja, 2018 ).

#### **2.2.11.2 Inversión de proyecto**

Dentro de la inversión del proyecto entra todo lo que se necesita para operar en este caso todo considerado gasto, el mismo que ayuda a generar e iniciar el proyecto, se necesita conocer lo que se va a necesitar y cuál va a hacer su vida útil. (Borja, 2018 ).

#### **1.2.11.3 Estudio de ingresos**

Los ingresos van dentro de un estado de resultado, y lo podemos conocer por las ventas generadas de los bienes y servicios en un periodo o año determinado, este nos ayuda a saber si hay ganancia

o no para la empresa. (Lara, 2017).

### **2.2.12 Estados Financieros**

El estudio financiero dentro de un proyecto es importante porque tiene la finalidad de demostrar la viabilidad y rentabilidad del proyecto además ayuda a determinar el costo que se incurre en el proceso de operación y conocer cuál es el monto del recurso necesario para que el proyecto de ejecute (Ávila, 2018).

#### **2.2.12.1 Balance General**

El balance general o estado de situación inicial es un reporte financiero que nos ayuda a conocer el estado financiero en una fecha determinada. El Balance General está compuesto por los activos, pasivos y el patrimonio, dicho reporte por lo general se realiza al finalizar el ejercicio de la empresa de manera anual, o periódicamente para un mejor seguimiento (Ávila, 2018).

#### **2.2.12.2 Estado De Resultados.**

Se presenta información financiera que los ingresos se deducen los costos y gastos, y finalmente obtiene las utilidades o pérdidas del ejercicio como el monto de los impuestos y participación de los trabajadores que corresponde a un periodo determinado (Morales & Morales, 2017).

#### **2.2.12.3 Flujo De Efectivo**

La información generada por este estado permite a los usuarios estados financieros evaluar la capacidad que tienen las empresas para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez. Logrando tomar decisiones más razonables y mejores. (Vargas, 2016).

### **2.2.13 Evaluación Financiera**

La herramienta de la evaluación financiera ayuda a determinar la viabilidad, y el rendimiento aceptado y la vida útil que genera el proyecto de inversión, es instrumento que permite valorar y comparar entre si los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas del proyecto de inversión ayuda a tomar mejores decisiones. (Morales & Morales, 2017).

### 2.2.13.1 punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina el grado de rentabilidad en un punto exacto, es decir ayuda a conocer el nivel de ventas mínimo y es donde se iguala los costes de los ingresos totales esta herramienta es muy importante por ayuda a no tener pérdidas. (Morales & Morales, 2017).

### 2.2.13.2 Valor Actual Neto

VAN conocido como el valor neto actual determina los flujos de efectivos netos de una investigación o propuesta, los flujos netos lo obtenemos de la diferencia entre los ingresos y los egresos, pero antes de ello se necesita calcular el flujo de efectivo actualizado que se obtiene a través de una tasa de descuento partiendo de este método esta herramienta ayuda a determinar la rentabilidad del proyecto y cuando se va a recuperar la inversión.

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{F_n}{(1+r)^n} + I_0$$

**Fin:** El flujo neto de un periodo

**i:** tasa de oportunidad/alternativa

**n:** periodo de vida útil del proyecto

**I:** Inversión inicial (Roberto, 2016).

### 2.2.13.3 Tasa Interna De Retorno

La tasa de retorno un instrumento que ayuda a determinar un valor presente de rentabilidad del proyecto se obtiene del valor de los ingresos con el valor de los egresos y la tasa que se utiliza en el valor neto actual hace que sea igual a 0. (Roberto, 2016).

$$TIR = \sum_{t=0}^{\infty} \left( \frac{F_n}{(1+i)^n} \right) = 0$$

- **Fn:** es el flujo de caja de un periodo
- **N:** muestra el periodo del proyecto

- **I:** cantidad de inversión.

#### 2.2.13.4 Relación Beneficio Costo

La relación del beneficio costo se obtiene al dividir el valor actualizado de beneficio y entre el valor actualizado de la corriente de los costos este da un valor de una tasa actualizada esta ayuda a conocer cuanto vamos a tener de rentabilidad durante nuestra operación. (Rucoba & Luján, 2018).

$$RBC = \frac{\sum \frac{I_n}{(1+i)^n}}{\sum \frac{E_n}{(1+i)^n}}$$

$$RBC = \frac{VAN \text{ Ingresos } (i)}{VAN \text{ Egresos } (i)}$$

- Si dentro del análisis la relación beneficio costo es mayor a 1 quiere decir que es rentable
- Si en la relación beneficio costo es igual o menor que 1 quiere decir que este no es rentable
- Para realizar un mejor análisis, se debe tener un conocimiento de mercado
- 

#### 2.2.13.5 Periodo De Recuperación De La Inversión

Esta es una herramienta que ayuda a medir el tiempo de recuperación de la inversión con exactitud, determinando los años, meses y los días este resultado se obtiene con la siguiente formula. (Córdoba, 2017).

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos Promedios}}$$

## 2.3 Marco Conceptual

### 2.3.1 Competencia

La competencia hace referencia a una rivalidad donde se busca ser mejores, a través de estrategias que se plantea con el objetivo de incrementar ganancias y para alcanzar un objetivo que es ser mejor. (García, 2017).

### **2.1.1 Desempleo**

El desempleo es la falta de empleo, es una persona que esta desocupada y no tiene un salario con que sustentarse en la actualidad se ve a muchas personas desempleadas que puede generar preocupación ya que no hay con que pueda llevar el pan a la mesa. (Lora, 2018).

### **2.1.2 Emprendimiento**

Emprendimiento es un negocio que nace en el pensamiento de una persona visionaria ya que no todas las personas son capaces de lanzarse a lo desconocido, emprender es la persona que tiene nuevos proyectos nuevas metas en busca de generar una rentabilidad para sí mismo y para los demás. (Valencia, 2016).

### **2.1.3 Economía**

La economía es una ciencia que se encarga de estudiar cómo se mueven los recursos económicos y como se puede satisfacer necesidades de una población, es importante porque nos ayuda a conocer cómo se manejan y como se administran los recursos disponibles. (Sevilla A. , 2016).

### **2.1.4 Finanzas**

Las finanzas es la ciencia que tiene que ver con las matemáticas, estudian los recursos como se obtienen como se gastan, como se invierte y como se genera rentabilidad y brinda herramientas para manejar de una manera correcta los recursos de una persona o empresa. (Farfán Peña, 2014).

### **2.1.5 Mercado**

El mercado se puede conocer como el grupo de personas que están interesados en un producto y en su consumo por otra parte también se conoce a los vendedores que ofrecen los bienes y servicios generando una acción de intercambio. (Quiroa, 2015).

### **2.1.6 Necesidad**

Se conoce con la palabra necesidad a la sensación de carencia y que se espera ser cubierta

desesperadamente y cuando es cubierta genera una satisfacción por lo general los seres humanos tenemos muchas necesidades que con la inteligencia humana que son cubiertas. (*Ucha, 2018*).

### **2.1.7 Producto**

El producto es el objeto que se ofrece dentro del mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los seres humanos de una sociedad una vez que el producto es ofrecido se espera que sea adquirido por los consumidores. (*Pérez, 2009*).

### **2.1.8 Innovador**

La palabra innovación se refiere a la aplicación de nuevas ideas, ya sea en productos, servicios con el objetivo de generar un incremento de la productividad y competitividad, es bueno porque nos ayuda a que se puedan introducir los productos al mercado para así generar una rentabilidad propia y a los demás. (*García Gonzalez, 2012*).

### **2.1.9 Rentabilidad**

La rentabilidad es un beneficio que una empresa va a tener, una empresa podrá medir su eficiencia y como mejorarla de esta manera también se podrá corregir si tiene alguna falencia para que la empresa pueda seguir operando. (*Sanchez, 2004*).

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de investigación

##### 3.1.1 *Enfoque mixto*

El enfoque mixto permite conocer los enfoques desde el punto de vista de las dos cualidades, cualitativa y cuantitativa la combinación de estos dos puntos permite obtener mejores resultados dentro de la investigación que se realice. (Ruiz Medina, 2013)

En el trabajo de investigación se utilizará el enfoque mixto ya que este proceso analiza, recolecta y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, el método cualitativo se utilizará al momento de la recopilación de la información porque este enfoque ayuda a lograr una comprensión más profunda del tema a estudiar desde las fuentes metodológicas por otra parte el enfoque cuantitativo se efectuará en la interpretación de los datos para lograr conocer si este proyecto va a ser factible.

#### 3.2. Nivel de Investigación

**3.2.1. *Investigación Exploratorio:*** Dentro de la esta investigación se plantea el tema y el objeto que todavía no ha sido estudiado, de esta manera se conocerá mejor que es lo que se quiere cubrir con la investigación ya planteada (Arias, 2017).

Esta investigación se trata de una exploración o primer acercamiento que permite que investigaciones posteriores puedan dirigirse a un análisis de la temática tratada. Es por ello por lo que a través de la observación se determinará el problema existente dentro del sector con el fin de conocer a profundidad cuáles son las necesidades que se van a satisfacer con este proyecto de factibilidad.

**3.2.2. *Investigación Descriptivo:*** Consiste cocer mejor los hechos, fenómenos y individuos con el objetivo de lograr mejores conocimientos del tema, al fin de establecer su estructura o comportamiento y una mejor investigación. (Arias, 2017).

Esta investigación ayuda a evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes, positivos o



negativos del proyecto de factibilidad, permite también la recolección de datos, para dar una visión exacta del ambiente del mercado a través de las encuestas se obtendrá información en cuanto a gustos, opiniones y preferencias de los posibles consumidores.

### **3.3. Diseño de investigación**

#### ***3.3.1. Cuasi Experimental:***

La investigación cuasi experimental permite que el estudio sea experimental y observacional para conocer el problema que se espera satisfacer, no tiene un control de las variables del estudio de investigación. (Rivero, 2008).

ya que su metodología es fundamentalmente descriptiva, en el proyecto realizado describimos la situación actual de la empresa del sector y su problema al no contar con un local que ofrezca este tipo de productos, por lo que creímos necesario evaluar diversos aspectos, y componentes del problema a investigar, utilizando también elementos cuantitativos y cualitativos con el fin de determinar si el proyecto de factibilidad va o no hacer rentable.

### **3.4. Tipo de estudio**

#### ***3.4.1. Investigación de Campo:***

La investigación de campo permite obtener datos e información directamente utilizando técnicas como las encuestas, entrevistas con la finalidad de obtener respuestas como los gustos y preferencias de futuros clientes. (Arias, 2017).

Este tipo de estudio ayudará a obtener información de primera mano, la modalidad permitirá levantar información asociada a la realidad del mercado, se realizará encuestas a la población de la ciudad de Guaranda para obtener información de sus gustos y preferencias en los productos.

#### ***3.4.2. Diseño Transversal***

El estudio transversal permite captar información en el momento determinado, dentro de él requiere que el investigador observe y realice un estudio previo a los futuros clientes en diferentes intervalos de tiempo para conocer mejor. (Arias, 2017).

Acumula información en un solo instante, en un período definido, esto tiene como intención

detallar, estudiar el acontecimiento que está ocurriendo en el momento dado. Es como captar una imagen en el momento que está sucediendo.

### 3.5. Población y muestra

La población se utiliza para conocer el universo de datos que se va a utilizar para conocer nuestros futuros clientes, por lo que es conocida como el total de personas que habitan en un determinado lugar. (Arias, 2017).

La población que consideré para esta investigación fue la población de Guaranda-Ecuador, del total de habitantes son 40.600 considerando las edades de 18 a 50 años que ya son económicamente activa la población actual al 2019 realizada en la proyección con la tasa de crecimiento poblacional por cada año. (INEC, 2019).

#### 3.5.1. Muestra

La muestra es un subconjunto de la población. Para que sea considerado como muestra es necesario que todos los elementos de ella pertenezcan a la población. (Mejía Mejía, 2005).

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

**Dónde:**

**N**=Tamaño de la muestra (Total de la Población)

**q**= desviación estándar de la población que generalmente, suele utilizarse un valor de 0,5

**Z**= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no tiene su valor, se lo toma en relación con el 95% de confianza equivale a 1,96

**e**= Limite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, este queda a criterio del investigador, Margen de error 5%

**p** = Proporción esperada (en este caso 50%) (López, 2010).

$$n = \frac{40.600 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(40.600 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}$$
$$n = 382$$

Se obtuvo el resultado mediante el cálculo de la muestra es de: 382

## **3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

### **3.6.1 Métodos**

#### *3.6.1.1 Método deductivo:*

El método deductivo, permite que los conocimientos que son adquiridos vayan de lo general a lo particular esto quiere decir que se tendrá que estudiar conceptos generales y determinar también la conclusión (*Ibañez, 2014*).

El método deductivo dentro del proyecto nos ayudara a tener un conocimiento general, se utilizará para el desglose que conlleva el proyecto; como conocer cuáles son las fases que debe contener el mismo, su marco teórico y conceptual, para que el enfoque de la investigación sea clara, mismas que apoyaran al desarrollo de las diferentes estrategias que nos ayudara a conocer si el proyecto va a hacer o no factible.

#### *3.6.1.2 Método inductivo:*

El método inductivo parte desde la observación hasta determinar los fenómenos particulares dentro de este puede ir el problema que necesita ser determinado para posteriormente ir a lo general y lograr determinar cómo se podría dar solución al problema. (*Ibañez, 2014*).

Este método va de lo particular a lo general, por lo que partiendo del planteamiento del problema se expondrá varias opciones para direccionar y enfocarnos a donde va a ser dirigido este proyecto La información que se obtenga con este método nos ayudara a identificar las necesidades que se espera satisfacer, y reconocer que recursos se necesitan para la implementación de este negocio.

#### *3.6.1.2 Método analítico:*

El método analítico es un proceso de investigación enfocado en la descomposición de un todo para determinar la naturaleza, causa y efecto de un estudio. Con este método se establecen resultados del estudio a un hecho o cosa en específico. (*Ibañez, 2014*).

Este método se desarrolla bajo el análisis de diversos escenarios que servirán para examinar el comportamiento de cada parte, toma en cuenta aspectos importantes como el entorno interno y externo en el que desarrolla su actividad económica este método analítico se utilizará al momento

de realizar el análisis de la oferta y la demanda, y el análisis de la situación financiera y económica para el proyecto de factibilidad de la creación de la cafetería en la ciudad de Guaranda.

### **3.6.2 Técnicas de investigación**

#### **3.6.2.1 Encuesta**

La encuesta es una herramienta muy usada dentro de investigaciones, se define como un cuestionario de preguntas con un tema en específico y que tiene una serie de reglas la finalidad de este es obtener información de las personas y conocer sus opiniones y gustos. (Bernal, 2006).

Esta técnica se utilizará para obtener una mayor información de gustos y preferencia, serán dirigidas a las personas del sector urbano de la ciudad de Guaranda con el propósito de saber cuáles son las opiniones para la creación de una nueva cafetería.

### **3.6.3 Instrumentos**

#### **3.6.3.1 Cuestionario**

Es un método donde se utiliza una serie de preguntas ordenadas que tiene un sentido lógico y sencillo que tiene la finalidad de obtener información y datos de un tema ya determinado. (García Cordova, 2002).

Las preguntas estructuradas en el cuestionario serán aplicadas a la población urbana de la ciudad de Guaranda este instrumento permitirá obtener información como cuál será el nivel de aceptación de la cafetería en la ciudad, también nos permitirá conocer cuáles son los gustos y preferencias al momento de adquirir un producto, y cuáles son los precios que están dispuesto a pagar por los productos.

### **3.6.4 Idea a Defender**

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de la cafetería temática “COFFEE EXPRESS” en la ciudad de Guaranda que permitirá contribuir a su desarrollo económico.

#### **Variable independiente**

Proyecto de factibilidad

#### **Variable dependiente**

### 3.7 Análisis e Interpretación De Resultados

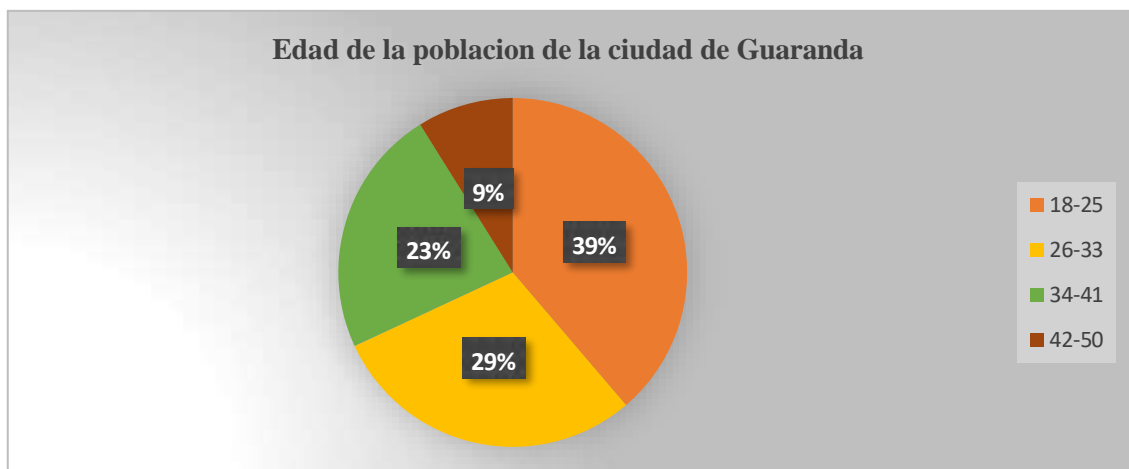
#### a) Edad

**Tabla 1-3:** Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	148	39%
26-33	112	29%
34-41	88	23%
42-50	34	9%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 1-3:** Edad.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** Del total de los encuestados el que muestra una mayor acogida son de las edades de 18 a 25 años con un porcentaje del 39% sin embargo, se observa que los demás rangos tienen una buena representación, del 29% que es del 26 y 33 años, el 23% corresponde al rango de 34 y 41 y el 9% son los de rango de 42 a 50 claramente determinamos que nuestros clientes potenciales serán de la edad de 18 a 50 años

**Análisis:** Podemos determinar que nuestro proyecto tendrá una mejor aceptación por personas del rango de edad de 18 a 25 años sin embargo determinamos que nuestros clientes potenciales son personas que se encuentran en el rango de edad de 18 a 50 años.

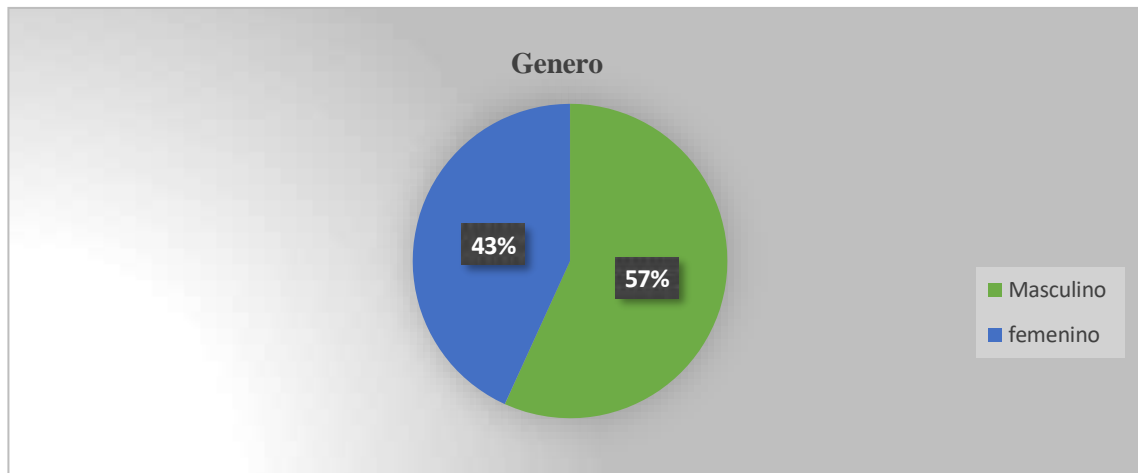
b) **Genero**

**Tabla 2-3:** Genero

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	217	57%
femenino	165	43%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 2-3:** Genero.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** La encuesta se realizó a 382 ciudadanos de la ciudad de Guaranda entre ellos, el 57% de las personas pertenece al género masculino y el 43% pertenece al género femenino.

**Análisis:** se realizó las encuestas de una forma equitativa tanto a hombres y mujeres para conocer los gustos y preferencias de cada uno, con la finalidad de tener una mayor aceptación en el mercado y puesto que no se tendrá distinción de género en cuanto al cliente meta.

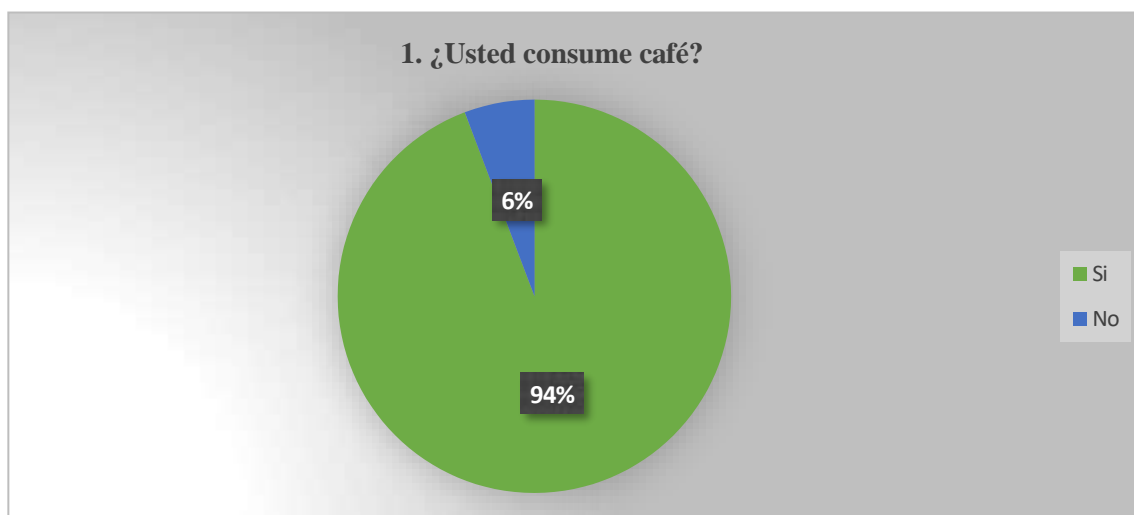
## 1. ¿Usted consume café?

**Tabla 3-3:** Consumo de café

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	360	94%
No	22	6%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 3-3:** Pregunta 1.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** Como podemos darnos cuenta en las encuestas realizadas el 94% de los pobladores de la ciudad de Guaranda respondieron que consumen café mientras que el 6% de los pobladores mencionaron no consumirlo.

**Análisis:** Con los resultados obtenidos podemos darnos cuenta de que la mayor parte de la población Guarandeña consume café, considerando así que la idea de la creación de una nueva cafetería en la ciudad será una buena oportunidad de negocio por su mayor demanda.

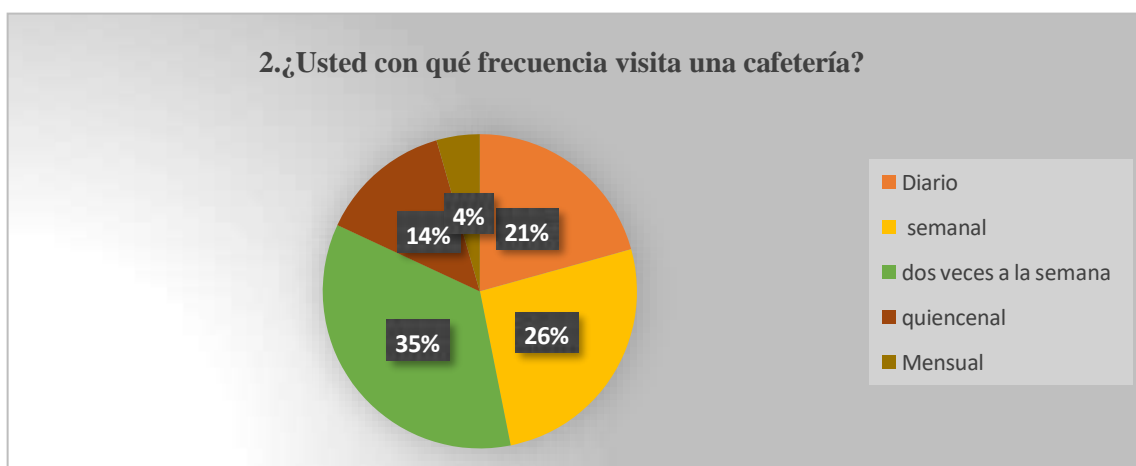
## 2. ¿Usted con qué frecuencia visita una cafetería?

**Tabla 4-3:** Frecuencia de consumo de café

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	79	21%
Semanal	100	26%
Dos veces a la semana	134	35%
Quincenal	52	14%
Mensual	17	4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 4-3:** Pregunta 2.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** En las encuestas realizadas se terminó que la mayor parte de la población visita cafeterías demostrando así el 61% de las personas asiste a una cafetería al menos una a dos veces por semana y un 21% lo hace diariamente, y el 18% lo hace quincenal o mensual lo que significa de si tendremos consumidores potenciales.

**Análisis:** Se logró determinar que dentro de la población Guarandña la frecuencia de consumo de café es muy considerable, por lo que se concluye que la apertura de una cafetería será muy aceptable, ya que la mayoría de los clientes al menos asista una vez por semana una cafetería.



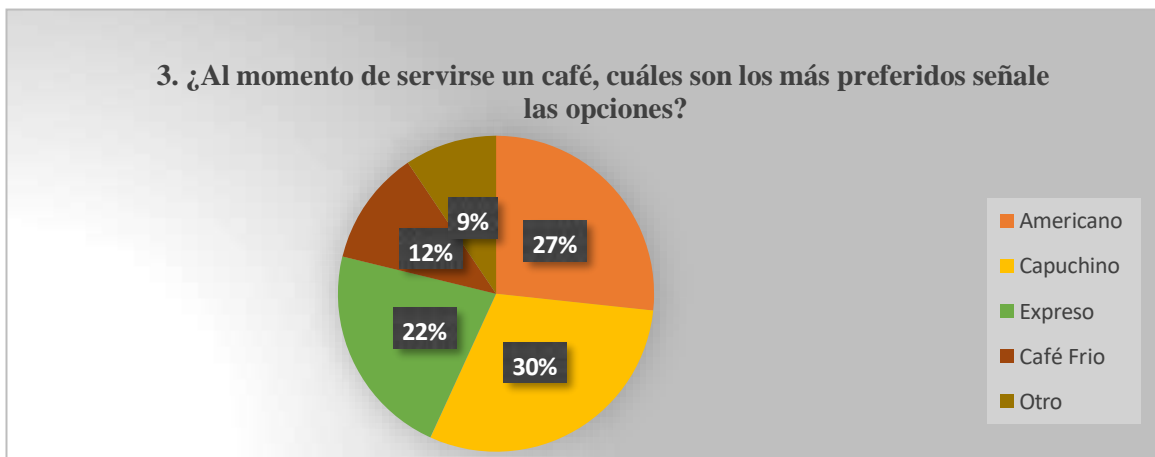
3. ¿Al momento de servirse un café, cuáles son los más preferidos, señale las opciones?

**Tabla 5-4:** Preferencia de café

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Americano	102	27%
Capuchino	115	30%
Expreso	84	22%
Café Frio	45	12%
Otro	36	9%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 5-3:** Preguntar 3

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación** Como se observa al tratarse de una cafetería las personas se inclinan por las bebidas de café, por lo que respondieron que al momento de servirse un café muestran una preferencia de un 30% el capuchino, seguido se encuentra el americano con el 27% y el expreso con el 22%, demostrando que son también muy consumidos, lo que nos permitirá hacer un mejor énfasis en la línea de productos, y procurar dar a conocer los productos no muy preferidos

**Análisis:** Nos podemos dar cuenta que los productos con mayor consumo serán el capuchino, americano y expreso, que serán tomados muy en cuenta al momento de ofertarse, sin olvidarse de los demás productos que con una buena publicidad se podrá promocionar para subir el consumo y obtener una buena rentabilidad

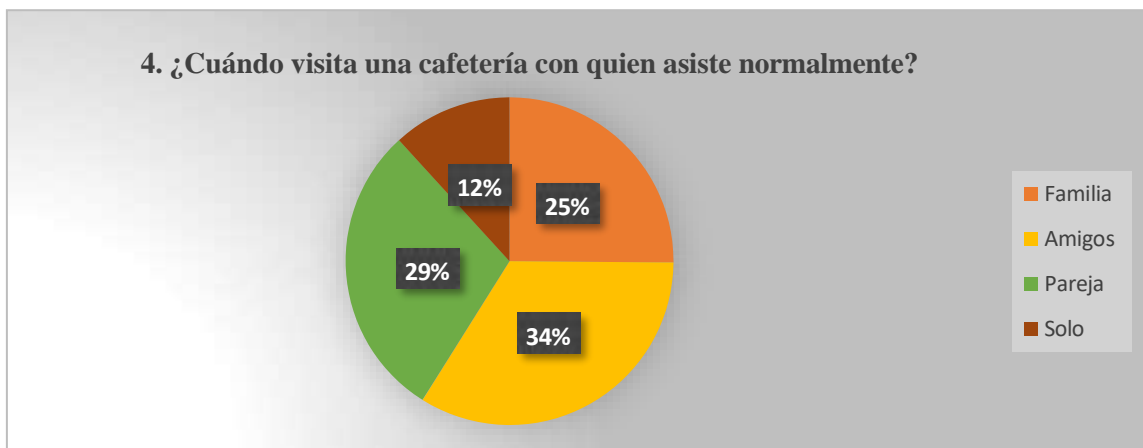
#### 4. ¿Cuándo visita una cafetería con quien asiste normalmente?

**Tabla 6-3:** Con quien asiste normalmente a una cafetería

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Familia	96	25%
Amigos	129	34%
Pareja	112	29%
Solo	45	12%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 6-3:** Preguntar 4

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** se determinó que el 88% de la población Guarandesa prefiere visitar este tipo de establecimientos acompañado, ya sea de sus amigos, familia, o pareja y solo el 12% prefiere ir solo, consideramos que para nosotros esto será una gran oportunidad, porque permitirá que la demanda sea afectada positivamente, ya que más personas conocerán el establecimiento.

**Análisis:** A través de esta pregunta se puede concluir que la mayoría de la población Guarandesa prefiere visitar una cafetería en compañía ya sea de sus amigos, familia, y pareja ya que buscan un lugar con un ambiente tranquilo donde se pueda conversar y servirse algo.

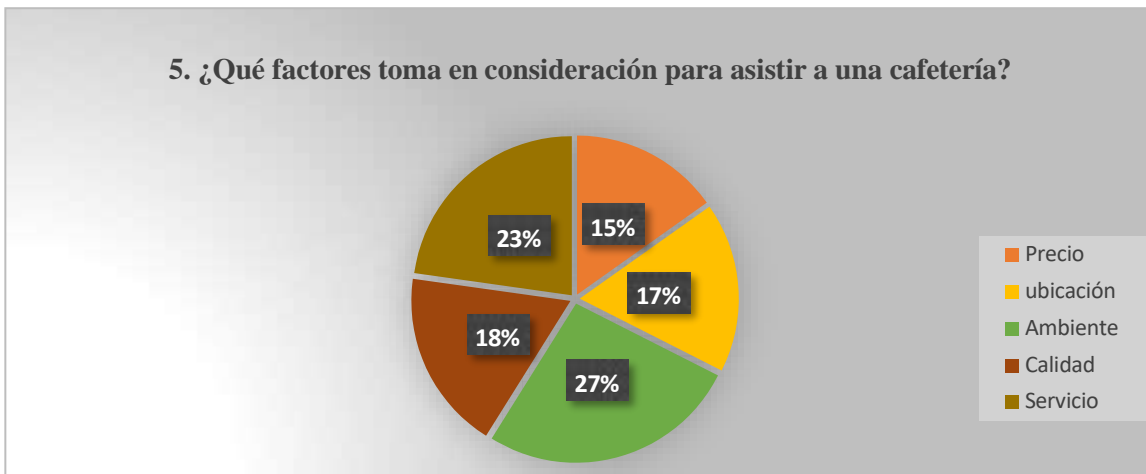
## 5. ¿Qué factores toma en consideración para asistir a una cafetería?

**Tabla 7-3:** Factores que considera

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	58	15%
ubicación	66	17%
Ambiente	101	26%
Calidad	70	18%
Servicio	87	23%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 7-3:** Preguntar 5

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** Las principales razones para asistir a una cafetería según el 68% de los encuestados es porque considera que lo más importante, en este tipo de establecimientos es el ambiente, la calidad, y el servicio que se oferta, y el 32% menciona que también es importante tener en cuenta la ubicación y el precio de los productos.

**Análisis:** Como podemos darnos cuenta lo más importante para un cliente es el ambiente, el servicio y la calidad, esto quiere decir que, para ir a una cafetería, se fijan que tenga un ambiente agradable y atractivo por otra parte también es importante que el producto y servicio sea excelente.

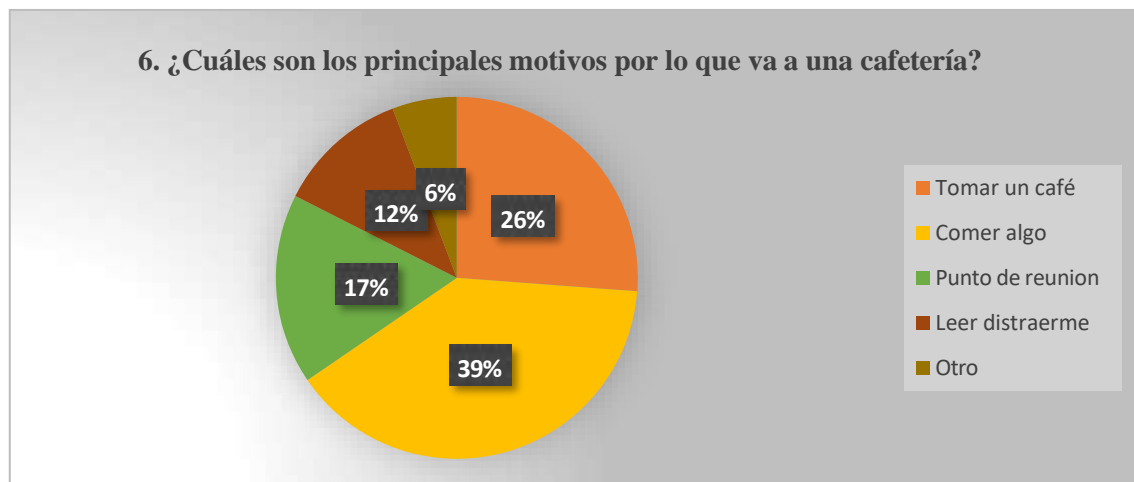
## 6. ¿Cuáles son los principales motivos por lo que va a una cafetería?

**Tabla 8-3:** Motivos de Visita

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tomar un café	100	26%
Comer algo	150	39%
Punto de reunión	65	17%
Leer distraerme	45	12%
Otro	22	6%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 8-3:** Pregunta 6

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** El 65 % de las personas encuestadas mencionaron que los principales motivos para asistir a una cafetería son para poder comer algo o para servirse un café, con su grupo de amigos el 35 % de los encuestados eligieron por motivo de una reunión o distraerse y leer algo.

**Análisis:** Concluimos que la mayor parte de la población asiste a una cafetería porque desea consumir un buen café o demás productos, porque debido a la vida acelerada que en la actualidad se tiene, no lo pueden hacer en sus hogares, Así también muchos buscan un lugar para simplemente conversar, y distraerse optando por preferir un lugar de estos.

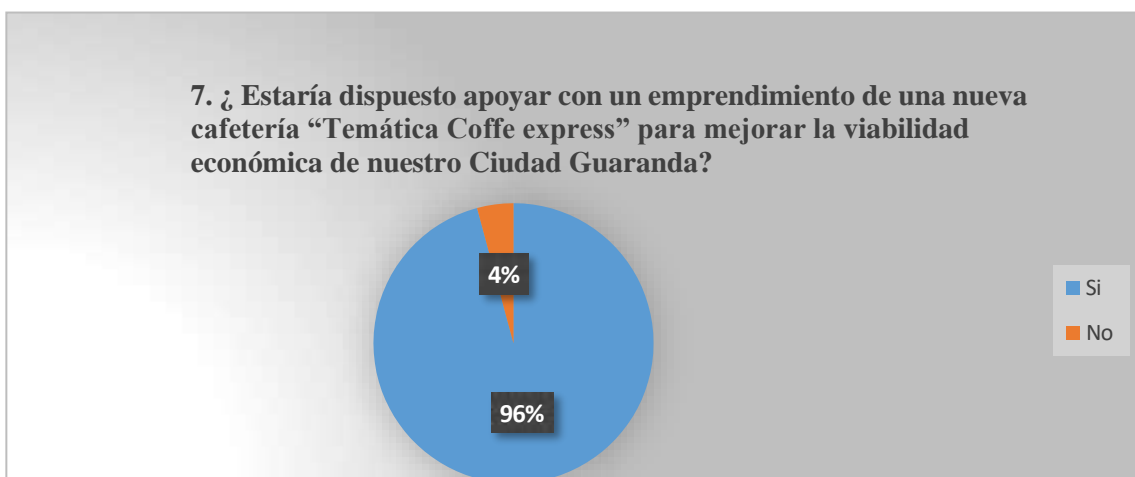
**7. Estaría dispuesto apoyar con un emprendimiento de una nueva cafetería “Temática Coffe express” para mejorar la viabilidad económica de nuestro Ciudad Guaranda.**

**Tabla 9-3:** Apoyo al emprendimiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	96%
No	16	4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 9-3:** Pregunta 7

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021

**Interpretación:** Los 96% de las personas encuestadas mencionaron que estarían dispuestos a apoyar este emprendimiento de una nueva cafetería en la ciudad de Guaranda, mientras que el 4% mencionaron que no estarían dispuestos apoyar este emprendimiento.

**Análisis:** La mayor parte de la población de Guaranda estuvo de acuerdo con apoyar el emprendimiento de la cafetería con el objetivo de mejorar la viabilidad económica de la ciudad de Guaranda lo que significa que existe una demanda bastante aceptable.

8. ¿Le gustaría que el servicio que ofrezca la cafetería sea rápido sin perder la calidad del producto?

Tabla 10-3: Calidad del Producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	97%
No	12	3%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

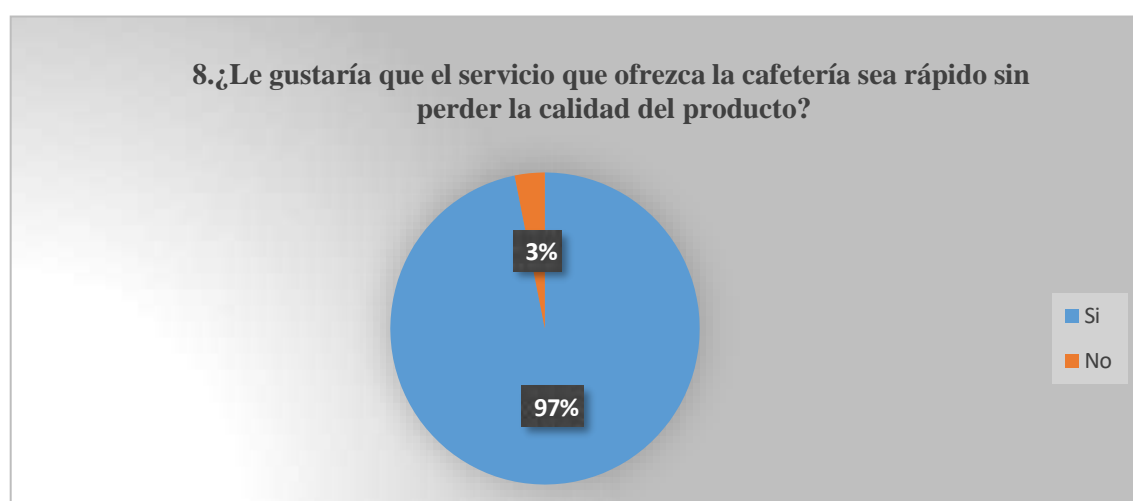


Gráfico 10-3: Preguntar 8

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** El 97% de las personas encuestadas de la ciudad de Guaranda eligieron que les gustaría que el servicio que ofrezca esta cafetería sea rápido recalando que no se pierda la calidad de los productos ofertados, mientras que el 3% mencionaron que no es importante el servicio rápido.

**Análisis:** basados en los resultados determinamos que a más del buen servicio y la calidad otro punto más importante para el cliente es la rapidez, por lo que se procurará enfocarse en este punto para poder cumplir con las exigencias del consumidor.

## 9. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a esperar por el servicio?

**Tabla 11-3:** Tiempo de espera

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
5 min	276	72%
10 min	96	25%
20 min	10	3%
30 min	0	0%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 11-3:** Preguntar 9

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** Respecto a la agilidad y prontitud en el servicio, las encuestas presentan un gran desafío para una nueva cafetería pues el 72% considera óptimo una espera de máximo 5 minutos, mientras que solo un 25% considera tolerable una espera de hasta diez minutos.

**Análisis:** La mayoría de la población está de acuerdo que al momento de asistir un lugar desea que el servicio sea lo más rápido posible, por lo que se debe hacer énfasis a la exigencia del mercado, nuestra prioridad se basará en la rapidez del servicio sin perder la calidad con una atención personalizada.

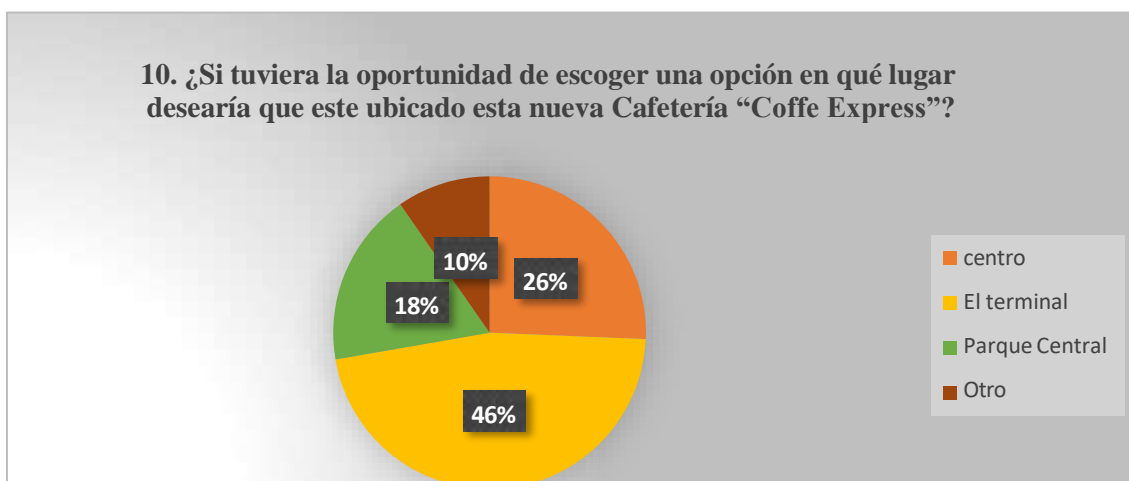
10. ¿Si tuviera la oportunidad de escoger una opción en qué lugar desearía que este ubicado esta nueva Cafetería “Coffe Express”?

**Tabla 12-3:** Lugar de Preferencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
centro	98	26%
El terminal	178	47%
Parque Central	69	18%
Otro	37	10%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 12-3:** Preguntado 10

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** EL 46% de los encuestados al momento de escoger un lugar donde disfrutar de estos productos eligieron que se encuentre ubicado en el sector del terminal mientras que el 26% desea que este ubicado en el centro de la ciudad de Guaranda.

**Análisis:** la mayoría de los pobladores de la ciudad de Guaranda desean que la cafetería este ubicado en el sector del terminal, ya que según sus comentarios en dicho sector no existe un lugar que oferte este servicio, por lo que determinamos que sería un lugar favorable porque existe una demanda aceptable.



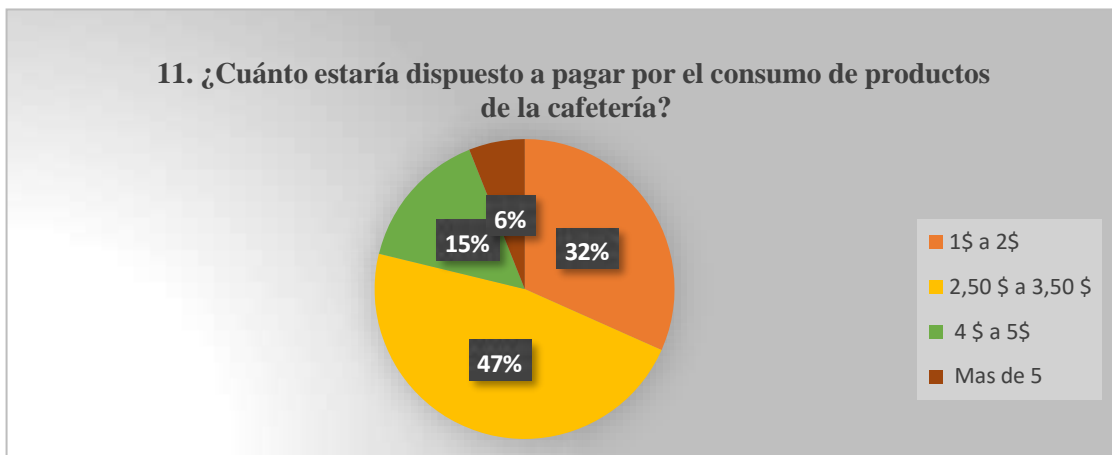
**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de productos de la cafetería?**

**Tabla 13-3:** Cuanto está dispuesto a pagar

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1\$ a 2\$	121	32%
2,50 \$ a 3,50 \$	180	47%
4 \$ a 5\$	58	15%
Mas de 5	23	6%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 13-3:** Pregunt 11

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** La pregunta nos ayuda a conocer cuanto estará dispuesto a gastar nuestro potencial cliente al visitar el establecimiento, por lo que se conoce que la mayoría de la población 94% está dispuesto a pagar 1 a 5 dólares por los productos ofertados en la cafetería lo que significa que es un precio cómodo para su bolsillo

**Análisis:** Con estos resultados podemos determinar que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar mínimo de 1 a 5 por los productos ofertados lo que significa que un precio donde los consumidores se sentirán satisfechos y es un precio moderado para generar rentabilidad.

**12. ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría recibir publicidad sobre la nueva cafetería en la ciudad de Guaranda?**

**Tabla 14-3:** Medios de Comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	60	16%
Redes sociales	180	47%
Volantes	56	15%
Radio	86	23%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



**Gráfico 14-3:** Pregunta 12

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Interpretación:** Al 47% de los encuestados le gustaría recibir información del servicio o promociones de la nueva cafetería a través de redes sociales, por otra parte, el 22% prefiere que sea a través de la radio, 16% a través de la televisión y al 15% a través de volantes.

**Análisis:** según los resultados obtenidos, se concluye que la mayoría de los clientes prefieren que se les informe de las promociones y servicios de los productos por redes sociales, ya que la mayoría de las personas utiliza este medio con más frecuencia para informarse, Sin embargo, la radio es otro medio para considerar para promocionarla.

## **Hipótesis de datos**

El estudio se realizó en base de 382 encuestas aplicadas a la ciudad de Guaranda con la finalidad de conocer la factibilidad para la implementación de una cafetería con un servicio rápido sin perder la calidad en sus productos.

Gracias a las encuestas realizadas se logró determinar que el 94% de la población Guarandea consume café, y la mayor parte de la población asiste al menos una vez por semana a una cafetería para disfrutar de un buen ambiente con sus amigos familia o pareja por lo que determinamos que la apertura de una nueva cafetería será una oportunidad de negocio por su demanda aceptable.

Según el resultado de las encuestas enfatizando la pregunta numero 7 el 96% de los encuestados respondieron que están muy de acuerdo con la implementación de una nueva cafetería en la ciudad de Guaranda con el objetivo de mejorar la viabilidad económica de la ciudad, y generando nuevas fuentes de empleo para los Guarandeaños.

También se logró determinar que los factores importantes que el cliente toma en cuenta para asistir a una cafetería, según el 68% de las encuestas es el ambiente, la calidad y el servicio ofertado, otro punto esencial para el cliente demostrado en las encuestas con el 97% es la rapidez del servicio, por lo que se debe hacer énfasis a la exigencia del mercado, nuestra prioridad se basará en la rapidez del servicio sin perder la calidad con una atención personalizada.

La cafetería será implementada en un lugar estratégico en este caso la población eligió con un 46% que se encuentre en el sector del terminal de Guaranda ya que según sus comentarios en dicho sector se ha observado la ausencia de un establecimiento que oferte este servicio, por lo que determinamos que sería un lugar favorable, por la mayor demanda de consumidores.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO PROPOSITIVO

#### 4.1 Título

Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería temática “COFFEE EXPRESS” en la ciudad de Guaranda en el periodo 2021

#### 4.2 Contenido de la propuesta

##### 4.2.1 *Introducción*

La idea de la cafetería en la ciudad de Guaranda surge con el objetivo de satisfacer la necesidad alimenticia y mejorar la viabilidad económica en la ciudad, su nombre de “COFFEE EXPRESS” nace de la idea de brindar un servicio diferente e innovador, y con la finalidad de ofrecer un servicio rápido para así ahorrar el tiempo al consumidor, la cafetería tendrá variedad de opciones para el consumo de café, además ofrecerá otros productos y bebidas de buena calidad y a un precio accesible para los clientes Guarandeños.

##### 4.2.1 *Misión*

La cafetería temática “Coffe Express” busca satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes, brindando productos de calidad con precios razonables y ofreciendo un buen servicio de una manera rápida sin perder la calidad de los productos, además se espera brindar un ambiente agradable y acogedor, para deleitar de un delicioso café en compañía.

##### 4.2.2 *Visión*

Ser una cafetería reconocida como una empresa de excelencia e innovación en el mercado de la región y en el mercado nacional, por brindar un servicio rápido y excelente con una gama amplia de productos.

#### 4.2.3 Logotipo



**Ilustración 2-4:** Logotipo.  
**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

El logotipo lleva colores representativos que llaman la atención del consumidor, lleva como símbolo una taza de café en el centro, para que el cliente logre identificar que es una cafetería, y su nombre de COFFEE EXPRESS lo que permitirá saber que es un establecimiento que ofrece un servicio rápido.

#### 4.2.4. Eslogan

***El tiempo está A tu fAVor***☺

#### 4.2.5 Objetivos estratégicos

- Satisfacer las necesidades básicas alimenticias de la población Guarandea de manera eficientes contando con un ambiente agradable para que los clientes se sientan a gusto.
- Crear nuevos puestos de trabajo de manera estable para personas desempleadas de la ciudad de Guaranda.
- Ser una cafetería reconocida nivel nacional por Ofrecer un ambiente agradable con un servicio rápido y de calidad para sus clientes.
- Logar un crecimiento, mediante el ofrecimiento de variedad de productos que sean atractivos a un precio cómodo con el objetivo de brindar un servicio al cliente diferenciado de los competidores a fin de obtener un posicionamiento en el mercado.
- Incrementar y mejorar la relación con los clientes a través de la creación de nuevos servicios como el delivery para los clientes que no puedan asistir a nuestro local.

#### 4.2.6 Valores

**Compromiso:** Tenemos el compromiso con nuestra ciudad, de ofrecer los mejores productos.

**Respeto:** Un valor esencial que tendremos con los clientes y con nuestros empleados para un ambiente más agradable.

**Atención al cliente:** Es muy importante que nuestros clientes disfruten de la mejor atención y calidez del establecimiento.

**Calidad:** Se capacitará a los empleados en cuanto a técnica e innovación del café para que los clientes siempre tengan lo mejor.

**Servicio:** Los empleados están en la obligación de atender de una manera amable a los clientes que acudan al establecimiento.

**Innovación:** los productos serán mejorados para que los clientes se sientan a gusto y felices al momento de consumirlos.

**Trabajo en equipo:** somos una empresa que busca crecer y alcanzar los objetivos que serán logrados por todo el equipo de trabajo.

### 4.3 Estudio de mercado

#### 4.3.1 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado tiene como objetivo dividir el mercado en diferentes grupos más pequeños que tiene características y necesidades iguales, de esta manera es más fácil determinar ciertas estrategias de marketing, para lograr un resultado más rápido y efectivo. (INEC, 2018).

**Tabla 15-4:** segmento del mercado

Variables	Descripción
<b>Geográfico</b>	Provincia de Bolívar cantón Guaranda
<b>Edades</b>	Personas de 18 a 50 años, pobladores de la ciudad y turistas, personas que son económicamente activas, 40.600 personas.
<b>Nivel socioeconómico</b>	Según el instituto de estadística el nivel socioeconómico es de 25%

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.3.2 Mercado potencial

El mercado potencial es el conjunto de personas que podrían necesitar o consumir el producto que se piensa ofertar, de tal manera que existen personas que no van a consumir los productos ya sea porque no les gusta o porque prefieren otro lugar.

**Tabla 16-4:** Demanda Actual

<b>VARIABLES DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>DATOS</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Ciudad de Guaranda-Ecuador			
Edad de 18 a 50 años de Edad	40.600	INEC	
Nivel socioeconómico	30%	Estadística Bolívar	10.150

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### **4.3.3 Mercado disponible**

El mercado disponible forma parte del mercado potencial, ayuda a determinar las personas que van a estar dispuestos a consumir los productos de la cafetería, para conocer la demanda del café se consideró la pregunta número 1 de la encuesta realizada a la población de la ciudad de Guaranda, que dice ¿Usted consume café?

**Mercado disponible** = Demanda Actual \* Porcentaje de consumo de café

**Mercado disponible** = 10150 \* 94% = 9541

#### **4.3.4 Mercado efectivo**

Para conocer la demanda de este mercado se ha tomado la pregunta 7 de la encuesta realizada a la población Estaría dispuesto apoyar con un emprendimiento de una nueva cafetería “Temática Coffe express” para mejorar la viabilidad económica de nuestro Ciudad Guaranda.

**Mercado efectivo** = mercado disponible \* % del si

**Mercado efectivo** = 9541\*96% = 9159

#### **4.3.5 Mercado meta**

La cafetería considera que atenderá al 10% de la demanda efectiva ya que esta una cantidad que tranquilamente se podrá atender dentro del mercado.

**Mercado meta**= mercado efectivo\* % mercado objetivo

**Mercado meta:** 9159\* 10% = 916

### 4.3.2 Análisis de la demanda

La demanda se define como la cantidad de bienes o servicios que están dispuestos a adquirir los clientes o compradores, depende de las necesidades que quiere satisfacer, y estudiando las condiciones como la calidad, el precio, los gustos y preferencias, el principal objetivo de este estudio es determinar la posible demanda insatisfecha en este proyecto para de esta manera crear estrategias de como cubrir dichas necesidades. (Sevilla A. , 2018).

La demanda actual, se relaciona a “pronosticar el comportamiento futuro de la demanda, tomando en cuenta todo pronóstico inicial de una situación determinada, lo cual en este caso corresponde al comportamiento de la demanda actual”

Se tomo la pregunta número 2 de ¿Con qué frecuencia usted visita una cafetería? para así conocer la demanda potencial determinando cuantas personas asistirán al año a la cafetería

**Tabla 17-4:** Frecuencia de consumo de café

Variable	%	Población de consumo	frecuencia anual	consumo del año
Diario	21%	192	365	70211
semanal	26%	238	52	12384
dos veces por semana	35%	321	104	33342
quincenal	14%	128	24	3078
mensual	4%	37	12	440
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>916</b>	<b>Demanda total</b>	<b>119456</b>

Fuente: Encuesta.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

La tabla nos refleja una demanda de 119456 personas que consumirán café al año se observa que se tendrá una mayor demanda, por lo que se considera una buena idea de negocio.

### 4.3.3 Demanda proyectada

Por otra parte, para proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional, que, según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la ciudad de Guaranda, es del 1,5 %, en relación con ello se plantean la siguiente proyección: (INEC, 2018).



**Tabla 18-4:** Proyección de la demanda

Periodo	Resultado	Formula	Procedimiento
0	<b>119456</b>		
1	117664	VF= VP(1+g) n	VF= 119456(1-1,5%) ^1
2	115899		VF= 119456(1-1,5%) ^2
3	114161		VF= 119456(1-1,5%) ^3
4	112448		VF= 119456(1-1,5%) ^4
5	117664		VF= 119456(1-1,5%) ^5

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Como observamos en la tabla vemos que cada año partiendo del año 0 tiene en los próximos 5 años un crecimiento sustancial, por lo que concluimos que el emprendimiento de la creación de la cafetería tendrá una buena acogida dentro de la ciudad de Guaranda.

#### 4.4 Análisis de la oferta

La oferta es una herramienta que nos permite conocer ciertas cantidades y condiciones de bienes y servicios disponibles en el mercado nos permitirá estudiar la competencia, de esto va a depender si estamos en el lugar correcto.

Para la definición de la oferta se tomará en cuenta los principales establecimientos comerciales que se dediquen al servicio de cafetería, durante este último año los establecimientos se vieron afectados por la pandemia del COVID 19 por lo que cerraron sus puertas, sin embargo, son pocos las cafeterías abiertas según los datos municipales en la ciudad hay 5 cafeterías abiertas las puertas para los ciudadanos Guarandinos. (*Tripadvisor Guaranda*, 2019).

##### 4.4.1 Oferta actual

Para determinar la cuantificación de la oferta se tomó en cuenta la cantidad de tazas de café vendidos en el día de las cinco cafeterías de la ciudad de Guaranda según la entrevista realizada, no obstante, no hay una cantidad que se puede establecer como estadística, ya que la venta de productos de una cafetería va a depender mucho de varios factores como: el clima y la hora, sin embargo, a continuación, se presentan los siguientes datos:

**Tabla 19-4:** Datos de la oferta de la cafetería

Cafeterías	Tazas De Café Al Día	Total, Mes	Total, Anual
Sugar	45	1350	16200
Los 7 santos	40	1200	14400
La Cafeta	40	1200	14400
Achachay	40	1200	14400
De todito	30	900	10800
<b>Total</b>	<b>195</b>		<b>70200</b>

Fuente: Entrevista a las cafeterías de Guaranda.

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Concluimos que los establecimientos que ofertan productos similares son las cafeterías Sugar, cafetería 7 santos, cafetería la Cafeta, cafetería achachay y de todito de las 5 cafeterías podemos observar, que tienen una buena acogida dentro de la ciudad de Guaranda con una demanda anual muy significativa.

#### 4.4.2 Oferta proyectada

Una vez que obtuvimos los datos de la oferta, esta se proyectó a los cinco años, para realizar esta proyección se realizó el mismo método utilizado en la demanda con la diferencia que para esta fórmula se utilizó la tasa de actividad económica de la ciudad de Guaranda que fue del 1,5 % según el plan de desarrollo territorial de la ciudad de Guaranda.

**Tabla 20-4:** Proyección de la oferta

PERIODO	RESULTADO	FORMULA	PROCEDIMIENTO
0	70200		
1	\$ 69.147	$O_n = O_0(1+i)^n$	$O_n = 72000(1+1,5)^1$
2	\$ 68.110		$O_n = 72000(1+1,5)^2$
3	\$ 67.088		$O_n = 72000(1+1,5)^3$
4	\$ 66.082		$O_n = 72000(1+1,5)^4$
5	\$ 65.091		$O_n = 72000(1+1,5)^5$

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.4.3 Demanda insatisfecha

Se conoce como demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado desee consumir, durante los próximos años esta demanda se obtiene al restar la demanda con la oferta. (Sevilla A. , 2018).

El mercado potencial es la demanda potencial insatisfecha misma que resulta de la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos o servicios para satisfacer las necesidades de la población. Es decir, la demanda insatisfecha es la diferencia de la demanda frente a la oferta, y esta diferencia es la cantidad probable que el mercado consumirá el producto a ofertar.

**Tabla 21-4:** Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	5 %cubrir
2021	117664	\$ 69.147	\$ 48.517	\$ 2.426
2022	115899	\$ 68.110	\$ 47.789	\$ 2.389
2023	114161	\$ 67.088	\$ 47.073	\$ 2.354
2024	112448	\$ 66.082	\$ 46.366	\$ 2.318
2025	110762	\$ 65.091	\$ 45.671	\$ 2.284

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Como podemos observar en el cuadro existe una alta demanda insatisfecha en cada año, comenzando desde el año 1 hasta el año 5 lo que nos permite asegurar que el proyecto de la cafetería en la ciudad de Guaranda será viable y rentable, por lo que se espera el proyecto pueda cubrir al menos el 5 % de la demanda insatisfecha.

Para iniciar el funcionamiento de la cafetería coffee express en la ciudad de Guaranda se requiere de la mano de obra calificada y la maquinaria especializado para poder elaborar los productos, se estima que la cafetería tenga al menos 80 personas al día, y determinando que la cafetería abrirá desde las 7am hasta las 8pm de lunes a sábado se espera poder satisfacer las necesidades de la población.

#### 4.4.4 Análisis de precios

Se define la palabra precio como la cantidad que permite que una persona pueda adquirir bienes o servicios, es un indicador de equilibrio también determina el valor que se va a aplicar a un bien o servicio (Sevilla A. , 2018).

Para poder hacer un mejor análisis del precio se tomó en cuenta los precios de los productos de las demás cafeterías de la ciudad de Guaranda

**Tabla 22-4:** Análisis precios competencia

Producto	Sugar	Achachay	7 Santos	De Todito	Cafeta	Promedio
Americano	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 1,50
Capuchino	\$ 2,00	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 1,50	\$ 2,00
Expreso	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 1,30
Chocolate	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Frappe	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Bebidas Frías	\$ 2,00	\$ 1,50	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 1,00	\$ 1,40
Creps	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 2,00	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 2,50
Waffles	\$ 3,00	\$ 3,50	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Sanduches	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Atraves del análisis de precios, se calculó el promedio de precios con las demás cafeterías de la ciudad, logrando así fijar un precio posible, que podría manejar la cafetería coffee express para sus productos.

#### **4.4.5 Plan de marketing**

Es muy importante el plan de marketing porque nos va a permitir promocionar la cafetería dentro de la ciudad de Guaranda, por lo cual se ha determinado ciertas estrategias, para darle un valor agregado, a través de la innovación en la presentación de sus productos, y las diferentes variedades de café esperando satisfacer las necesidades de los clientes, es por ello que también se ha pensado que el precio de los productos sea accesible para que el clientes se sienta cómodo al momento de adquirir los productos

#### **4.4.6 Objetivo del plan de marketing**

- Hacer conocer la cafetería temática COFFEE EXPRESS Guaranda
- Conocer nuestro mercado objetivo
- Dar a conocer las promociones a través de las redes sociales
- Desarrollar estrategias para alcanzar nuevos clientes

Es el conjunto de actividades que se utiliza para lograr la satisfacción del cliente mediante el producto o servicio que se va a ofrecer.




##### **4.4.6.1 Producto**

Un producto es un bien tangible e intangible incluye detalles como color y empaque de un fabricante que se va a ofertar en el mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores, dentro del mundo de negocios el producto es conocido también como el bien o servicio que se ha producido, o se ha transformado con el objetivo de generar rentabilidad y ganancia. (ARAUJO, 2018)

La cafetería temática COFFEE EXPRESS de la ciudad de Guaranda desea ofertar algunos productos, pero su principal producto es el café que va a venir en diferentes presentaciones, la idea de la creación de una cafetería en la ciudad de Guaranda es por su mayor demanda en el consumo de café, para conseguir el crecimiento del negocio nos enfocaremos en ser conocidos en la ciudad de Guaranda ofreciendo productos de calidad, para ello tomaremos algunos puntos importantes como:

- Los ingredientes adquirimos serán de buena calidad, seleccionados y certificados por la secretaria de salud
- El empaque será innovador y atractivo con la finalidad de atraer a los clientes.

- Los productos tendrán un control de higiene.
- El personal ofrecerá al cliente una atención personalizada, atenderá consultas, reclamos, y tendrá que solucionar cualquier imprevisto.
- Se ofrecerá charlas del beneficio del café como las vitaminas En el grano verde de café se encuentran de tipo B1, B2, B5, vitamina C y E, se obtiene cuando el grano se calienta.
- Se ofrecerá la devolución del dinero si el producto estuviera defectuoso o insatisfactorio para el cliente

CATEGORIA	DESCRIPCION	VARIEDAD	TIEMPO DE PREPARACION
CAFÉ 	Bebida caliente o fría a base de café.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Café</li> <li>• Capuchino</li> <li>• Expreso</li> <li>• Americano</li> <li>• Chocolate</li> <li>• Frappe</li> </ul>	4 min
Bebidas frías 	Bebidas a base de frutas 100% ecuatorianas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Batidos de frutas</li> </ul>	4min
Sandwiches 	Consiste en rebanada de pan en las que se ponen distintos alimentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sandwiches de queso</li> <li>• Sandwiches de mortadela</li> <li>• Sandwiches de jamón</li> </ul>	4min
Postres	Alimento que es generalmente dulce	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Waffles</li> <li>• Creps</li> </ul>	5min

**Ilustración 3-4:** Productos de la cafetería.  
**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

#### 4.4.6.2 Precio

El precio es considerado como un valor monetario que puede ser designado para adquirir un bien o servicio, en este caso es la cantidad que va a estar dispuesto a pagar por los productos de la cafetería. (ARAUJO, 2018).

La fijación de los precios de los productos de la cafetería va a depender de los siguientes factores:

- El costo que tenga la elaboración del producto
- El estudio de los precios de la competencia es decir las demás cafeterías que existan en la ciudad de Guaranda.
- Que sea un precio que esté al alcance del bolsillo del cliente.

**Tabla 23-4** Precios de los Productos

	costo de producción	margen de utilidad	precio de venta	unidades por día	unidades al mes	unidad anual	Ingreso anual
café américo	\$ 0,72	5%	\$1,5	15	390	4680	\$ 6.880
café capuchino	\$ 0,79	80%	\$ 2	15	390	4680	\$ 7.418
café express	\$ 0,75	70%	\$1,5	12	312	3744	\$ 5.429
chocolate	\$ 0,83	70%	\$ 2	15	390	4680	\$ 7.149
Frappe	\$ 0,92	60%	\$ 2	15	390	4680	\$ 7.121
batidos	\$ 0,78	50%	\$ 1	12	312	3744	\$ 4.792
Sanduches queso	\$ 0,79	40%	\$ 1	11	299	3588	\$ 4.251
Sanduches mortadela	\$ 0,83	60%	\$ 1,4	15	390	4680	\$ 6.708
Sanduches de jamón	\$ 0,85	60%	\$ 1,5	15	390	4680	\$ 6.801
waffles	\$ 1,86	80%	\$ 3	15	390	4680	\$12.435
Creps	\$ 1,67	80%	\$ 2,5	15	390	4680	\$11.538
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18,03</b>	<b>155</b>	<b>4043</b>	<b>48516</b>	<b>\$80.521</b>

**Ilustración 4-4:** Productos de la cafetería.

**Elaborado Por:** Hinojoza, C. 2021.

Se determino en el estudio financiero el costo de producción de la cada uno de los productos, por lo que se logró determinar el precio de venta, se espera trabajar con los precios ya propuestos hasta lograr fidelizar a los clientes y atraer a más consumidores

#### 4.4.6.3 Distribución

La cafetería coffee express ofrecerá sus productos mediante el canal de distribución directa, esto quiere decir que los clientes, podrán conseguir los productos solo en el establecimiento.



**Ilustración 9-4:** Flujograma de procesos.  
**Elaborado por:** Hinojoza, C.2021.

La distribución nos permite conocer los canales que debe atravesar un producto desde su fabricación hasta dónde llega a las manos del consumidor en esta parte entra ciertos puntos que son importantes como el almacenaje de productos, de cuál va a hacer el punto de venta y como va a hacer la relación con el cliente si será directa e indirecta, este elemento esencial por nos ayuda para tener en cuenta la cantidad que se va a producir para satisfacer las necesidades.

El punto de venta de la cafetería temática Coffe express estará ubicada en el sector del terminal de la ciudad de Guaranda, se logró determinar gracias a las encuestas que existe una gran demanda en este sector, es un lugar estratégico por la facilidad de movilidad de los clientes ya que se encuentra cerca del colegio, y terminal donde hay personas que entran y salen de la ciudad, se espera poder satisfacer las necesidades alimenticias de los futuros clientes.

#### 4.4.6.4 Promoción

Según (ARAÚJO, 2018) la promoción “se basa en la combinación específica de publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas que una empresa usa para alcanzar sus objetivos de publicidad y mercadotecnia, todas tienen el mismo grado de importancia, La cafetería coffee express desarrolla estrategias de mercadeo para llegar a los ciudadanos como:

- La cafetería se promocionará a través de redes sociales como Facebook y Instagram, puesto que son los medios más utilizados para captar la atención de los clientes.
- Por medio de la radio se realizarán las promociones en fechas importantes para alentar las compras dentro de la cafetería.
- Se ofrecerá descuento, para el cliente que asiste a la cafetería con más frecuencia, para que se sienta a gusto y feliz.
- También se espera promocionar por medio de volantes que contengan la imagen de la cafetería y sus diversos productos a ofertar, estos volantes serán repartidos por las principales calles de la ciudad para captar la atención de los ciudadanos y turistas.

## 4.5 Estudio técnico

### 4.5.1 Localización

Según el autor (Mondragon, 2017) La localización de un proyecto es esencial ya que de él va a depender el impacto económico y social, el principal objetivo es lograr determinar el sector donde va a estar ubicado el local de la cafetería, en el comprende la zona geográfica que ya ha sido estudiada, la localización se divide en dos puntos que nos ayudará a entender mejor la ubicación y estas son la macro localización y la micro localización.

### 4.5.2 Macro localización

La macro localización es el estudio que tiene como finalidad determinar la región o territorio en que el proyecto va a tener influencia dentro del medio, es el lugar que ya ha sido estudiado las características las ventajas y desventajas, puede ser a nivel nacional o regional, a través de aquellos los consumidores podrán conocer la ubicación de la cafetería. (Mondragon, 2017).

El proyecto de factibilidad de la creación de la cafetería se realizará en la provincia bolívar cantón Guaranda como se visualiza en la siguiente figura.



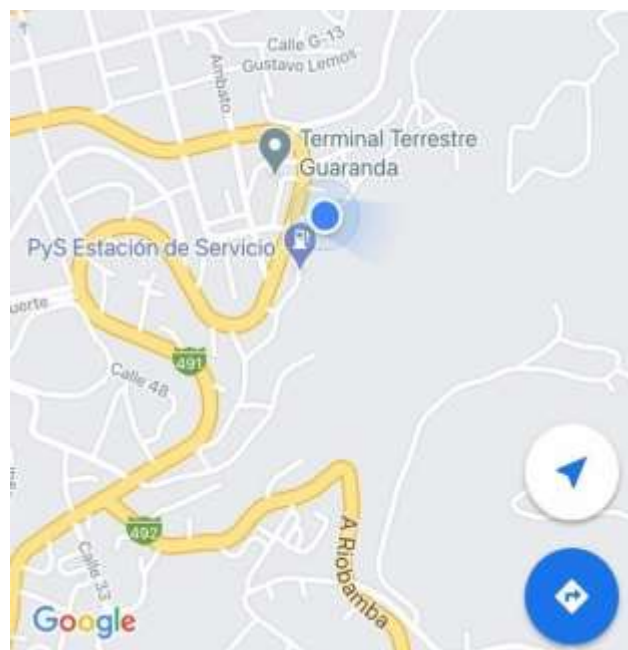
Ilustración 5-4: Macro localización.  
Fuente: www.google.com



### 4.5.3 Micro localización

La micro localización ayuda a conocer con detalle la ubicación exacta en donde va a estar ubicado el emprendimiento la información debe ser veraz, porque es la ubicación que van a conocer los clientes. (Mondragon, 2017).

Según las encuestas realizadas a los ciudadanos de la ciudad recomendaron que se encuentre en exactamente en la av. Eliza Mariño de Carvajal frente al terminal de Guaranda, ya que en dicho sector no hay un establecimiento que oferte este tipo de productos, y por su mayor demanda de pobladores que entran y salen de la ciudad.



**Ilustración 6-4:** Micro localización  
**Fuente:** www.google.com.

### 4.5.4 Ingeniería del proyecto

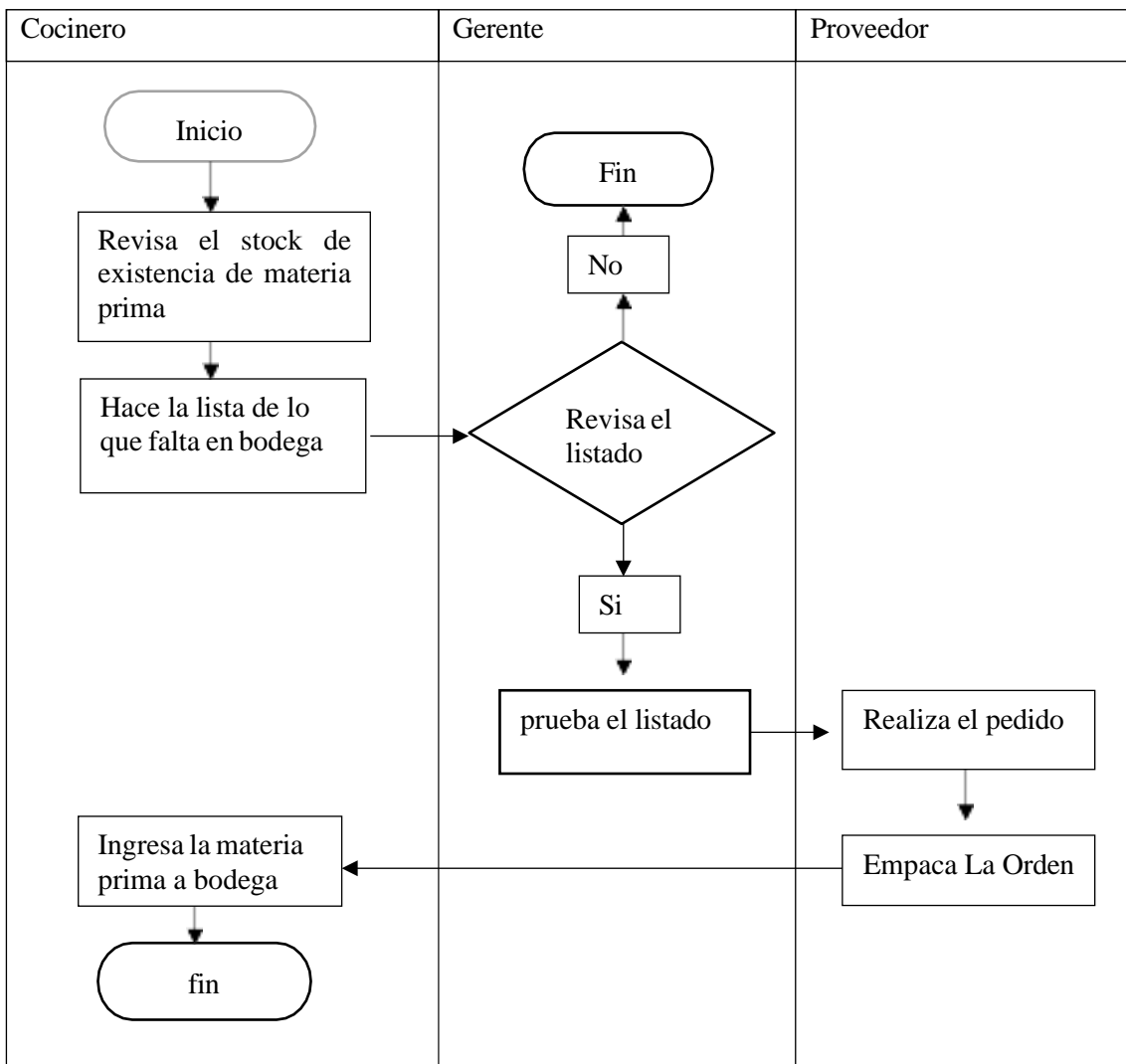
La ingeniería del proyecto busca una optimización de recursos disponibles para la prestación del servicio dentro de este se define los procesos técnicos y los insumos requeridos para su elaboración, para conocer más del producto a ofertar.

4.5.4.1 Procesos

- **Flujograma**

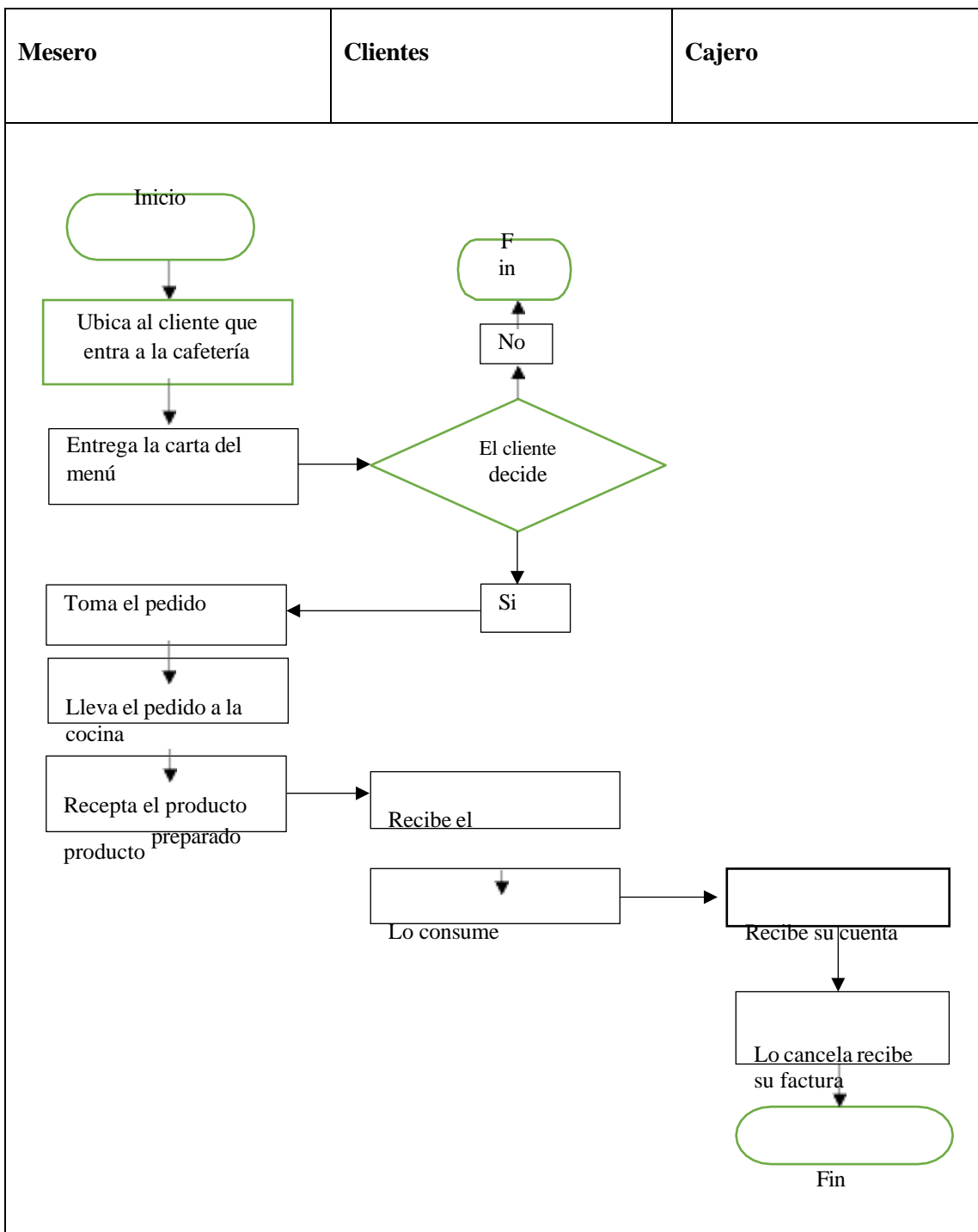
El flujograma es una herramienta que consiste en representar, las operaciones efectuadas de esta manera se podrán mejorar, la manera de utilizar los recursos a través de símbolos en este caso se va a realizar ciertos diagramas para conocer el proceso de elaboración del producto y cómo será la atención del cliente, a través de la simbología.

**Diagrama de adquisición de materia prima para la cafetería**



**Ilustración 7-4:** Flujograma de procesos.  
**Elaborado por:** Hinojoza, C.2021.

### Diagrama de prestación de servicios



**Ilustración 8-4:** Flujo de procesos.  
**Elaborado por:** Hinojoza, C.2021.

**Tabla7-4:** Preparación de los productos

<b>Café americano</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calentar la jarra con agua durante algunos minutos</li> <li>• Colocar (2-6 gramos) de café La dosis de café se puede regular según el gusto de cada uno.</li> <li>• Se extrae y se sirve al consumidor</li> </ul>
<b>Capuchino</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calentar una taza de leche</li> <li>• Colocar la leche en la licuadora y licuar hasta que salga espuma, añade el café expreso hasta que la espuma se compacte.</li> <li>• Listo para servir al consumidor</li> </ul>
<b>Express</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En la máquina colocamos agua hasta que esté bien caliente, colocamos el café, se procede a colocar azúcar</li> <li>• Se sirve al consumidor</li> </ul>
<b>Frappe</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocamos en la licuadora leche, seguido colocamos el café o fruta, al final se coloca hielo</li> <li>• Todos los ingredientes son batidos en la licuadora</li> <li>• Se sirve al consumidor</li> </ul>
<b>Batido de frutas</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se coloca en el vaso de la licuadora leche</li> <li>• Se pone la fruta depende del sabor que desee el consumidor</li> <li>• Los ingredientes son batidos en la licuadora, después ya está listo para servir.</li> </ul>
<b>Sanduches</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se corta el pan, añadir queso y jamón,</li> <li>• Se coloca en la sanducera, agregar tomate y lechuga, colocar producto en vajilla,</li> <li>• Se sirve al consumidor</li> </ul>
<b>Waffles</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coloca en un tazón la harina, el azúcar, el polvo para hornear y la sal y mantequilla</li> <li>• En otro recipiente se baten las yemas, la vainilla y la leche y se unen</li> <li>• La mezcla se coloca en la waflera</li> <li>• Se decora con crema y futas, y Se sirve al consumidor</li> </ul>
<b>Creps</b>	<p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En un recipiente mezclamos los ingredientes huevo, azúcar y sal lo batimos añadimos un poco de leche después que la mezcla esté a punto de nieve se agrega harina y mantequilla</li> <li>• Batimos hasta que no dejemos ningún grumo</li> <li>• La mezcla lo colocamos en la crepera</li> <li>• Y cuando esté listo lo decoramos con crema y frutas</li> </ul>

Elaborado Por: Hinojoza, C. (2021).

- **Maquinaria necesaria**

Para poder preparar todos los productos ofertamos es muy necesario que la cafetería cuente con un equipo de maquinaria especializado:

**Tabla 24-5:** Maquinaria

<b>cantidad</b>	<b>Maquinaria</b>	<b>precio unitario</b>	<b>Total</b>
1	Batidora Oster 15/20	120	120
1	Sanducheras Oster Ckstsm3884	75	75
1	Dispensador café, expreso, americano, capuchino.	1200	1200
1	refrigeradora Indurama	500	500
1	crepera Oster	80	80
1	Juego de ollas Umco	60	60
1	waflera Oster	70	70
1	extracto de jugos	60	60
	<b>TOTAL</b>		<b>2165</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

- **Personal requerido**

La cafetería coffee express para que tenga un funcionamiento eficaz necesitara de varias personas que cumplan diferentes tipos de funciones de esta manera se lograra dar un mejor servicio para los clientes por lo cual se contara con el siguiente recurso humano

**Tabla 25-5:** Personal Requerido

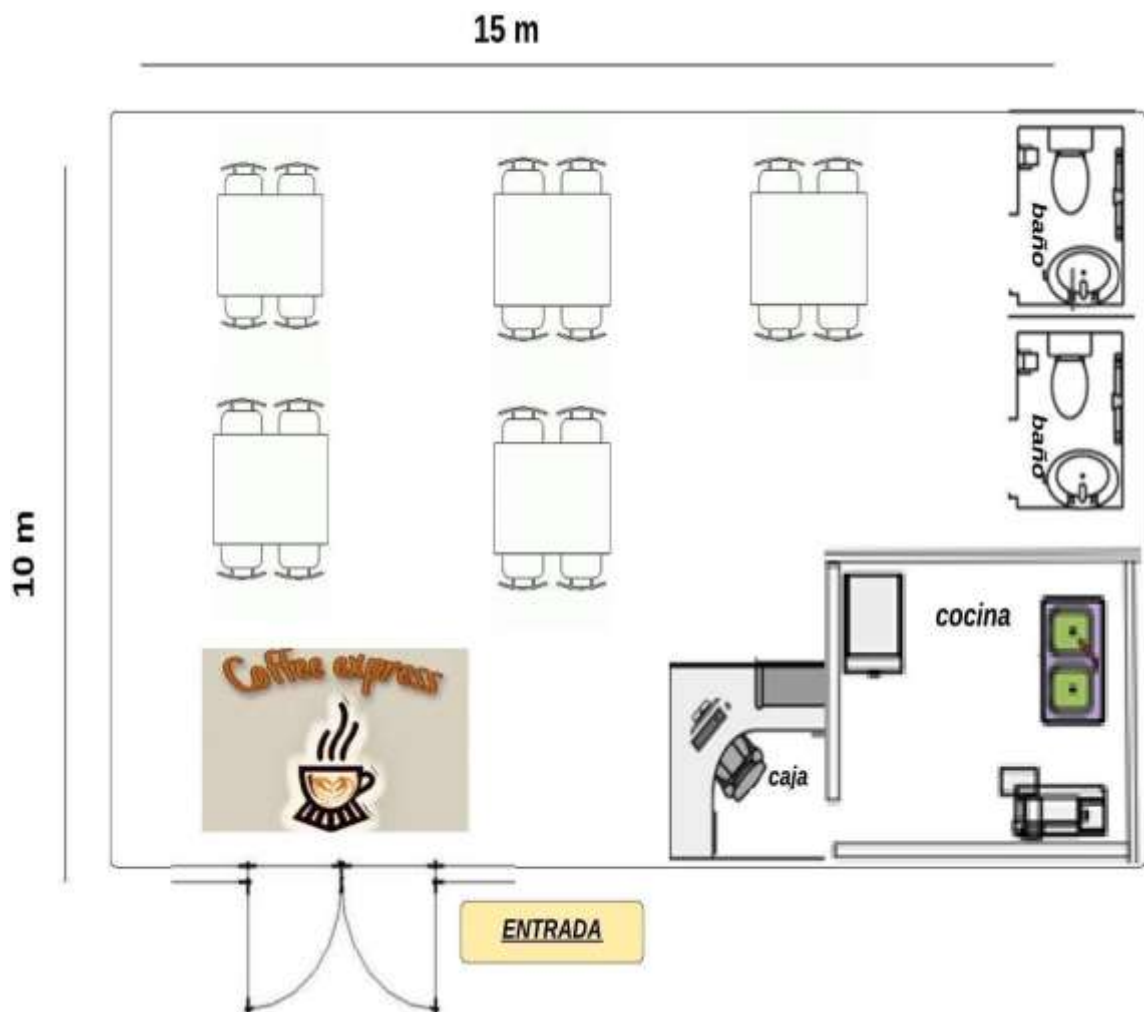
<b>Descripción</b>	<b>Numero</b>
Gerente	1
Cajero	1
Cocinero	1
Mesero	1

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.5.4.1 Infraestructura del negocio

La cafetería coffee express estará ubicado en la ciudad de Guaranda en un sector estratégico en la av. Eliza Mariño de Carvajal frente al terminal de Guaranda, en un amplio y elegante local para que los clientes se sientan cómodos.

Para que la cafetería tenga un buen funcionamiento esta debe tener una adecuada infraestructura, distribuida adecuadamente en espacios según las necesidades, está distribuida en áreas administrativas y operativas dentro de ellas hay una cocina para que el cocinero o barista pueda preparar los productos a ofertar, hay dos baños una para damas y otra para caballeros, un amplio salón donde los clientes van a poder disfrutar de sus productos y un espacio que está diseñado para la persona que va a realizar los cobros.



**Ilustración 9-4:** Infraestructura del negocio.  
**Elaborado por:** Hinojoza, C. 2021.

## **4.6 Permisos necesarios**

Para que una cafetería pueda abrir sus puertas, es muy fundamental que la documentación se encuentre en regla, deberá cumplir con todos los requisitos y permisos legales, para que pueda iniciar su actividad.

### **4.6.1 Registro único de contribuyentes**

Según (SRI, 2019). Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria.

Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.

Para obtener un RUC se necesitan los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad el representante legal
- Certificado de votación
- Factura o planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono, para ubicación del establecimiento.
- Patente Municipal, Permiso de Bomberos

### **4.6.2 Patente**

El patente municipal es un documento obligatorio para las personas naturales, jurídicas sociedades, que tienen establecimientos que ejercen actividades habituales como comerciales, industriales, financieras, se debe realizar un respectivo pago anual a los municipios, para obtener un patente se deberá realizar los siguientes requisitos: (Victoria, 2019).

- Copia del RUC
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación
- Formulario de declaración del impuesto de patentes.

- Formulario para categorización.

#### **4.6.3 Permiso de Bomberos**

El permiso de bomberos es un documento que es obligatorio para un establecimiento comercial, pero a más de ello este documento representa un aval de seguridad para los ciudadanos y futuros clientes, si se quiere adquirir este documento se tendrá que llenar una formulación de solicitud de inspección, se tiene que esperar a que se realice la inspección y una vez que se realice dicho control en el negocio se puede seguir realizando los demás tramites que consisten en ciertos requisitos: (*Guaranda, 2019*).

- Informe de inspección del Cuerpo de Bomberos
- Copia de cedula y papeleta de votación del propietario
- Copia actualizada del RUC
- Copia del último pago del impuesto predial
- Copia del pago de la Tasa de Bomberos del año en curso.

#### **4.6.4 Permiso de sanidad**

Según (*Sanitaria, Agencia Nacional de Regulacion control y vigilancia, 2016*) el permiso de sanidad es el documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, e importar un alimento con destino al consumo humano.

Para que un establecimiento pueda abrir sus puertas para el funcionamiento deberá tener un permiso que este sujeto a control y vigilancia sanitaria, que cumpla con todos los requisitos establecidos en la normativa vigente, para este se deberá tener los siguientes requisitos

- Para obtener el permiso de sanidad primero hay que ingresar a la página del ARCSA y registrarse para obtener un usuario, y contraseña.
- Cuando ya se haya registrado, se podrá pedir el permiso de funcionamiento
- Se deberá llenar un formulario con todos los datos requeridos
- Posteriormente deberá cancelar el pago impuesto por la entidad



- Recibido el pago ya mencionado
- Podrá imprimir el permiso de funcionamiento

#### **4.6.5 Presupuesto de gasto constitución**

Estudiados los requisitos para abrir un establecimiento comercial, es por ello que voy a detallar los gastos de cada uno de los requisitos para tener en cuenta en los gastos, este lo detallamos en la siguiente tabla:

**Tabla7-6:** Gasto Constitución

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
RUC	---
Patente	163,20
Permiso de Bomberos	8
Permiso de sanidad	245,58
<b>Total, de gastos constitución</b>	<b>416,78</b>

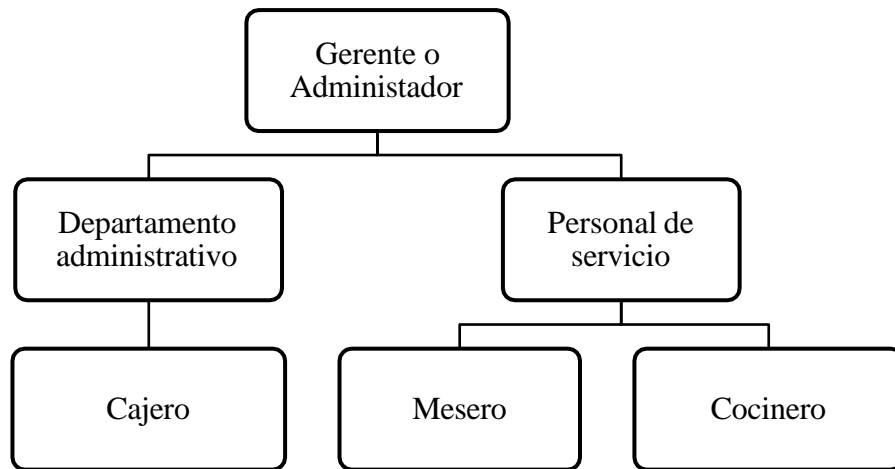
Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

### **4.7 Estudio organizacional**

Un estudio organizacional es una herramienta que ayuda a conocer la capacidad operativa y organizacional del proyecto ya que a través del vamos a medir y evaluar las fortalezas y debilidades en los planes de trabajo en definitiva se va a medir el personal según el conocimiento administrativo financiero y comercial, y como se va a operar cuando el establecimiento abra las puertas, es por ello por lo que se debe realizar un organigrama.

#### **4.7.1 Organigrama estructural**

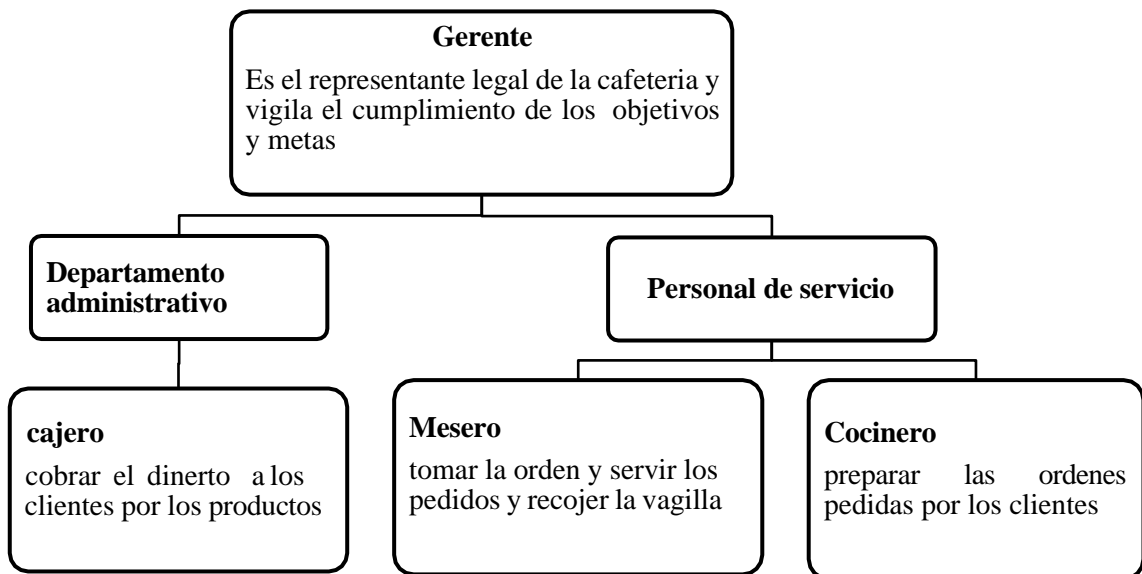
El organigrama estructural es una representación gráfica en donde representa los diferentes niveles jerárquicos de puestos dentro de la empresa, este tiene como propósito establecer un sistema jerárquico para que las funciones cumplan con sus labores sin dificultad y se obtenga un mayor rendimiento y rentabilidad dentro de la empresa o emprendimiento



**Ilustración 10-4:** Infraestructura del negocio.  
 Elaborado por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.7.2 Organigrama funcional

El organigrama funcional nos ayuda a conocer con exactitud las tareas que deben cumplir cada uno de los puestos designados de esta manera los encargados deberán cumplir con sus funciones encomendadas.



**Ilustración 11-4:** Infraestructura del negocio.  
 Elaborado por: Hinojoza, C. 2021.

### **4.7.3 Descripción de funciones**

#### **Gerente:**

- Es la persona que está encargada en dirigir gestionar o administrar una sociedad o entidad, este busca cumplir con objetivos y metas planteadas.
- Distribuir las funciones para el personal de la cafetería, y estar pendiente de que se realicen las actividades con excelencia.
- Aprobar el listado de compras y buscar proveedores cumplidos.
- Supervisar que la maquinaria funcione correctamente.

#### **Cajero:**

- Es el encargado de cobrar el dinero de los clientes.
- Maneja la caja registradora y realiza el informe final del día.
- Elabora la factura por productos consumidos
- Realiza el arqueo de caja para verificar la cantidad de Dinero

#### **Mesero:**

- Esta encargada de realizar un servicio personalizado con el cliente.
- Da información de los productos que se oferta en la cafetería.
- Toma los pedidos y está encargada de comunicar al cocinero del pedido.
- Esta encargada de llevar el pedido a la mesa del cliente.
- Asegurar que las mesas estén limpias y ordenadas.

#### **Cocinero:**

- Esta Persona esta encardo de elaborar los productos que son pedidos por los clientes, estos productos deben ser de buena calidad para que el cliente desee regresar.
- Hacer un listado de los insumos y productos que va a necesitar para la elaboración de los productos
- Ser responsables de la maquinaria, utensilios, dentro de la cocina.
- Realizar periódicamente un inventario de los activos de la cocina

## 4.8 Estudio financiero

### 4.8.1 Inversión fija

La inversión fija es todo tipo de activos que son utilizados para que una empresa pueda iniciar sus operaciones, por lo que dentro de mi inversión fija se detallaran la maquinaria y el equipo necesario para que la cafetería pueda iniciar sus actividades, los mismo que se mostraran a continuación:

**Tabla 26-4:** Maquinaria

Cantidad	Maquinaria	Precio/Unitario	Total
1	Batidora	120	120
1	Sanducheras Oster Ckstsm3884	80	80
1	Dispensador Café, Expreso, americano, Capuchino.	1200	1200
1	Refrigeradora Indurama	600	600
1	Cocina Eléctrica	500	500
1	Crepera Oster	80	80
1	Juego De Ollas	80	80
1	Waflera Oster	100	100
1	Extracto De Jugos	80	80
<b>TOTAL</b>			<b>2840</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 27-4:** Muebles y enseres

Cantidad	Muebles Y Enseres	Precio/Unitario	Total
8	Mantelería	20	160
8	Mesas de maderas	50	400
1	Vitrinas panorámicas	200	200
32	Sillas de maderas	20	640
2	sillas giratorias	75	150
1	Archivador	100	100
1	Escritorio	160	160
<b>TOTAL</b>			<b>1810</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 28-4:** Equipo de Computo

Cantidad	Equipo De Computo	Precio/Unitario	Total
1	Computadora	500	500
1	Impresora Epson 31-10	300	300
<b>TOTAL</b>			<b>800</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 29-4:** Equipos de Oficina

Cantidad	Equipo De Oficina	Precio/Unitario	Total
1	Teléfono Panasonic	50	50
1	Caja Registradora ED COMERCIO	500	500
<b>TOTAL</b>			<b>550</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 30-4:** Otros Activos

Cantidad	Otros Activos	Precio/Unitario	Total
1	Extintor	80	80
1	Botiquín Primeros Auxilios	30	30
<b>TOTAL</b>			<b>110</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 31-4:** Menaje

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
30	Platos De Cerámica	2	60
30	Tazas De Cerámica	1,5	45
30	Cucharas Pequeñas Metálicas	0,8	24
15	Jarras De Cerámica	3	45
30	Vasos De Vidrio	0,6	18
160	Vasos Térmicos Desechables	0,45	72
5	Cucharas De Plástico (Paquetes)	0,8	4
5	Sorbetes (Paquetes)	2	10
10	Azucareras	1,5	15
20	Juegos De Cubiertos	2	40
4	Servilletas (Paquetes)	0,5	2
3	Cucharones De Metal	3	9
2	Tablas	2,5	5
2	Recipientes De Metal	4	8
1	Juegos De Cuchillos	10	10
<b>TOTAL</b>			<b>367</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.8.2 *Inversión diferida*

En la inversión diferida entra todos los gastos indispensables que se van a realizar para que la cafetería pueda iniciar las operaciones comerciales dentro de este proyecto se utilizaron las siguientes cuentas:

**Tabla 32-4:** Gasto Constitución

<b>Gasto Constitución</b>	<b>Valor</b>
RUC	0
Patente	163,2
permiso de bomberos	8
Permiso de sanidad	245,58
<b>TOTAL</b>	<b>416,78</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 33-4:** Gasto Instalación

<b>Gasto Instalaciones</b>	<b>Valor</b>
Readecuaciones	1000
<b>TOTAL</b>	<b>1000</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 34-4:** Gasto Publicidad

<b>Gasto Publicidad</b>	<b>Valor</b>
100 volantes	20
Publicidad por radio	40
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

### 4.8.3 *Capital inicial de trabajo*

Dentro del capital de trabajo se encuentran los recursos que se necesitan para que una empresa pueda operar con normalidad, es decir, son todos los activos que una empresa necesita para realizar sus funciones.

**Tabla 35-8:** Capital de Trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	<b>Valor</b>
Arriendo	\$ 200,00
útiles de oficina	\$ 27,80
Suministros	\$ 36,00
Internet	\$ 25,00
Materia prima	\$ 2.667,60
Servicios básicos (Agua, luz, teléfono)	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.046,40</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.8.4. Inversión inicial

Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que tiene que ser invertido para poner en marcha, el proyecto.

**Tabla 36-8:** Inversión Inicial

<b>INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 6.477,00</b>
Maquinaria de producción	\$ 2.840,00
muebles y enseres	\$ 1.810,00
Menaje	\$ 367,00
Equipo de computo	\$ 800,00
Equipo de oficina	\$ 550,00
Otros Activos	\$ 110,00
<b>INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 1.476,78</b>
Gasto constitución	\$ 416,78
Gasto instalación	\$ 1.000,00
Gasto publicidad	\$ 60,00
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 3.046,40</b>
Arriendo	\$ 200,00
Útiles de oficina	\$ 27,80
Suministros	\$ 36,00
Internet	\$ 25,00
Materia prima	\$ 2.667,60
Servicios básicos (Agua, luz, teléfono)	\$ 90,00
<b>TOTAL: INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 11.000</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.8.5 Inversión del capital

El proyecto de la creación de la cafetería aportara el 36% de capitales propios y buscara el 64% en recursos de terceros obteniendo.

**Tabla 37-4:** Inversión del Capital

DESCRIPCION	TOTAL (USD)	PARCIAL%
Capitales Propios	4000	36%
Recursos De Terceros	7000	64%
<b>TOTAL</b>	<b>11000</b>	<b>100%</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Se obtendrá un préstamo de 7000 dólares en el banco BAN Ecuador a dos años, debido a que aún no se cuenta con el capital inicial para poner en marcha el proyecto

**Tabla 38-4:** Tabla de Amortización

Monto (USD)	Plazo	PYME	Tasa Nominal (%)
7.000	2 años	Comercio y Servicio	9,76%
<b>Tabla de amortización del año</b>	Años	Interés	Cuota
	1	536,86	\$ 3.866,88
	2	196,9	\$ 3.866,88

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.8.6 depreciación y amortización

**Tabla 39-4:** Cuadro de depreciación

Concepto	valor	año	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	total	Valor salvamiento
Maquinaria	\$2.840	10	\$ 284	\$ 284	\$ 284	\$ 284	\$ 284	\$ 1.420	\$ 1.420
Equipo De Computo	\$ 800	3	\$ 267	\$ 267	\$ 267			\$ 800	\$ -
Equipo De Oficina	\$ 550	10	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 275	\$ 275
Muebles Y Enseres	\$1.810	10	\$ 181	\$ 181	\$ 181	\$ 181	\$ 181	\$ 905	\$ 905
<b>Total</b>	<b>\$ 6.000</b>		<b>\$ 787</b>	<b>\$ 787</b>	<b>\$ 787</b>	<b>\$ 520</b>	<b>\$ 520</b>	<b>\$ 3.400</b>	<b>\$ 2.600</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 40-4:** Cuadro de Amortización

Detalle	valor	años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	total	Vsal.
Gato Constitución	416,78	5	83,36	83,36	83,36	83,36	83,36	416,78	0
Gasto Instalación	1000	5	200	200	200	200	200	1000	0
<b>Total</b>	<b>1416,78</b>	<b>10</b>	<b>283,4</b>	<b>283,4</b>	<b>283,4</b>	<b>283,4</b>	<b>283,4</b>	<b>1416,8</b>	<b>0</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9 Estudio costo operacional

##### 4.9.1. Costos de producción

Dentro de los costos de producción se encuentra la: materia prima, mano de obra y demás gastos que tendrán que cubrir la cafetería, para definir el costo total de materia prima se ha estudiado las proporciones que se utilizaran para cada uno de los productos que ofertara la cafetería.



**Tabla 41-4:** Costo del Producto

Café Americano	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>costo unidad</b>	<b>valor total</b>	<b>costo total</b>
	Agua	140	Mililitro	\$ 1,00	1000	\$ 0,001	\$ 0,140	\$ 0,28
	Café	20	Gramos	\$ 2,50	500	\$ 0,005	\$ 0,100	
	azúcar	40	Gramos			\$ 0,001	\$ 0,040	
Café capuchino	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Costo total</b>
	chocolate	10	Gramos	\$ 3,00	500	\$ 0,006	\$0,060	\$ 0,35
	Café	20	gramos	\$ 2,50	500	\$ 0,005	\$ 0,100	
	azúcar	30	Gramos			\$ 0,001	\$ 0,030	
	Leche	130	mililitro	\$ 1,00	1000	\$ 0,001	\$ 0,130	
Canela	2	gramos	\$ 0,25	20	\$ 0,013	\$ 0,025		
Café express	<b>descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>unidad</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>valor total</b>	<b>costo total</b>
	agua	140	Mililitro	\$ 1,00	1000	\$ 0,001	\$ 0,14	\$ 0,31
	Café	30	gramos	\$ 2,00	400	\$ 0,01	\$ 0,15	
	azúcar	20	Gramos			\$ 0,001	\$ 0,02	
Chocolate	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Costo Total</b>
	Chocolate	30	gramos	\$ 2,00	500	\$ 0,004	\$ 0,12	\$ 0,39
	Leche	100	Mililitro	\$ 1,00	1000	\$ 0,001	\$ 0,10	
	azúcar	10	gramos			\$ 0,001	\$ 0,01	
	chocolate b	20	gramos	\$ 3,00	500	\$ 0,006	\$ 0,12	
canela	3	Gramos	\$ 0,25	20	\$ 0,013	\$ 0,04		
Frappe	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Costo Total</b>
	Hielo	2	tazas	\$ 2,00		0,001	\$ 0,00	\$ 0,48
	Leche	100	Mililitro	\$ 1,00	1000	0,001	\$ 0,10	
	café	20	gramos	\$ 3,00	500	0,006	\$ 0,12	
	vainilla	2	Cuchara	\$ 1,60	100	0,016	\$ 0,03	
	canela	3	Gramos	\$ 0,25	20	0,0125	\$ 0,04	
	chantilly	10	Gramos	\$ 1,60	100	0,016	\$ 0,16	
azúcar	30	gramos			0,001	\$ 0,03		
Batidos	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>unidad</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>costo unitario</b>	<b>valor total</b>	<b>costo total</b>
	leche	140	Mililitro	\$ 1,00	1000	\$ 0,001	\$ 0,140	\$ 0,34
	azúcar	30	Gramos	\$ 2,50	500	\$ 0,005	\$ 0,150	
	fruta	50	Gramos	\$ 1,00		\$ 0,001	\$ 0,050	
Sanduches de queso	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>precio unidad</b>	<b>contenid o unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Costo total</b>
	Pan	1	unidad	\$ 0,30		\$ 0,300	\$ 0,300	\$ 0,35
	Queso	10	Gramos	\$ 2,00	1000	\$ 0,002	\$ 0,040	
mantequilla	5	kl	\$ 3,50	250	\$ 0,001	\$ 0,005		

Sanduches de mortadela	Descripción	Cantidad	Unidad	precio unidad	contenid o unidad	Costo Unitario	Valor Total	Costo Total
	Pan tapado	1	Unidad	\$ 0,30		0,3	\$ 0,30	\$ 0,39
lechuga	1	.....	\$ 1,00		0,001	\$ 0,001		
tomate	1	.....	\$ 1,00		0,001	\$ 0,001		
mortadela	10	gramos	\$ 3,00	500	0,006	\$ 0,06		
mayonesa	5	Gramos	\$ 2,50	400	0,00625	\$ 0,02		
Sanduches de jamón	Descripción	Cantidad	Unidad	precio unidad	contenid o unidad	Costo Unitario	Valor Total	Costo Total
	Pan tapado	1	Unidad	\$ 0,30		0,3	\$ 0,30	\$ 0,41
lechuga	1	.....	\$ 1,00		0,001	\$ 0,001		
tomate	1	.....	\$ 1,00		0,001	\$ 0,001		
jamón	10	gramos	\$ 3,00	500	0,006	\$ 0,08		
queso	30	kl	\$ 2,00	1000	0,002	\$ 0,03		
Wafles	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unidad	contenid o unidad	Costo Unitario	Valor Total	Costo Total
	harina	200	Gramos			0,001	\$ 0,20	\$ 1,42
Leche	100	Mililitro	\$ 1,00	1000	0,001	\$ 0,15		
huevos	2	unidad	\$ 0,10		0,1	\$ 0,20		
mantequilla	20	gramos	\$ 2,50	500	0,006	\$ 0,12		
P. hornear	5	Gramos	\$ 1,50	100	0,015	\$ 0,08		
Helado	100	Gramos	\$ 3,50	1000	0,004	\$ 0,35		
Chocolate	10	Gramos	\$ 2,50	500	0,01	\$ 0,05		
Guineo	1	Libra	\$ 1		0,10	\$ 0,10		
Frutilla	1	Libra	\$ 1		0,10	\$ 0,10		
chantilly	20	Gramos	\$ 1,60	1000	0,002	\$ 0,03		
azúcar	30	gramos			0,001	\$ 0,03		
creps	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unidad	contenid o unidad	Costo Unitario	Valor Total	Costo Total
	harina	120	Gramos			0,001	\$ 0,12	\$ 1,23
Leche	100	Mililitro	\$ 1,00	1000	0,001	\$ 0,10		
huevos	2	unidad	\$ 0,10		0,1	\$ 0,20		
mantequilla	20	gramos	\$ 3,00	500	0,006	\$ 0,12		
chantilly	20	Gramos	\$ 1,60	1000	0,002	\$ 0,03		
Nutella	20	Gramos	\$ 14	750	0,02	\$ 0,37		
Chocolate	10	Gramos	\$ 2,50	500	0,01	\$ 0,05		
Guineo	1	Libra	\$ 1		0,10	\$ 0,10		
Frutilla	1	Libra	\$ 1		0,10	\$ 0,10		
azúcar	20	gramos			0,001	\$ 0,02		

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.2 Materia Prima

Se ha calculado los costos de cada uno de los productos para conocer exactamente la cantidad de materia que vamos a utilizar para la elaboración de cada uno de los productos diario, mensual y anual en la cafetería.

**Tabla 42-4:** Materia Pima

<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor Total Diario</b>	<b>Valor Mensual</b>
fundas de leche	litro	2000	\$ 0,001	\$ 2,0	\$5
café	Gamos	500	\$ 0,03	\$15,00	\$ 390
cremas de vainilla	Gramos	250	\$ 0,03	\$ 8,00	\$195
chocolate en polvo	gramos	250	\$ 0,03	\$ 8,00	\$ 195
pan banquete	unidad	200	\$ 0,30	\$ 60,00	\$300
mayonesa	gramos	500	\$ 0,005	\$ 3,00	\$ 65
mortadela	gramos	100	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 130
jamón	Gramos	100	\$ 0,06	\$ 6,00	\$ 156
tomate riñón (lb)	libras	4	\$ 1,50	\$ 6,00	\$156
lechuga	unidad	5	\$ 0,60	\$ 3,00	\$78
queso	gramos	200	\$ 0,02	\$ 4,00	\$104
harina (quintal)	quintal	1000	\$ 0,001	\$ 1,00	\$ 26
polvo de hornear	gramos	100	\$ 0,015	\$ 2,00	\$ 39
sal (fundas)	gramos	100	\$ 0,001	\$ 0,1	\$ 3
canela en polvo	gramos	100	\$ 0,02	\$ 2,00	\$ 52
huevos (cubetas)	cubetas	30	\$ 0,10	\$ 3,00	\$78
mantequilla	gramos	500	\$0,001	\$ 1,00	\$ 13
Frutilla (lb)	libras	10	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 200
mora (lb)	libras	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 200
Azúcar	Gramos	1000	\$ 0,001	\$ 1,00	\$ 26
Frutilla (lb)	libras	5	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 100
banana	kilogramos	5	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 100
hielo	gamos	300	\$ 0,001	\$ 5,00	\$ 10
<b>TOTAL, MENSUAL</b>				<b>\$ 163</b>	<b>\$ 2.668</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>					<b>\$ 32.011</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.3. Mano de obra

La mano de obra dentro de una empresa es muy importante para la elaboración de los productos, dentro de este proyecto se ha optado por tener solo tres empleados, debido que es un negocio nuevo, posteriormente se evaluara otras contrataciones.

**Tabla 43-4:** Salarios Empleados

N.º	Cargo	Sueldo	Total, De Ingresos	Deducciones 9,45% Ap. IESS	Total, Egresos	Total, A Recibir Mensual	Total, A Recibir Anual
<b>Personal Administrativo</b>							
1	gerente	\$ 400	\$ 400	\$ 37,8	\$ 38	\$ 362	\$ 4.346
<b>Personal en ventas</b>							
1	mesero	\$ 400	\$ 400	\$ 37,8	\$ 38	\$ 362	\$ 4.346
<b>Personal Operacional</b>							
1	cocinero	\$ 400	\$ 400	\$ 37,8	\$ 38	\$ 362	\$ 4.346
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.200</b>	<b>\$ 1.200</b>	<b>\$ 113,4</b>	<b>\$ 113</b>	<b>\$ 1.087</b>	<b>\$ 13.039</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Tabla 44-4:** Cuadro de Provisiones

Cargo	Total, Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos Reserva	Total, Mensual	Total, Anual
<b>Personal Administrativo</b>								
gerente	\$ 362	\$ 33	\$ 33	\$ 45	\$ 17	\$ 33	\$ 473	\$ 5.679
<b>Personal en ventas</b>								
mesero	\$ 362	\$ 33	\$ 33	\$ 45	\$ 17	\$ 33	\$ 473	\$ 5.679
<b>Personal Operacional</b>								
cocinero	\$ 362	\$ 33	\$ 33	\$ 45	\$ 17	\$ 33	\$ 473	\$ 5.679
<b>Total</b>	<b>\$ 1.086</b>	<b>\$ 100</b>	<b>\$ 100</b>	<b>\$ 134</b>	<b>\$ 50</b>	<b>\$ 100</b>	<b>\$ 1.420</b>	<b>\$ 17.038</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.4 Costos indirectos de fabricación

**Tabla 44-4:** Costo Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos De Fabricación	Costo Mensual
Energía Eléctrica	\$ 50
Agua	\$ 10
Internet	\$ 25
Teléfono	\$ 30
Mano De Obra Indirecta	\$ 1.420
<b>Total, Costos De Fabricación</b>	<b>\$ 1.535</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.5. Costos de Producción por producto

Se ha logrado determinar el costo de materia prima, de mano de obra y los costos indirectos de fabricación para así conocer cuál será el costo total de cada uno de los productos

**Tabla 45-4:** Costo de Producción

producto	materia prima	mano de obra	costos indirectos de fabricación	costo total por producto
café americano	\$ 0,28	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,72
capuchino	\$ 0,35	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,79
express	\$ 0,31	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,75
chocolate	\$ 0,39	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,83
Frappe	\$ 0,48	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,92
batidos	\$ 0,34	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,78
Sanduches de queso	\$ 0,35	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,79
Sanduches de mortadela	\$ 0,39	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,83
Sanduches de jamón	\$ 0,41	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 0,85
waffles	\$ 1,42	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 1,86
creps	\$ 1,23	\$ 0,21	\$ 0,23	\$ 1,67

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.5 Ingresos

Son todas las ganancias que la empresa va a obtener, se obtuvo la ganancia calculando el costo de producción multiplicado el margen de utilidad que se quiere obtener.

**Tabla 46-4:** Ingresos

	costo de producción	margen utilidad	precio venta	unidades por día	unidades mensuales	unidades anuales	Ingresos anuales
café américo	\$ 0,72	75%	\$ 1,5	15	390	4680	\$ 6.880
café capuchino	\$ 0,79	80%	\$ 2	15	390	4680	\$ 7.418
café express	\$ 0,75	70%	\$ 1,5	12	312	3744	\$ 5.429
chocolate	\$ 0,83	70%	\$ 2	15	390	4680	\$ 7.149
Frappe	\$ 0,92	60%	\$ 2	15	390	4680	\$ 7.121
batidos	\$ 0,78	50%	\$ 1	12	312	3744	\$ 4.792
Sanduches queso	\$ 0,79	40%	\$ 1	11	299	3588	\$ 4.251
Sanduches mortadela	\$ 0,83	60%	\$ 1,4	15	390	4680	\$ 6.708
Sanduches de jamón	\$ 0,85	60%	\$ 1,5	15	390	4680	\$ 6.801
waffles	\$ 1,86	80%	\$ 3	15	390	4680	\$12.435
Creps	\$1,67	80%	\$ 2,50	15	390	4680	\$11.538
<b>TOTAL</b>			<b>15,06</b>	<b>155</b>	<b>4043</b>	<b>48516</b>	<b>80.521</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.6 Costos fijos proyectados

Los costos fijos son cantidades que la cafetería tendrá que pagar de forma fija cada mes, posteriormente se presenta los costos fijos proyectado para cinco años, cabe mencionar que la proyección de los rubros será en base a la tasa de inflación que según el banco central del Ecuador y es del 0,10% (CEMLA, 2021)

**Tabla 47-4:** Costos fijos proyectados

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gasto arriendo	\$ 2.400	\$2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400
Gastos servicios básicos	\$1.080	\$ 1.080	\$1.080	\$1.080	\$1.080
Gasto sueldo y salario	\$ 17.038	\$ 17.038	\$ 17.038	\$ 17.038	\$ 17.038
amortización	\$ 283	\$ 283	\$283	\$ 283	\$283
gasto depreciación	\$787	\$ 787	\$ 787	\$787	\$ 787
Otros activos	\$ 1.320	\$ 1.320	\$1.320	\$ 1.320	\$ 1.320
<b>Total</b>	<b>\$ 22.908</b>	<b>\$ 22.908</b>	<b>\$ 22.908</b>	<b>\$ 22.908</b>	<b>\$ 22.908</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.7 Costos variables proyectados

Los costos variables son valores que la cafetería tendrá que cancelar para la producción de sus productos, estos rubros serán variables, es por ellos que al realizar la proyección se calculó con la tasa de inflación del 0,10% del banco central.

**Tabla 48-4:** Costos variables proyectados

costos variables proyectados	Año 1	Año 2		Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$ 32.011	\$ 32043,21		\$ 32075,25	\$ 32107,33	\$ 32139,44
Gasto financiero	\$ 537	\$ 196,9				
Gasto publicidad	\$ 720	\$ 720,72		\$ 721,44	\$ 722,16	\$ 722,88
Total, de costos variables	\$ 32.548	\$ 32960,83		\$ 32796,70	\$ 32829,492	\$ 32862,32

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.6 Balance general

**Tabla 49-4:** Balance General Proyectado

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Activo</b>					
Caja/ Bancos	\$ 3.046	\$ 3.046	\$ 3.046	\$ 3.046	\$ 3.046
<b>Activo Corriente</b>	<b>\$ 3.046</b>	<b>\$ 3.046</b>	<b>\$ 3.046</b>	<b>\$ 3.046</b>	<b>\$ 3.046</b>
<b>Tangible</b>					
Maquinaria	\$ 2.840	\$ 2.840	\$ 2.840	\$ 2.840	\$ 2.840
Depreciación Acumulada	\$ 284	\$ 284	\$ 284	\$ 284	\$ 284
Muebles Y Enseres	\$ 1.810	\$ 1.810	\$ 1.810	\$ 1.810	\$ 1.810
Depreciación Acumulada	\$181	\$ 181	\$ 181	\$181	\$ 181
Equipo De Computo	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800
Depreciación Acumulada	\$ 267	\$ 267	\$ 267		
Equipos De Oficina	\$ 550	\$ 605	\$ 666	\$ 732	\$ 805
Depreciación Acumulada	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55
Útiles De Oficina	\$ 334	\$ 367	\$ 404	\$ 444	\$ 488
<b>Realizable</b>					
Materia Prima	\$ 32.011	\$ 32.043	\$ 32075,25	\$ 32107,33	\$ 32139,44
<b>Total, Tangibles</b>	<b>\$ 40.605</b>	<b>\$ 40.725</b>	<b>\$ 40.854</b>	<b>\$ 41.260</b>	<b>\$ 41.410</b>
<b>No Tangible</b>					
Constitución	\$ 416,78				
Publicidad	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
<b>Total, No Tangibles</b>	<b>\$ 1.137</b>	<b>\$ 720</b>	<b>\$ 720</b>	<b>\$ 720</b>	<b>\$ 720</b>
<b>Total, Activo</b>	<b>\$ 44.788</b>	<b>\$ 44.491</b>	<b>\$ 44.621</b>	<b>\$ 45.026</b>	<b>\$ 45.176</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Pasivo Circulante</b>	<b>\$ 6803,74</b>	<b>\$ 6463,78</b>	<b>\$ 2400</b>	<b>\$ 2400</b>	<b>\$ 2400</b>
Arriendo Por Pagar	\$ 2400	\$ 2400	\$ 2400	\$ 2400	\$2400
Intereses Por Pagar	\$ 536,86	\$ 196,9	0	0	0
Préstamo Bancario	\$ 3.867	\$3.867	0	0	0
<b>Pasivo No Circulantes</b>	<b>\$ 17.038</b>	<b>\$ 17.038</b>	<b>\$ 17.038</b>	<b>\$ 17.038</b>	<b>\$ 17.038</b>
Salarios	\$ 17.038	\$ 17.038	\$ 17.038	\$ 17.038	\$ 17.038
<b>Total, Pasivo</b>	<b>\$ 23.841</b>	<b>\$ 23.501</b>	<b>\$ 19.438</b>	<b>\$ 19.438</b>	<b>\$ 19.438</b>
capital	\$ 7.041	\$ 6.130	\$ 6.985	\$ 6.460	\$ 5.838
Utilidad del ejercicio	\$ 13.905	\$ 14.859	\$ 18.198	\$ 19.128	\$ 19.900
<b>total, patrimonio</b>	<b>20946,4</b>	<b>20989,2</b>	<b>25183,2</b>	<b>25588,3</b>	<b>25738,2</b>
<b>TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 44.788</b>	<b>\$ 44.491</b>	<b>\$ 44.621</b>	<b>\$ 45.026</b>	<b>\$ 45.176</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.7 Estado de resultado

**Tabla 50-4:** Estado de resultado proyectado

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Ingresos	\$ 80.521	\$ 81.728	\$ 82.954	\$ 84.199	\$ 85.462
Costos de ventas	\$ 46.585	\$ 46.637	\$ 46.689	\$ 46.474	\$ 46.526
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 33.935</b>	<b>\$ 35.092</b>	<b>\$ 36.265</b>	<b>\$ 37.724</b>	<b>\$ 38.935</b>
<b>Gastos Operacionales</b>					
Gastos Administración					
Sueldos y salarios	\$ 5.679	\$ 5.679	\$ 5.679	\$ 5.679	\$ 5.679
<b>Total, Gasto Administración</b>	<b>\$ 5.679</b>	<b>\$ 5.679</b>	<b>\$ 5.679</b>	<b>\$ 5.679</b>	<b>\$ 5.679</b>
Gastos Ventas					
Gasto de Publicidad	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
Gasto otros Activos	\$ 1.320	\$ 1.320	\$ 1.320	\$ 1.320	\$ 1.320
<b>Total, Gasto Ventas</b>	<b>\$ 2.040</b>	<b>\$ 2.040</b>	<b>\$ 2.040</b>	<b>\$ 2.040</b>	<b>\$ 2.040</b>
Gastos Financieros					
Interés Préstamo	\$ 536,86	\$ 196,9			
amortización bancaria	\$ 3.867	\$ 3.867			
<b>Total, Gasto Financiero</b>	<b>\$ 4403,74</b>	<b>\$ 4063,78</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total, Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 12.123</b>	<b>\$ 11.783</b>	<b>\$ 7.719</b>	<b>\$ 7.719</b>	<b>\$ 7.719</b>
Utilidad Antes de Participación Trabajadores	\$ 21.812	\$ 23.309	\$ 28.546	\$ 30.005	\$ 31.216
15% Participación Trabajadores	\$ 3.272	\$ 3.496	\$ 4.282	\$ 4.501	\$ 4.682
Utilidad Antes de 25% de Impuesto a la Renta	\$ 18.541	\$ 19.812	\$ 24.264	\$ 25.504	\$ 26.534
25% Impuesto a la Renta	\$ 4.635	\$ 4.953	\$ 6.066	\$ 6.376	\$ 6.633
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 13.905</b>	<b>\$ 14.859</b>	<b>\$ 18.198</b>	<b>\$ 19.128</b>	<b>\$ 19.900</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



#### 4.9.8 Flujo del efectivo

**Tabla 51-4:** Flujo del efectivo

	año 0	año 1	año 2	año3	año4	año5
Ingresos		\$ 80.521	\$ 81.728	\$ 82.954	\$ 84.199	\$ 85.462
Costo Ventas		\$ 46.585	\$ 46.637	\$ 46.689	\$ 46.474	\$ 46.526
Utilidad Bruta		\$ 33.935	\$ 35.092	\$ 36.265	\$ 37.724	\$ 38.935
Gastos Operacionales		\$ 12.123	\$ 11.783	\$ 7.719	\$ 7.719	\$ 7.719
Gastos Administración		\$ 5.679	\$ 5.679	\$ 5.679	\$ 5.679	\$ 5.679
Gasto En Ventas		\$ 2.040	\$ 2.040	\$ 2.040	\$ 2.040	\$ 2.040
Gasto Financieros		\$ 4403,74	\$ 4063,78	0		
<b>Utilidad Antes De Participación E Impuesto</b>		<b>\$ 21.812</b>	<b>\$ 23.309</b>	<b>\$ 28.546</b>	<b>\$ 30.005</b>	<b>\$ 31.216</b>
15% Participación Trabajadores		\$ 3.272	\$ 3.496	\$ 4.282	\$ 4.501	\$ 4.682
<b>Utilidad Antes De 25% De Impuesto A La Renta</b>		<b>\$ 18.541</b>	<b>\$ 19.812</b>	<b>\$ 24.264</b>	<b>\$ 25.504</b>	<b>\$ 26.534</b>
25% Impuesto A La Renta		\$ 4.635	\$ 4.953	\$ 6.066	\$ 6.376	\$ 6.633
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 13.905</b>	<b>\$ 14.859</b>	<b>\$ 18.198</b>	<b>\$ 19.128</b>	<b>\$ 19.900</b>
Depreciación		\$ 787	\$ 787	\$ 787	\$ 520	\$ 520
Amortización		\$ 283,356	\$ 283,356	\$ 283,356	\$ 283,356	\$ 283,356
Valor De Salvamiento						\$ 2.600
Capital De Trabajo		\$3046,4	\$ 3046,4	\$ 3046,4	\$ 3046,4	\$ 3046,4
Fija	6477					
Tangible	1476,78					
Capital Operacional	3046,4					
recuperación del capital de trabajo						
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>11000</b>	<b>\$ 14.975</b>	<b>\$ 15.929</b>	<b>\$ 19.268</b>	<b>\$ 19.932</b>	<b>\$ 20.704</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

#### 4.9.9 VAN

El VAN es una herramienta que mide la viabilidad del proyecto a través de medir los ingresos y egresos futuros para ver si se obtuvo alguna ganancia para esto utilizamos la siguiente formula:

**Tabla 52-4:** Cuadro VAN

Período	Inversión	Flujo de Caja	Factor Actualizado	Inversión Actualizada	Flujo de Caja Actualizado
0	\$ 11.000		1,00	\$ 11.000	
1		\$ 14.975,45	0,91		\$ 13.643,81
2		\$ 15.929,25	0,83		\$ 13.222,30
3		\$ 19.268,26	0,76		\$ 14.571,70
4		\$ 19.931,64	0,69		\$ 13.733,04
5		\$ 20.703,57	0,63		\$ 12.996,45
<b>Totales</b>				<b>\$ 11.000</b>	<b>\$ 68.167,30</b>

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Tasa Activa	
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>9,76%</b>

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{Flujoneto1}{(1 + 9,76\%)^1} + \frac{Flujoneto2}{(1 + 9,76\%)^2} + \frac{Flujoneto3}{(1 + 9,76\%)^3} + \frac{Flujoneto4}{(1 + 9,76\%)^4} + \frac{Flujoneto5}{(1 + 9,76\%)^5}$$

$$VAN = -11.000 + \frac{14.975,45}{(1+9,76\%)^1} + \frac{15.929,2}{(1+9,76\%)^2} + \frac{19.268,2}{(1+9,76\%)^3} + \frac{19.931,6}{(1+9,76\%)^4} + \frac{20.703,57}{(1+9,76\%)^5}$$

VAN=	-\$ 11.000,00	\$13.643,81	\$13.222,30	\$14.571,70	\$13.733,04	\$ 12.996,45
VAN=	<b>\$57.167,12</b>					

De acuerdo con la evaluación se determina que si el VAN es > 0 se acepta el proyecto y cuando el VPN es < 0 se rechaza el proyecto en este caso se acepta el proyecto porque el VAN dio un valor positivo, de \$ 57,167,12 que estudiado los ingresos y egresos posteriormente se restando la inversión inicial dando un resultado bueno obteniendo una ganancia favorable por lo que de determinó que el proyecto será viable.

#### 4.9.10 TIR

La tasa interna de retorno, representa la tasa de descuento que iguala a la suma de los flujos de caja actualizado restado la inversión inicial.

**Tabla 53-4:** Tasa Interna de retorno

Periodo	Inversión	Flujo Neto De Fondos	Factor De Actualización	Inversión Actualizada	Flujo Neto De Fondo Actualizado
	\$ 11.000,18			\$ 11.000,18	
1		\$ 14.975,45	0,833		\$ 12.479,54
2		\$ 15.929,25	0,694		\$ 11.061,98
3		\$ 19.268,26	0,579		\$ 11.150,61
4		\$ 19.931,64	0,482		\$ 9.612,10
5		\$ 20.703,57	0,402		\$ 8.320,30
TOTAL				\$ 11.000,18	\$ 52.624,52

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

VAN=	\$ 52.624,522	- \$ 11.000,18
VAN=		\$ 41.624,342
VAN TASA INFERIOR=		\$ 57.167,12
VAN TASA SUPERIOR =		\$ 41.624,34
TASA INFERIOR =		9,76%
TASA SUPERIOR =		20%

$$TIR = \text{Tasa de descuento} + \left( \frac{\text{Diferencia entre tasas}}{\text{Diferencia absoluta entre VAN}} \right) \left( \frac{VAN \text{ tasa inferior}}{\text{Diferencia absoluta entre VAN}} \right)$$

$$TIR = 0,0976 + \left( \frac{0,20 - 0,0976}{\frac{57.167,1}{2}} \right) \left( \frac{57.167,1}{57.167,12 - 41.624,34} \right)$$

$$TIR = 47\%$$

Se realizó el cálculo de la tasa interna de retorno y se obtuvo un resultado positivo de 47 % este porcentaje representa la tasa de rendimiento máximo de la cafetería, la cual determinamos que es una tasa aceptable para este tipo de negocio.

#### 4.9.11 Período de recuperación

**Tabla 54-4:** Período de recuperación

Período	Inversión	Flujo de Caja	Flujo de Caja Acumulado
0	\$ 11.000		
1		\$ 14.975,45	\$ 14.975,45
2		\$ 15.929,25	\$ 30.904,69
3		\$ 19.268,26	\$ 45.880,14
4		\$ 19.931,64	\$ 65.811,78
5		\$ 20.703,57	\$ 86.515,35

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

$$PRI = A + \left( \frac{b - c}{d} \right)$$

$$PRI = 1 + \left( \frac{11000 - 14975,45}{30904,69} \right) = 1 \text{ año}$$

El periodo de recuperación es una herramienta que permite conocer el tiempo para recuperar la inversión en este caso se puede conocer que la inversión inicial de la cafetería lo recuperaremos en 1 año

#### 4.9.12 Beneficio costo

**Tabla 55-4:** Beneficio Costo

Año	Ingresos	Egresos	Ingresos Actuales	Egresos Actuales
1	\$ 80.521	\$ 58.708	\$ 414.864	\$ 279.975
2	\$ 81.728	\$ 58.420		
3	\$ 82.954	\$ 54.408		
4	\$ 84.199	\$ 54.193		
5	\$ 85.462	\$ 54.246		

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

**Relación Beneficio Costo**

$$R/C = \frac{\sum \text{Ingresos}}{\sum \text{Costos}}$$

$$R/C = \frac{414.864}{279.975} = 1,48$$

se ha calculado el beneficio costo obteniendo un resultado de tomando en cuenta que si se obtiene más de 1 el negocio es rentable y si es menor 1 el negocio se rechaza en este caso el proyecto se acepta ya que se obtuvo un resultado del 1,48 esto quiere decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá un beneficio de 0,48

#### 4.9.13 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio utilizamos los costos fijos y variables ya proyectado con los ingresos y aplicamos la siguiente formula:

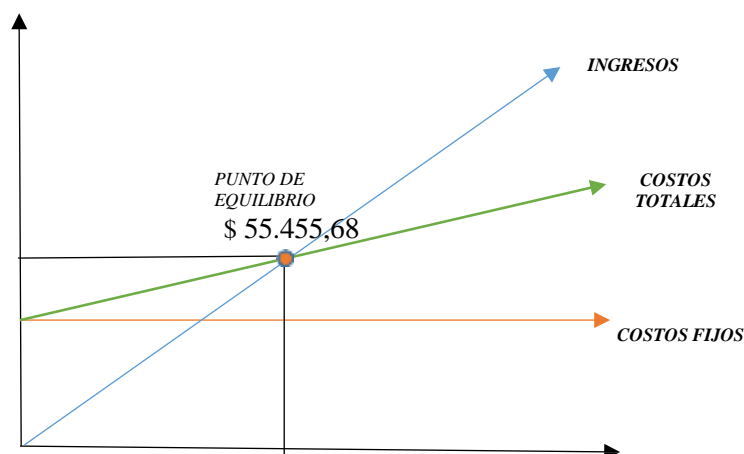
**Tabla 56-4** Punto de Equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 80.520,59	\$ 81.728,40	\$ 82.954,33	\$ 84.198,64	\$ 85.461,62
Costos Fijos	\$ 22.907,62	\$ 22.907,62	\$ 22.907,62	\$ 22.907,62	\$ 22.907,62
Costos Variables	\$ 32.548,06	\$ 32.960,83	\$ 33.455,24	\$ 33.957,07	\$ 34.466,43
<b>Costos Totales</b>	<b>\$ 55.455,68</b>	<b>\$ 55.868,45</b>	<b>\$ 56.362,87</b>	<b>\$ 56.864,69</b>	<b>\$ 57.374,05</b>

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left( \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}} \right)}$$

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de Equilibrio	\$ 55.455,68	\$ 55.868,45	\$ 56.362,87	\$ 56.864,69	\$ 57.374,05

Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.



Elaborado Por: Hinojoza, C. 2021.

Con la herramienta del punto de equilibrio del proyecto de la cafetería se pudo determinar el punto muerto de la misma, esto quiere decir que la capacidad en valor de ventas es de \$ 55.455,68 que para cubrir sus costos y gastos sin ganar ni perder, pero si la cafetería vende un monto menor al punto de equilibrio este será una pérdida y deberá implementar nuevas estrategias para mejorar sus ventas.

#### 4.9.14 Ratios

- **Solvencia**

$$\text{solvenca} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{solvenca} = \frac{47.908}{37.649}$$

**Solvencia: 1,28**

Este instrumento financiero ayuda a medir la solvencia que tendrá una empresa es por ello que según el dato obtenido de ratio de solvencia el análisis de la solvencia la cafetería está en la capacidad de recuperar el \$1,28 por cada dólar invertido

- **Liquidez**

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez} = \frac{4.607}{7572,24}$$

**Liquidez: 0,61**

La cafetería coffee express según los resultados, durante su primer año estar en la capacidad de cubrir con sus deudas a corto plazo ya que según el índice de liquidez la empresa contara con 0,61% para respaldar sus obligaciones de pago por cada dólar en deuda a corto plazo

- **Endeudamiento**

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{activo total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{3.7649}{47.908} * 100$$

**Endeudamiento: 68%**

El índice de endeudamiento es un indicador que se basa en la comparación de los pasivos y activos para conocer cuál será el porcentaje de deuda que tendrá que cubrir la empresa es por ello que se indica que la Cafetería tendrá un índice de endeudamiento del 68% los dos primeros años después de eso la cafetería no tendrá obligaciones con los bancos y podrá usar los ingresos entrantes para remodelar e innovar la cafetera.

- **Apalancamiento**

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{37.649}{9617.15}$$

**Apalancamiento: 1,91**

Este índice ayuda a medir el endeudamiento, es por ello que cuando la ratio de apalancamiento es mayor que 1 este indica que es rentable que se requiera financiamiento ajeno mientras que cuando el resultado es menor que 1 quiere decir que no es rentable que se adquiera financiamiento con terceros El índice de apalancamiento es del 1,91, es decir que se financio las actividades de producción de la empresa a través de una deuda con terceros a corto plazo.

## CONCLUSIONES

- Con la creación de la cafetería se espera satisfacer las necesidades del nicho de mercado de consumidores, se espera ofrecer un servicio rápido sin perder la calidad del producto, con precios cómodos, y con un establecimiento innovador y llamativo, Después de los estudios realizados del proyecto de factibilidad para la creación de la nueva cafetería coffee express en la ciudad de Guaranda se pudo determinar que es una proyecto factible y viable ya que en los estudios realizados se obtuvieron resultados favorables.
- Dentro del estudio de mercado se obtuvo información de los encuestados sobre su frecuencia en ir a una cafetería, sus gustos y preferencias, lo que permitió conocer mejor al consumidor, y se determinó que el proyecto es viable ya que la mayor parte de la población representado en el 96% respondieron que estarían dispuestos apoyar el emprendimiento de la cafetería lo que significa que existe una demanda bastante aceptable.
- Dentro del análisis financiero se pudo verificar que los ingresos permitirán la continuidad del negocio e irán creciendo con el tiempo generando rentabilidad en el negocio, se logró probar en los resultados que fueron positivos, como el VAN que obtuvo un resultado de \$57.167,12, obteniendo una ganancia favorable por lo que se determinó que el proyecto será viable, Se realizó el cálculo de la tasa interna de retorno y se obtuvo un resultado positivo de 48 % , este porcentaje representa la tasa de rendimiento máximo de la cafetería, la cual determinamos que es una tasa aceptable para este tipo de negocio, Y calculando el beneficio costo que obtuvo un resultado de 1,48 esto quiere decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá un beneficio de 0,48, Finalmente se determinó que el punto de equilibrio es de \$ 55.455,68 de ventas anuales por lo tanto se puede concluir que la evaluación financiera permite la viabilidad del proyecto, el mismo que presenta un normal crecimiento generando ingresos favorables.



## RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha el proyecto de la nueva cafetería ya que será una buena idea de negocio siendo una empresa solida rentable, con una ventaja competitiva y con una buena demanda, siempre y cuando se cree un modelo de gestión de ventas y comercialización que ayude a promocionar constantemente los productos ofertados por la cafetería, hasta obtener clientes potenciales.
- La cafetería deberá cubrir la demanda insatisfecha brindando un servicio rápido cumpliendo con los estándares de calidad y eficiencia así también se deberá buscar las personas adecuadas y capacitarlos para que de esta manera puedan ofrecer una atención eficaz a los clientes, y se recomienda que los productos sean innovadores para llamar la atención del consumidor.
- Se recomienda que la cafetería maneje estados financieros para que conozca su funcionamiento y además ayuda a determinar el costo que se incurre en el proceso de operación y conocer cuál es el monto del recurso necesario para que el proyecto pueda seguir operando, demostrando la viabilidad, A partir del segundo año la cafetería acabara de cancelar su deuda con el Banco BAN ecuador se recomienda remodelar y adecuar el establecimiento para llamar más la atención del consumidor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de Clientes*. Madrid: ESIC.
- Andía, W. (2018). *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública*. *Industrial Data*, 7.
- ARAUJO, G. T. (2018). *Clasificación de los productos*. *Mercadotecnia*, 6.
- Arboleda, G. (2016). *Proyecto, formulación, evaluación y control*. Cali: Cargraphics S.A.
- Arias, F. G. (2017). *El proyecto de Investigación*. Venezuela: Episteme.
- Ávila, J. (2018). *Introducción a la Contabilidad*. México: Umbral.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw- Hill.
- Bedón, E., & Chacón, M. (2012). *Proyecto de prefactibilidad para la creación de un supermercado en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi*. (Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador). Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/174/1/T-UCE-0005-27.pdf>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05 lectura Tecnicas e Instrumentos.pdf](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05%20lectura%20Técnicas%20e%20Instrumentos.pdf)
- Borja, A. (2018). Obtenido de *Financiero*: [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf)
- CEMLA. (2021). Obtenido de <https://www.cemla.org/DatosSelectosMacroeconomicos/Datos%20Selectos%20Banca%20Central%20v5.html>
- Chiriboga, R. (2018). *Diccionario técnico financiero ecuatoriano: glosario de términos financieros y bancarios*. Quito: Jokama.
- Córdoba, M. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe .
- Córdoba, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Dubs de Moya, R. (2016). *El Proyecto Factible: una modalidad de investigación*. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 18.
- Escobar, E., & Yamasca, J. (2017). *Proyecto de creación de una cadena de minimarkets de productos agropecuarios orgánicos, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2016-2017* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de <http://dspace.espech.edu.ec/handle/123456789/13767>
- Farfán Peña, S. (2014). *Finanzas 1*. Peru : PRINTED IN PERU .
- Fernández, S. (2016). *Los Proyectos de Inversión*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Gaibor, J. (2018). *Proyecto de creación de un supermercado de cárnicos y mariscos, en la*

ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. (Tesis de pregrado, Escuela Superior. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8586>

- García Cordova, F. (2002). *EL CUESTIONARIO. EDITORIAL LIMUSA.*
- García Gonzalez, F. (2012). *CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN. Obtenido de [https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf)*
- García, I. (2017). *Competencia . Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/competencia>*
- Guaranda, B. (2019). *Obtenido de <https://bomberosguaranda.gob.ec/servicios/> Gutierrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad. México: McGraw- Hill.* Ibañez, J. (2014).*
- *Métodos, Técnicas de Investigación. Madrid: Dykinson.*
- INEC. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.p>
- INEC. (2018). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantonaes/Bolivar/Fasciculo\\_Guaranda.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Bolivar/Fasciculo_Guaranda.pdf)
- INEC. (2018). Crecimiento poblacional . Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantonaes/Bolivar/Fasciculo\\_Guaranda.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Bolivar/Fasciculo_Guaranda.pdf)
- INEC. (2019). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantonaes/Bolivar/Fasciculo\\_Guaranda.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Bolivar/Fasciculo_Guaranda.pdf)
- INEC. (2019). Instituto nacional de Estadísticas y censos. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/bolivar.pdf>
- Lara, B. (2017). *Como elaborar proyecto de inversion paso a paso. Quito: Oseas Espin.*
- López, P. (2010). Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Lora, E. (2018). *Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/desempleo/> Martínez Godínez, V. (2013). *Academia.edu. Obtenido de [https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos\\_t%C3%A9cnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n)**
- Mejía Mejía, E. (2015). *TÉCNICAS E INSTRUMENTOS. Obtenido de <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>*
- Mejía, D. (8 de abril de 2018). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto? Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>*

- Méndez, C. (2016). *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de inversión*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Mondragon, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota: Areandino.
- Morales, J., & Morales, A. (2017). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Murcia, D. (2018). *Proyecto Formulación y criterios de evaluación*. México: Alfaomenga
- Nuño, P. (7 de Julio de 2017). *Emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis (4th ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ordonez Arcos, N. (2016). *Proyecto de Factibilidad Para la Implementacion de una cafeteria. (tesis de Ingenieria)*. Universidad Central del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9637/1/T-UCE-0003-CA028-2016.pdf>
- Paz, H. (2018). *Canales de Distribución: Gestión Comercial y Logística*. Buenos Aires: Lectorum Ugerman.
- Pérez, J. (2019). *Producto*. Obtenido de <https://definicion.de/producto/>
- Pion, A. (2016). *Ciclo del Proyecto*. Obtenido de [https://www.academia.edu/37215479/El\\_Ciclo\\_de\\_Proyecto\\_contempla\\_las\\_Fases\\_de\\_Preinversi%C3%B3n\\_Inversi%C3%B3n\\_y\\_Postinversi%C3%B3n\\_Durante\\_la\\_Fase\\_de\\_Preinversi%C3%B3n](https://www.academia.edu/37215479/El_Ciclo_de_Proyecto_contempla_las_Fases_de_Preinversi%C3%B3n_Inversi%C3%B3n_y_Postinversi%C3%B3n_Durante_la_Fase_de_Preinversi%C3%B3n)
- Pobeá Reyes, M. (2015). *Presentación Power point*. Obtenido de <https://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf>
- Prieto, C. (2010). *ANÁLISIS*. Bogotá: Foco Ediciones.
- Quiroa, M. (2015). *Que es el Mercado*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Raffino, M. (2018). *conceptos.com*. Obtenido de <https://concepto.de/diagrama-de-flujo/>
- Raffino, M. (2020). *Tipos de Proyectos*. Obtenido de <https://concepto.de/proyecto/>
- Raffino, M. E. (2018). *Definicion de Proyectos*. Obtenido de <https://concepto.de/proyecto/>
- Rivero, D. (2008). *Metodologia de la Investigacion*. Madrid : Shalom .
- Roberto, M. (2016). *Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su utilidad como herramienta para el análisis y evaluación de proyectos de inversión*. FIDES RATIO, 67-85.
- Romero, A. (2019). *Asociacion de Chefs del Ecuador*. Obtenido de <https://chefs.ec/gastro-emprendimientos-2020/>

- Rucoba, A., & Luján, Á. (2018). Análisis De Rentabilidad De Un Sistema De Producción De Tomate Bajo Invernadero En La Región Centro Sur - Chihuahua. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 11.
- Ruiz Medina, M. (2013). *Revista Académica de Investigación . TLATEMOANI* , 15-25.
- Sanchez, A. (2004). *Revista Española de financiación y contabilidad . Artículos Financieros* ,págs. 159-179.
- Sánchez, J. C. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Diaz de Santos. Sanitaria, Agencia Nacional de Regulacion control y vigilancia. (2016). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-se-requieren-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento.pdf>
- Sapag Chain, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Graw Hill.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile: Pearson.
- Sapag, N. (2017). *Proyecto de Inversión, Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson
- *Educación. Obtenido de Proyecto de Inversión, Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Sevilla, A. (2016). *Definicion de Economia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/economia.html> Sevilla, A. (2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio.html> SRI. (2019). SRI. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC#:~:text=Es%20un%20instrumento%20que%20tiene,u%20ocasional%20en%20el%20Ecuador>.
- Taco Allaica, G. (2020). *Estudio de Factividad Para la ceacion de una cafeteria “Tematica CUPCAKES”*. ( Tesis de Ingenieria). Escuela Superior Politecnica De Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14012/1/22T0554.pdf>
- Tena, A., & Rivas, R. (1995). *Manual de investigación documental: elaboración de tesinas*. México: Plaza y Valde.
- Thompson Baldivezo, J. (2018). *Definicion de Proyecto*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html> tripadvisor. (2020). Obtenido de [https://www.tripadvisor.co/Restaurants-g2642506-Guaranda\\_Bolivar\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Restaurants-g2642506-Guaranda_Bolivar_Province.html)
- Tripadvisor Guaranda . (2019). *Cafeterias en Guaranda* . Obtenido de

[https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g2642506-c8-Guaranda\\_Bolivar\\_Province.html](https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g2642506-c8-Guaranda_Bolivar_Province.html)

- Ucha, F. (2018). Definición ABC. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/necesidad.php>
- Valencia, J. (2016). Emprendimiento . Obtenido de <https://sites.google.com/site/joservalencia/emprendimiento>
- Vargas, R. (2016). Estdo de flujo de efectivo. InterSedes, 111-136.
- Victoria, M. (2019). Adipiscor. Obtenido de <https://www.adipiscor.com/tramites-cotidianos/como-sacar-la-patente-municipal-ecuador/#:~:text=El%20registro%20de%20patente%20municipal,actividades%20comerciales%2C%20industriales%2C%20financieras%2C>
- Villarroel, D. E. (2020 de Enero de 2020). Diario La Prensa. Obtenido de <http://eldiarioderiobamba.com/2020/01/13/chimborazo-cifras-de-poblacion/>



Firmado electrónicamente por:  
**JHONATAN  
RODRIGO  
PARREÑO  
UQUILLAS**

## ANEXOS

### Anexo A: Encuesta

**OBJETIVO:** Analizar el impacto de la creación de una cafetería en la ciudad de Guaranda con la finalidad de conocer cuál es la demanda y a su vez cuales son los gustos y preferencias de los consumidores.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente y elija una sola respuesta

**Género:** M  **Edad:**   
F

**1. ¿Usted consume café?**

SI  NO

**2. ¿Usted con qué frecuencia visita una cafetería?**

- a) Diario
- b) Una vez a la semana.
- c) Dos veces a la semana
- d) Quincenal
- e) Nunca

**3. ¿Al momento de servirse un café, cuáles son los más preferidos, señale las opciones?**

- a) Americano
- b) Capuchino
- c) Expreso
- d) Café frio

e) Otro.....

**4. ¿Cuándo visita una cafetería con quien asiste normalmente?**

- a) Familia

- b) Amigos
- c) Pareja
- d) Solo

**5. ¿Qué factores toma en consideración para asistir a una cafetería?**

- a) Precio
- b) Ubicación
- c) Ambiente
- d) Calidad
- e) Servicio

**6.- ¿Cuáles son los principales motivos por lo que va a una cafetería?**

- a) Tomar un café
- b) Comer algo
- c) Punto de reunión
- d) Leer Distraerme

**7. Estaría dispuesto apoyar con un emprendimiento de una nueva cafetería “Temática Coffe express” para mejorar la viabilidad económica de nuestro Ciudad Guaranda.**

- a) Si  b) No

**8. ¿Le gustaría que el servicio que ofrezca la cafetería sea rápido sin perder la calidad del producto?**

- a) Si  b) No

**9. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a esperar por el servicio?**

- a) 5 min
- b) 10 min
- c) 20 min
- d) 30 min

**10. ¿Si tuviera la oportunidad de escoger una opción en qué lugar desearía que este ubicado esta nueva Cafetería “Coffe Express”?**

- a) Centro
- b) El terminal
- c) Parque central

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de productos de la cafetería?**

- a) 1\$ a 2\$
- b) 2,50 \$ a 3,50 \$



c) 4 \$ a 5\$

d) Mas de 5

**12. Mediante qué medios de comunicación le gustaría recibir publicidad sobre la nueva cafetería en la ciudad de Guaranda**

a) Televisión

b) Redes sociales

c) Volantes

d) Radio

***¡¡¡GRACIAS POR COLABORACIÓN!!!!***

## **Anexo B: Entrevistas**

Entrevista la SR Rosa Mejía propietaria de la SUGAR santos de la ciudad de Guaranda

### **1. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su cafetería en la ciudad de Guaranda?**

Mi cafetería lleva funcionando aproximadamente 6 años desde el 2015 dentro de la ciudad de Guaranda.

### **2. ¿Cuáles son productos más preferidos por los ciudadanos Guarandeños?**

La mayoría de los ciudadanos Guarandeños prefieren el café exprés y el capuchino el Frappe y los postres como waffles y crep esos son los productos más vendidos.

### **3. ¿Cómo logro la fidelidad de sus clientes?**

Para lograr obtener más clientes es recomendado dar una buena atención y ofrecer productos innovadores con buena presentación y un buen sabor.

### **4. ¿Cuántas tazas de café vende al día?**

En mi cafetería vendo aproximadamente 50 tazas de café al día hay días que se vende más depende del clima y de los días feriados.

Entrevista al SR. Víctor Borja propietario de la cafetería Achachay de la ciudad de Guaranda

### **1. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su cafetería en la ciudad de Guaranda?**

Mi cafetería lleva funcionando aproximadamente 11 años dentro de la ciudad desde el 13 de mayo del 2010 es una cafetería que ofrece productos tradicionales.

### **2. ¿Cuáles han sido los productos más preferidos por sus clientes?**

Los productos más demandados por los ciudadanos Guarandeños han sido el capuchino, el Frappe y otros productos como el bolón y las humas y pasteles.

### **3. ¿Cómo ha logrado durante este tiempo la fidelidad de sus clientes?**

La base de todo negocio es el cliente, es por eso que se procura que el cliente reciba una mejor

atención y se sienta a gusto en el establecimiento y con los productos

**4. ¿Cuántas tazas de café vende al día?**

Hay días que, habido mucha demanda de los productos, pero si habido otros días que han sido malos, pero aproximadamente los días buenos se venden 45 tazas al día.

Anexo C: Tabla de amortización

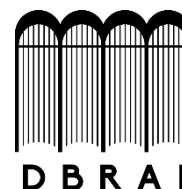


<b>Tipo</b>	PYME	<b>Tasa Nominal (%)</b>	9,76%
<b>Monto (USD)</b>	7.04.1000	<b>Plazo</b>	2

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$ 7.000			
1	\$ 6.735	\$ 265,31	\$ 56,93	\$ 322,24
2	\$ 6.467	\$ 267,46	\$ 54,78	\$ 322,24
3	\$ 6.198	\$ 269,64	\$ 52,60	\$ 322,24
4	\$ 5.926	\$ 271,83	\$ 50,41	\$ 322,24
5	\$ 5.652	\$ 274,04	\$ 48,20	\$ 322,24
6	\$ 5.375	\$ 276,27	\$ 45,97	\$ 322,24
7	\$ 5.097	\$ 278,52	\$ 43,72	\$ 322,24
8	\$ 4.816	\$ 280,78	\$ 41,45	\$ 322,24
9	\$ 4.533	\$ 283,07	\$ 39,17	\$ 322,24
10	\$ 4.248	\$ 285,37	\$ 36,87	\$ 322,24
11	\$ 3.960	\$ 287,69	\$ 34,55	\$ 322,24
12	\$ 3.670	\$ 290,03	\$ 32,21	\$ 322,24
13	\$ 3.378	\$ 292,39	\$ 29,85	\$ 322,24
14	\$ 3.083	\$ 294,77	\$ 27,47	\$ 322,24
15	\$ 2.786	\$ 297,17	\$ 25,07	\$ 322,24
16	\$ 2.486	\$ 299,58	\$ 22,66	\$ 322,24
17	\$ 2.184	\$ 302,02	\$ 20,22	\$ 322,24
18	\$ 1.880	\$ 304,48	\$ 17,76	\$ 322,24
19	\$ 1.573	\$ 306,95	\$ 15,29	\$ 322,24
20	\$ 1.263	\$ 309,45	\$ 12,79	\$ 322,24
21	\$ 951	\$ 311,97	\$ 10,27	\$ 322,24
22	\$ 637	\$ 314,50	\$ 7,74	\$ 322,24
23	\$ 320	\$ 317,06	\$ 5,18	\$ 322,24
24	0	\$ 319,64	\$ 2,60	\$ 322,24



**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:** 2/ 12 / 2021

**INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)**

**Nombres – Apellidos:** CLARA PIEDAD HINOJOZA FIERRO

**INFORMACIÓN INSTITUCIONAL**

**Facultad:** ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Carrera:** FINANZAS

**Título a optar:** LICENCIADA EN FINANZAS

**f. Analista de Biblioteca responsable:** Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. **MBA.**



2-12-2021  
2067-DBRA-UTP-2021