



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA
LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAFETERÍA COFFE MOMENT
EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO
2022”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

THALÍA MISHHELL AGUIRRE FREIRE

Riobamba-Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA
LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAFETERÍA COFFE MOMENT
EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO
2022”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: THALÍA MISHHELL AGUIRRE FREIRE

DIRECTOR: Ph.D. ROBERTO ISAAC COSTALES MONTENEGRO

Riobamba-Ecuador

2022

© 2022, **Thalía Mishell Aguirre Freire**

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

Yo, THALÍA MISHELL AGUIRRE FREIRE, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 31 de mayo del 2022



Thalía Mishell Aguirre Freire

Cl. 180370726-2

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de investigación, **ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAFETERÍA COFFE MOMENT EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO 2022**, realizado por la señorita **THALÍA MISHELL AGUIRRE FREIRE**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA



Eco. Antonio Durán Pinos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

2022-05-31



Ph.D. Roberto Isaac Costales Montenegro
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

2022-05-31



Ing. Willian Geovanny Yanza Chávez
MIEMBRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

2022-05-31

DEDICATORIA

Agradezco a DIOS por haberme brindado la fortaleza y sabiduría necesaria para afrontar cada uno de los obstáculos que se me presentaron, este trabajo de titulación va dedicado especialmente para él, mi padre amado que siempre ha estado conmigo cuidándome y bendiciéndome desde el cielo. A mi madre por ser mi héroe, por su amor, apoyo, consejos y regaños por acompañarme durante toda mi vida por festejar mis triunfos y acompañarme en mis fracasos. A mi hijo que sin duda fue mi mayor tesoro, aunque hoy ya no esté conmigo siempre será la estrella de mi vida y la huellita más profunda en mi corazón. A mis angelitos que están en el cielo que me dejaron grandes lecciones de vida que me enseñar el significado del amor y el trabajo que me inculcaron valores y gracias a sus enseñanzas pude cumplir mi sueño anhelado gracias porque cada uno de ustedes dejaron algo especial en mi (Alvarito, Humberto, Pachito, Panchito y Alfredo). A mis hermanas y a mis sobrinos por ser los mejores compañeros de aventura.

Thalía

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por toda la sabiduría que ha derramado en mí durante este proceso, a mi madre por ser una excelente consejera, por su entrega, sacrificio, por ser un gran ejemplo, por enseñarme a trabajar y luchar por mis sueños. A mis hermanas Gaby y Esme que siempre me apoyaron en mis decisiones y estuvieron conmigo a lo largo de este proceso. A mis tíos (Pacífica, Olimpia, Pachito, Humberto y Alfredo) por sus grandes consejos, enseñanzas de vida, por su apoyo incondicional y por ser nuestro refugio en los momentos más difíciles. A mis hermanos de corazón Aladino, Karla y Pato que con sus palabras siempre me han motivado a continuar.

Thalía

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA.....	2
1.1 Antecedentes de la investigación.....	2
1.2 Marco Teórico.....	3
1.2.1 Proyecto.....	3
1.2.1.1 Tipos de proyectos.....	3
1.2.1.2 Fases de un proyecto.....	4
1.2.1.3 Ciclo de un proyecto.....	5
1.2.1.4 Proyecto de investigación.....	5
1.2.2 Factibilidad.....	6
1.2.2.1 Tipos de factibilidad.....	6
1.2.2.2 Importancia de la factibilidad.....	7
1.2.2.3 Componentes del Estudio de Factibilidad.....	7
1.2.2.4 Objetivos de un estudio de factibilidad.....	8
1.2.2.5 Factibilidad económica.....	8
1.2.3 Estructura de un proyecto de factibilidad.....	8
1.2.3.1 Perfil del proyecto.....	8
1.2.3.2 Proceso creativo.....	9
1.2.3.3 Naturaleza del proyecto.....	9
1.2.4 Estudio de mercado.....	9
1.2.4.1 Descripción del producto o servicio.....	9
1.2.4.2 Objetivos del Estudio de mercado.....	10
1.2.4.3 Investigación de mercado.....	10
1.2.4.4 Componente del Estudio de mercado.....	10

1.2.4.5	<i>Demanda</i>	10
1.2.4.6	<i>Oferta</i>	10
1.2.4.7	<i>Precio</i>	11
1.2.4.8	<i>Comercialización</i>	11
1.2.5	<i>Estudio técnico</i>	13
1.2.5.1	<i>Tamaño del proyecto</i>	13
1.2.5.2	<i>Localización del proyecto</i>	13
1.2.5.3	<i>Ingeniería del proyecto</i>	14
1.2.5.4	<i>Diseño del proyecto</i>	14
1.2.6	<i>Estudio Administrativo, legal y ambiental</i>	14
1.2.6.1	<i>Estudio Administrativo</i>	14
1.2.6.2	<i>Estudio Legal</i>	14
1.2.6.3	<i>Estudio ambiental</i>	15
1.2.7	<i>Organigrama de proyecto</i>	15
1.2.7.1	<i>Misión</i>	15
1.2.7.2	<i>Visión</i>	15
1.2.7.3	<i>Organigrama estructural</i>	16
1.2.8	<i>Estudio económico- financiero</i>	16
1.2.8.1	<i>Proyecto de inversión</i>	17
1.2.8.2	<i>Cronograma de inversión</i>	17
1.2.8.3	<i>Fuentes y usos de fondos</i>	17
1.2.8.4	<i>Presupuesto de costos y gastos</i>	17
1.2.9	<i>Evaluación de rentabilidad económica del proyecto</i>	19
1.2.9.1	<i>TIR</i>	19
1.2.9.2	<i>VAN</i>	19
1.2.9.3	<i>Costo Beneficio</i>	19
1.2.9.4	<i>Periodo de recuperación</i>	20
1.2.9.5	<i>Punto de equilibrio</i>	20
1.3	<i>Marco conceptual</i>	20
1.3.1	<i>Demanda insatisfecha</i>	20
1.3.2	<i>Elaboración</i>	20
1.3.3	<i>Emprendimiento</i>	20
1.3.4	<i>Investigación</i>	21
1.3.5	<i>Rentabilidad</i>	21
1.3.6	<i>Análisis de factibilidad</i>	21

1.3.7	<i>Servicio</i>	21
1.3.8	<i>Empresa</i>	22
1.4	Idea a defender	22
1.5	Variables	22
1.5.1	<i>Variable dependiente:</i>	22
1.5.2	<i>Variable independiente:</i>	22

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	24
2.1	Enfoque de investigación	24
2.2	Nivel de investigación	24
2.3	Diseño de investigación	25
2.4	Tipo de estudio	25
2.5	Población y Muestra	25
2.5.1	<i>Población</i>	25
2.5.2	<i>Muestra</i>	25
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	27
2.6.1	<i>Método de investigación</i>	27
2.6.1.1	<i>Método deductivo</i>	27
2.6.1.2	<i>Método inductivo</i>	27
2.6.1.3	<i>Método estadístico</i>	27
2.6.2	<i>Técnicas de investigación</i>	28
2.6.2.1	<i>Observación</i>	28
2.6.2.2	<i>Encuesta</i>	28
2.7	Análisis e interpretación de los resultados	29

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	39
3.1	Título de la propuesta	39
3.2	Objetivos de la propuesta	39
3.2.1	<i>Objetivo general</i>	39
3.2.2	<i>Objetivos específicos</i>	39
3.3	Desarrollo de la propuesta	39

3.3.1	<i>Ideas de negocio</i>	40
3.3.1.1	<i>Evaluación de la idea</i>	40
3.4	Nociones generales del proyecto	41
3.4.1	<i>Proceso creativo</i>	41
3.4.1.1	<i>Justificación</i>	41
3.4.1.2	<i>Nombre del proyecto</i>	41
3.4.1.3	<i>Emotividad del nombre</i>	42
3.4.2	<i>Naturaleza del proyecto</i>	42
3.4.2.1	<i>Descripción del proyecto</i>	42
3.4.2.2	<i>Misión</i>	42
3.4.2.3	<i>Visión</i>	43
3.4.2.4	<i>Políticas y estrategias</i>	43
3.4.2.5	<i>Valores y principios</i>	43
3.4.2.6	<i>Distingos y Ventajas competitivas</i>	44
3.4.2.7	<i>Análisis FODA</i>	45
3.4.3	<i>Inversiones y gastos del área comercial.</i>	45
3.5	Estudio de Mercado	45
3.5.1	<i>Segmentación del mercado</i>	46
3.5.2	<i>Análisis de la demanda</i>	47
3.5.3	<i>Proyección de la demanda</i>	48
3.5.4	<i>Análisis de la Oferta</i>	49
3.5.5	<i>Demanda insatisfecha</i>	49
3.5.6	<i>Mix de Mercado</i>	50
3.5.6.1	<i>Producto/Servicio</i>	50
3.5.6.2	<i>Precio</i>	52
3.5.6.3	<i>Plaza</i>	52
3.5.6.4	<i>Promoción</i>	53
3.5.7	<i>Análisis del sector</i>	54
3.5.8	<i>Costos de producción</i>	54
3.6	Estudio Técnico	55
3.6.1	<i>Tamaño del proyecto</i>	55
3.6.1.1	<i>Capacidad del emprendimiento</i>	56
3.6.2	<i>Localización</i>	56
3.6.2.1	<i>Macro-localización</i>	57
3.6.2.2	<i>Micro-localización</i>	57

3.6.3	<i>Ingeniería del proyecto</i>	58
3.6.3.1	<i>Proceso del servicio</i>	58
3.6.3.2	<i>Proceso de producción</i>	60
3.6.4	<i>Requerimiento de personal</i>	66
3.6.5	<i>Requerimiento de equipo necesario</i>	69
3.6.6	<i>Programa Pre-operativo</i>	71
3.6.6.1	<i>Muestras, pruebas y ensayos</i>	71
3.6.7	<i>Diseño de la planta</i>	71
3.7	<i>Estudio Administrativo, Legal y Ambiental</i>	73
3.7.1	<i>Estudio Administrativo</i>	73
3.7.1.1	<i>Organización de la empresa</i>	74
3.7.1.2	<i>Organigrama estructural de la cafetería Coffe Moment</i>	77
3.7.1.3	<i>Organigrama funcional de la cafetería Coffe Moment</i>	77
3.7.1.4	<i>Proceso de selección y contratación de personal</i>	78
3.7.2	<i>Estudio legal</i>	79
3.7.2.1	<i>Razón social</i>	79
3.7.2.2	<i>Tipo de empresa</i>	80
3.7.2.3	<i>Permisos</i>	80
3.7.3	<i>Estudio ambiental</i>	82
3.7.3.1	<i>Mitigar el impacto ambiental</i>	83
3.8	<i>Estudio Financiero</i>	84
3.8.1	<i>Análisis de la inversión inicial</i>	84
3.8.1.1	<i>Inversión fija</i>	85
3.8.1.2	<i>Inversión diferida</i>	87
3.8.1.3	<i>Capital de trabajo</i>	89
3.8.2	<i>Financiamiento</i>	93
3.8.2.1	<i>Usos y fuentes de financiamiento</i>	94
3.8.3	<i>Ingresos</i>	95
3.8.4	<i>Costos y gastos proyectados</i>	96
3.8.4.1	<i>Costos proyectados</i>	96
3.8.4.2	<i>Gastos</i>	97
3.8.5	<i>Inversión y Financiamiento</i>	98
3.8.6	<i>Punto de equilibrio</i>	99
3.8.7	<i>Estado de resultados</i>	100
3.8.8	<i>Flujo neto del efectivo</i>	101

3.8.9	<i>Indicadores de evaluación</i>	101
3.8.9.1	<i>Cálculo de la tasa de descuento ponderada</i>	101
3.8.9.2	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	102
3.8.9.3	<i>Beneficio / Costo</i>	103
3.8.9.4	<i>TIR</i>	103
3.8.9.5	<i>PRI</i>	104
 CONCLUSIONES		105
RECOMENDACIONES		106
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Precios	12
Tabla 2-2:	Implementación de la cafetería	29
Tabla 3-2:	Consumo por semana.....	30
Tabla 4-2:	Otros alimentos	31
Tabla 5-2:	Rango monetario	32
Tabla 6-2:	Otros servicios	33
Tabla 7-2:	Factores dentro del establecimiento	34
Tabla 8-2:	Factores para asistir a una cafetería.....	35
Tabla 9-2:	Tipos de café.....	36
Tabla 10-2:	Motivos para ir a una cafetería.....	37
Tabla 11-2:	Lugares que ofrezcan este servicio.....	38
Tabla 12-3:	Alternativas de valoración	40
Tabla 13-3:	Evaluación de la idea.....	40
Tabla 14-3:	Nombre del emprendimiento	41
Tabla 15-3:	Políticas y estrategias	43
Tabla 16-3:	FODA.....	45
Tabla 17-3:	Segmentación de mercado	46
Tabla 18-3:	Cálculo de la población meta.....	47
Tabla 19-3:	Cálculo de la demanda actual.....	48
Tabla 20-3:	Proyección de la demanda	48
Tabla 21-3:	Demanda insatisfecha.....	50
Tabla 22-3:	Lista de proveedores.....	54
Tabla 23-3:	Capacidad del emprendimiento.....	56
Tabla 24-3:	Simbología del Flujograma.....	59
Tabla 25-3:	Flujograma del servicio	59
Tabla 26-3:	Ficha profesiográfica de Gerente	66
Tabla 27-3:	Ficha profesiográfica de cocinero	67
Tabla 28-3:	Ficha profesiográfica del mesero	68
Tabla 29-3:	Muebles y enseres	69
Tabla 30-3:	Maquinaria y equipo.....	69
Tabla 31-3:	Equipo de cómputo.....	70
Tabla 32-3:	Menaje y vajilla.....	70
Tabla 33-3:	Gasto Experimentación.....	71

Tabla 34-3:	Área Administrativa	74
Tabla 35-3:	Área de producción	75
Tabla 36-3:	Área de ventas.....	76
Tabla 37-3:	Plan de inversión inicial	84
Tabla 38-3:	Maquinaria y equipo.....	85
Tabla 39-3:	Muebles y enseres	85
Tabla 40-3:	Menaje y vajilla.....	86
Tabla 41-3:	Equipo de cómputo.....	87
Tabla 42-3:	Depreciación de activos fijos	87
Tabla 43-3:	Gastos de constitución.....	87
Tabla 44-3:	Gasto Amortización.....	88
Tabla 45-3:	Gastos de instalación	88
Tabla 46-3:	Gastos de publicidad	88
Tabla 47-3:	Gastos de experimentación	89
Tabla 48-3:	Materia Prima.....	89
Tabla 49-3:	Materiales indirectos	90
Tabla 50-3:	Mano de obra directa	90
Tabla 51-3:	Combustible y lubricantes	91
Tabla 52-3:	Mantenimiento	91
Tabla 53-3:	Servicios básicos	91
Tabla 54-3:	Suministros y materiales.....	92
Tabla 55-3:	Mano de obra indirecta.....	93
Tabla 56-3:	Financiamiento.....	93
Tabla 57-3:	Tabla de amortización del préstamo.....	94
Tabla 58-3:	Usos y Fuentes de Financiamiento.....	94
Tabla 59-3:	Ventas.....	95
Tabla 60-3:	Costo de producción.....	96
Tabla 61-3:	Costos proyectados.....	96
Tabla 62-3:	Gastos Administrativos proyectados	97
Tabla 63-3:	Gastos de venta	97
Tabla 64-3:	Gasto Financiero	98
Tabla 65-3:	Rol de pagos.....	98
Tabla 66-3:	Inversión y Financiamiento	98
Tabla 67-3:	Punto de equilibrio	100
Tabla 68-3:	Estado de resultados	100

Tabla 69-3:	Flujo neto del efectivo.....	101
Tabla 70-3:	Tasa de descuento ponderada.....	101
Tabla 71-3:	VAN.....	102
Tabla 72-3:	Beneficio - Costo.....	103
Tabla 73-3:	T.I.R.	103
Tabla 74-3:	Cálculo PRI.....	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Logotipo de Coffe Moment.....	51
Figura 2-3:	Tarjeta de presentación	53
Figura 3-3:	Macro-localización	57
Figura 4-3:	Micro-localización.....	58
Figura 5-3:	Cappuccino.....	60
Figura 6-3:	Expresso	61
Figura 7-3:	Americano.....	62
Figura 8-3:	Café con leche	62
Figura 9-3:	Chocolate.....	63
Figura 10-3:	Jugos	63
Figura 11-3:	Crepes	64
Figura 12-3:	Sándwiches.....	64
Figura 13-3:	Empanadas	65
Figura 14-3:	Tostadas	65
Figura 15-3:	Plano de la cafetería	72
Figura 16-3:	Organigrama Estructural	77
Figura 17-3:	Organigrama Funcional.....	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Aceptación de la población.....	29
Gráfico 2-2:	Consumo de café.....	30
Gráfico 3-2:	Porcentajes de otros alimentos.....	31
Gráfico 4-2:	Porcentaje de rango monetario.....	32
Gráfico 5-2:	Frecuencia relativa otros servicios	33
Gráfico 6-2:	Factores dentro del establecimiento	34
Gráfico 7-2:	Factores para asistir a una cafetería.....	35
Gráfico 8-2:	Café con más acogida.....	36
Gráfico 9-2:	Motivos para ir a una cafetería.....	37
Gráfico 10-2:	Lugares que ofrezcan el mismo servicio.....	38
Gráfico 11-3:	Proyección de la demanda	49

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo realizar una propuesta de factibilidad para la implementación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha, Provincia de Tungurahua. Con un enfoque de investigación mixto ya que se recopiló y analizó datos cualitativos y cuantitativos, que fueron recogidos mediante los instrumentos aplicados como son: la encuesta y la observación. Esta investigación permitió cumplir con los objetivos planteados donde se realizó diferentes estudios: Estudio de mercado en donde se pudo determinar la demanda, oferta, demanda insatisfecha y la aceptación que tendrá el proyecto. Estudio técnico donde se analizó el tamaño, localización, ingeniería, requerimiento de personal, equipo necesario y diseño de la planta del proyecto. Estudio administrativo legal y ambiental, en donde se determinó aspectos organizativos que deberá tener la cafetería para un funcionamiento de calidad, además de todos los requisitos y permisos que debe tener para atender a su clientela, por otra parte, se consideró la aplicación de las 3r para disminuir la contaminación que esta podría causar con los desperdicios que generara la transformación de sus productos. En el estudio financiero se determinó la inversión inicial que tendrá la cafetería.

Palabras clave: <FACTIBILIDAD>, <PROYECTO>, <CAFETERÍA>, <PROYECCIÓN>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y TÉCNICO>, < MOCHA (CANTÓN)>.

REVISADO

11 JUL 2022



Ing. Jonathan Ferrón Ugualán, MSc.
(ANALISTA DE BIBLIOTECA)

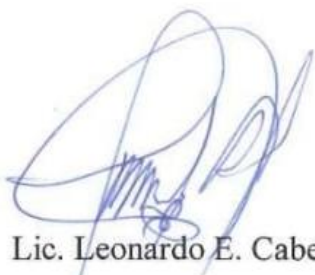
27-06-2022

1364-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This research aimed to carry out a feasibility proposal for the implementation of the Coffee Moment cafeteria in the Mocha canton, Province of Tungurahua. With a mixed research approach, qualitative and quantitative data were collected and analyzed, which were collected through the instruments applied, such as the survey and observation. This research made it possible to fulfil the objectives set out in the different studies carried out: market study where it was possible to determine the demand, supply, unsatisfied demand, and acceptance that the project would have. Technical study where the size, location, engineering, personnel requirements, necessary equipment, and design of the project plant were analyzed. The legal and environmental administrative study, which determined the organizational aspects that the cafeteria should have for a quality operation as well as all the requirements and permits it should have to serve its clientele, on the other hand, the application of the 3Rs was considered to reduce the pollution that it could cause with the waste generated by the transformation of its products. In the financial study, the initial investment in the cafeteria will have been determined.

Keywords: <FACTIBILITY>, <PROJECT>, <CAFETERIA>, <PROJECTION>, <MARKETSTUDY>, <ADMINISTRATIVE AND TECHNICAL STUDY>, <MOCHA (CANTON)>.



Lic. Leonardo E. Cabezas A.

0601880420

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación lo considere para la evaluación del proyecto para ver si será factible poner en marcha un negocio de cafetería en el cantón Mocha.

En la actualidad la industria alimenticia se ha innovado progresivamente y crece debido a la carencia de lugares cómodos y agradables que nos invitan a escapar de la rutina y deleitarnos de un buen café y algo más mientras se comparte momentos agradables, ya sea con amigos, compañeros de trabajo o familia, Coffe Moment se enfocara en brindar una opción diferente para cubrir con las expectativas de nuestra futura clientela.

La ejecución de este proyecto se direcciona a crear una cafetería en la que las personas disfruten de un ambiente acogedor con diferentes espacios dedicados a la lectura, relajación o simplemente de un buen café en buena compañía. El olor de un buen café resulta ser un imán por esta razón se busca generar un espacio acorde a las exigencias de las personas ofertando una temática agradable y placentera y sin olvidar la calidez y calidad de un excelente servicio que acompañados de una buena preparación y presentación de los alimentos crearan memorables recuerdos en los clientes a los que se ofrecerá una gran variedad de bebidas calientes y frías, snack, postres y bocadillos tradicionales.

Capítulo I dentro de este capítulo se realizará el marco teórico en base al tema que se va a realizar la investigación, conceptos generales del tema, además de lo que es la demanda, oferta estudio de mercado, estudio administrativo, estudio legal, estudio ambiental, estudio financiero, etc.

Capítulo II está basado en la metodología que se va utilizar para la investigación en determinación de la muestra para sacar el total de las encuestas que vamos a necesitar para el estudio respectivo.

Capítulo III se realizará la propuesta sobre el proyecto se tratará asuntos relativos con la localización de la cafetería, la infraestructura del local, se determinará la inversión inicial del proyecto, estudio administrativo, el mismo que conlleva la constitución, organigrama estructural estudio económico y financiero que se necesita para poner en marcha el proyecto, así también los cálculos de los estados financieros, estado de resultados, flujo de caja, los ratios financieros etc.

Por último, se hace referente a las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto al fin de iniciar con la creación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha.

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 Antecedentes de la investigación

Se tomarán como referencia, fuentes bibliográficas dentro y fuera de los límites de nuestro país, algunos artículos, tesis de grado referentes al objetivo de investigación que sirve de sustento para realizar nuestro respectivo proyecto y evaluar su factibilidad.

Antecedente 1

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Facultad de Administración de empresas, se encuentra la investigación realizada por: GLORIA EMPERATRIZ TACO ALLAICA, realizada en el año 2020, con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA CAFETERÍA “TEMÁTICA CUPCAKES” EN LA CIUDAD DE ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Antecedente 2

Pontificia Universidad católica del Ecuador Sede Ambato - Escuela de Administración de Empresas, se encuentra la investigación realizada por: Juan Marcelo Andrade Rendón, realizada en el año 2012, con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERIA TEMÁTICA “EL MUNDO DEL CINE” EN LA CIUDAD DE AMBATO, QUE BRINDE UNA NUEVA ALTERNATIVA DE SERVICIO”

Antecedente 3

Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos, investigación realizada por: Rafael Luna y Damaris Chaves en el año 2001

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Proyecto

Definir proyectos es crucial para establecer expectativas realistas y trazar una visión clara para el ciclo de vida de un proyecto. La definición del proyecto (también conocida como plan del proyecto) es un documento que establece los objetivos y las condiciones clave de un proyecto.

Una buena definición del proyecto allana el camino para la entrega a tiempo y dentro del presupuesto porque reduce las posibilidades de requerimientos imprevistos, rebasamiento del presupuesto y agotamiento de los empleados. Con seguridad, podemos decir que dejar estos términos sin definir puede generar obstáculos importantes. La definición del proyecto también sirve como documento de referencia que las partes interesadas y el personal del proyecto pueden consultar durante el ciclo de vida del proyecto. (Wrike, 2021)

1.2.1.1 Tipos de proyectos

Los proyectos pueden clasificarse de acuerdo a su ámbito de acción, de la siguiente manera:

- **Proyectos productivos o privados:** Aquellos que tienen como fin ulterior la rentabilidad, es decir, la obtención de lucro. Suelen ser presentados en el ámbito empresarial, del emprendimiento o industrial.
- **Proyectos públicos o sociales:** Aquellos que no poseen fines de lucro, sino alcanzar un impacto importante en la sociedad o la población a distinta escala: local, regional, incluso mundial. Por lo general cuentan como promotor con las instituciones del Estado, las ONG, o las políticas de responsabilidad empresarial de las grandes empresas trasnacionales.
- **Proyectos comunitarios:** Aquellos comprometidos con el mejoramiento en aspectos puntuales de una comunidad determinada, por lo general pequeña, tanto urbana como rural, a través de la satisfacción de sus necesidades.
- **Proyectos de vida:** Aquellos que se centran en los deseos de vida de un individuo y sus probabilidades reales de conseguir la autorrealización.

- **Proyectos de investigación:** Aquellos cuyo objetivo es la documentación o adquisición de fuentes y materiales en torno a un tema elegido, tal y como sucede en las Ad (**Enciclopedia Concepto, 2021**).

1.2.1.2 Fases de un proyecto

Fase 1: Iniciación o análisis de viabilidad

Esta primera fase tiene como objetivo decidir si es conveniente llevar a cabo el nuevo proyecto; dicho de otra forma: si la nueva propuesta va a aportar más beneficios que esfuerzos y si el resultado final merecerá la pena. En este punto será necesario analizar el alcance del nuevo proyecto y los riesgos que lleva aparejado, así como definir su coste económico y los plazos que requerirá.

Fase 2: Planificación o programación

Una vez decidido que el nuevo proyecto es viable, comienza esta labor que procurará detallar al máximo las tareas y recursos que necesitará. Se trata de un momento clave, puesto que una planificación errónea puede resultar muy dañina. Plazos que no se pueden cumplir, costes económicos por encima de lo calculado, el requerimiento de más personal son algunos ejemplos de errores aparejados a una mala planificación.

Fase 3: Ejecución

Es en esta fase donde los equipos involucrados se pondrán a trabajar en las tareas que se les han encomendado. Si todo va bien, se cumplirán los procesos y plazos fijados en la fase anterior.

Fase 4: Seguimiento y control

Aunque cronológicamente no es posterior a la ejecución, sino que se desarrolla a su vez, esta fase tiene entidad propia y merece la pena asignarle un apartado específico. La fase de seguimiento y control es una de las más importantes, ya que permitirá identificar y corregir acciones innecesarias o dañinas.

Precisamente, es en esta fase en la que se obtiene la información relativa a cómo está evolucionando el proyecto en función de lo propuesto en la planificación inicial. Contempla tareas como la comprobación del cumplimiento de los hitos marcados o la gestión de incidencias. De esta forma, permitirá realizar las correcciones oportunas para que, en el caso de que no se cumpla lo calculado en un primer momento, se tomen las medidas necesarias para que el trabajo se ajuste a estas directrices.

Fase 5: Evaluación y cierre del proyecto

La fase final de un proyecto tendrá por objetivo constatar que el trabajo realizado se ha ajustado a lo que se planificó. La reflexión que exige el cierre también servirá para sacar conclusiones aprender, de tal forma que permitirá sacar a la luz aciertos y errores. Este conocimiento resultará muy importante para proyectos futuros. **(Instituto Europeo de Posgrado, 2018)**

1.2.1.3 Ciclo de un proyecto

El Ciclo de Proyecto se divide en tres Fases:

Pre inversión: de un proyecto se identifica un problema determinado y luego se analizan y evalúan se busca la solución que permitan encontrar la mayor rentabilidad social.

Inversión: se pone en marcha la ejecución del proyecto en base a los parámetros aprobados en la declaratoria de viabilidad para la alternativa seleccionada.

Post Inversión: el proyecto entra a operación y mantenimiento y se efectúa la evaluación ex post. **(Ministerio de Economía y Finanzas de Perú, 2021)**

1.2.1.4 Proyecto de investigación

De acuerdo a **(Zita, 2020)**, un proyecto de investigación es un documento que se escribe como guía o plan para realizar un trabajo de investigación. Explica de forma ordenada cuál es el problema de investigación, qué se sabe sobre el tema, cuáles son las posibles soluciones y cómo se llevarán a cabo las actividades o experimentos para resolver el problema. El proyecto de investigación recoge, además de la identificación del problema, los objetivos de la

investigación, los conceptos claves que serán empleados y la descripción de la metodología que se va a aplicar.

1.2.2 Factibilidad

Para **(Quiroa, 2020)**, la factibilidad determina la posibilidad de analizar si un producto o servicio va a ser exitoso o no. Es un estudio que analiza varios factores para observar si el producto o servicio va a ser acogido en el mercado.

1.2.2.1 Tipos de factibilidad

Si bien en un negocio se puede analizar casi cualquier aspecto, vamos a centrarnos en los más relevantes. Así, tendremos la factibilidad financiera, la comercial, la técnica, la operativa, la legal y la política. Vamos a ver en detalle cada una de ellas:

- Factibilidad financiera: Esta se centra sobre todo en el aspecto económico. De esta manera se interesa por la inversión inicial, los diferentes gastos y los ingresos esperados, así como las formas de financiación.
- Factibilidad comercial: Esta es quizá la más relevante. Analiza la viabilidad en el mercado de un producto o servicio. Se interesa, sobre todo, por satisfacer las necesidades del cliente que a su vez es el centro de toda empresa.
- Factibilidad técnica: Aquí la tecnología adquiere especial relevancia. Se busca conocer qué recursos técnicos precisa la empresa para llevar a cabo un proyecto. Sobre todo, los relacionados con las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- Factibilidad operativa: Esta es similar a la anterior, pero tiene en cuenta los procesos productivos. Así, estará interesada en conocer las diferentes fases de realización de un producto o creación de un servicio y sus costes.
- Factibilidad legal: Como su nombre indica estudia las leyes, normas o reglamentos que afectan a un negocio o un proyecto empresarial. Por tanto, en este caso lo que interesa es el marco jurídico necesario para llevarlo a cabo.

- Factibilidad política: Esta es muy habitual, sobre todo, en grandes empresas. Lo que intenta averiguar es si esta cumple con sus convenios y acuerdos internos. Por ejemplo, los relacionados con sindicatos, empleados o accionistas. Un ejemplo habitual son las guarderías para los hijos de los empleados. **(Rus, Tipos de factibilidad, 2021)**

1.2.2.2 Importancia de la factibilidad

Al momento de realizar la formulación de un proyecto es muy importante la evaluación de la inversión que se hará para la realización del mismo, por ello se hace necesario realizar el estudio cualitativo y cuantitativo de las ventajas y desventajas del mismo, para destinar los distintos recursos a la ejecución del proyecto, entonces se debe realizar un estudio previo de factibilidad para analizar los distintos procesos a los que serán destinados los recursos y así verificar que estos sean asequibles para su mismo desarrollo, para esto es muy importante implementar técnicas de evaluación de los proyectos ya que con esto se trata de medir los alcances económicos para su desarrollo. Además, se debe conocer en qué condiciones se va a desarrollar el proyecto de modo que sea exitoso, también se debe medir si el desarrollo del proyecto contribuye con la protección y conservación de los recursos naturales y el medioambiente. Por todo esto se hace muy importante la realización de un estudio de factibilidad para la formulación de un proyecto ya que se puede definir si se obtendrán "ganancias o pérdidas, para evaluar los distintos factores y buscar las medidas para alcanzar un resultado óptimo en el proyecto y aprovechar al máximo los recursos con los que se cuentan, basándose en los distintos estudios para tratar de reconocer cuales son los puntos débiles de la realización del proyecto de manera que puedan ser reforzados y así obtener las máximas "ganancias ,entonces es primordial para llevar a cabo la formulación de un proyecto que se realice este estudio de factibilidad tanto en su aspecto técnico, operativo y económico. **(Bravo, 2016)**

1.2.2.3 Componentes del Estudio de Factibilidad

- Resumen de Proyecto.
- Estudio de Mercado.
- Tamaño del Proyecto.
- Localización del Proyecto.
- Ingeniería del Proyecto
- Inversiones.
- Financiamiento.

- Presupuesto de Ingresos y Gastos.
- Evaluación del Proyecto.
- Ejecución del proyecto.
- Operación o Funcionamiento del Proyecto.
- El Ciclo de Vida de un Proyecto (**Cleland, 2021**)

1.2.2.4 Objetivos de un estudio de factibilidad

Para que un proyecto tenga éxito, hay que tener en cuenta tres factores importantes:

Calidad: Nivel de calidad requerido para el producto/servicio

Costo: Costo de diseño del producto, logística, comercialización, precio de venta del producto, etc.

Plazos: Plazos de diseño, de entrega de un producto a un cliente, etc (**QuestionPro, 2021**)

1.2.2.5 Factibilidad económica

La factibilidad económica es el análisis de los costos e ingresos de un proyecto en un esfuerzo por determinar si resulta o no lógico y posible poder completarlo. Es un tipo de análisis de costo-beneficio del proyecto examinado, que evalúa si es posible implementarlo. Respaldar el proceso de toma de decisiones, mediante la identificación objetiva y racional de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y riesgos relacionados. (**Corvo, 2019**)

1.2.3 Estructura de un proyecto de factibilidad

1.2.3.1 Perfil del proyecto

El perfil de un proyecto es una descripción simplificada de definir el propósito y el capital del proyecto, presenta un primer estimado de las actividades requeridas de la inversión total que se necesitará, así como de los costos operativos anuales, y, en el caso de proyectos destinados a la generación de ingresos, del ingreso anual. (**Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2005**)

1.2.3.2 Proceso creativo

Un proceso creativo es el conjunto de etapas o fases que se desarrollan para poner en práctica la creatividad con el objetivo de iniciar un proyecto. Dentro del proceso creativo pueden aparecer nuevas ideas o bien configurarse otras basadas en elementos ya existentes. Los procesos creativos están muy presentes en la vida cotidiana. Cuando hay un determinado problema, plantear una solución adecuada ya será un punto de partida para iniciar un proceso creativo. **(Peiró, 2021)**

1.2.3.3 Naturaleza del proyecto

La naturaleza del proyecto establece el giro de nuestro negocio es decir define si nuestro proyecto es una empresa industrial, de servicios o comercial, describe el sector en donde se va a desarrollar, la ubicación y el tamaño, la localización, la misión y visión que tiene nuestro proyecto. En esta parte también se presenta los objetivos de la empresa en el proyecto, las ventajas competitivas en relación a la competencia, interviene un análisis de la industria y el sector al que pertenece, este análisis describe brevemente como se encuentra el sector de la empresa, lugar donde se va a dar paso al proyecto, describimos nuestro producto o servicio que vamos a ofrecer en este proyecto es decir sus características y dentro de las calificaciones para entrar en el área se refiere hacer una breve descripción de la viabilidad comercial, financiera, administrativa, legal del producto o servicio que ofrecerá la empresa. **(Peña, 2017)**

1.2.4 Estudio de mercado

De acuerdo a **(Creación y Desarrollo de Empresas, 2017)**, “se habla de estudio de mercado cuando se refiere a una investigación en toda regla, en varios casos con verdaderas insinuaciones que les hace tener similitud con el periodismo de investigación, es decir estudia el mercado”.

1.2.4.1 Descripción del producto o servicio

Se realiza una descripción detallada del producto o servicio que se va ofrecer. Es decir, realizar una representación minuciosa de las características del mismo.

1.2.4.2 Objetivos del Estudio de mercado

- Conocer a tu público objetivo e identificar cuáles son sus necesidades.
- Saber cuáles son los precios más competitivos.
- Conocer la rentabilidad de determinado sector del mercado.
- Desarrollar estrategias para tomar mejores decisiones comerciales.
- Saber cuáles son las debilidades y fortalezas de tu compañía.
- Medir campañas y estrategias de marketing. **(Silva, 2021)**

1.2.4.3 Investigación de mercado

La investigación de mercado es un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información, siguiendo una serie de pasos, de manera sistemática para recolectar información, analizarla y así tomar decisiones sobre la manera que se va ejecutar **(Quiroa, 2021)**.

1.2.4.4 Componente del Estudio de mercado

El estudio de mercado se lo realiza con la finalidad de determinar si la cafetería logrará satisfacer la demanda y cumplirá las expectativas de los clientes dentro de la ciudad, también para conocer las características del producto que estarías dispuesto a adquirir y que tipo de servicio desean recibir.

1.2.4.5 Demanda

La demanda en economía, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados como alimentos, medios de transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas más, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes. **(Enciclopedia Concepto, 2021)**

1.2.4.6 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar

determinado a un precio determinado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente **(Pedroza, 2019)**.

1.2.4.7 Precio

El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios **(Sevilla, 2020)**.

1.2.4.8 Comercialización

La comercialización se trata de la introducción de bienes o servicios a los clientes, ofrecerles promociones atractivas para incrementar las ventas. Es correcto, pero la comercialización es mucho más que eso. Si los clientes prueban sus bienes o servicios y no quedan satisfechos no van a regresar. Pero podría ser devastador para su empresa a la larga si también les dicen a otros que no le compren a Ud.

En este proyecto se utilizará la Matriz de Comercialización que incluye las siete "P" que ayudará a responder ante las necesidades de los clientes de tal forma que distingan nuestro negocio de los demás:

Producto se refiere al servicio y productos que se ofrecerá a los clientes. Es el elemento central para satisfacer sus necesidades.

Precio se refiere al proceso de fijar el precio de los productos permitiéndole una ganancia, pero lo suficientemente asequible para que los clientes estén dispuestos a pagar la cantidad solicitada.

Tabla 1-1: Precios

Nombre del producto	Cantidad anual	Precio	Precio anual
Cappuccino	1800	1,90	3.420,00
Expresso	1080	1,40	1.512,00
Americano	1800	1,50	2.700,00
Café con leche	2160	1,50	3.240,00
Instantáneo	2880	1,25	3.600,00
Chocolate	2520	1,50	3.780,00
Jugos	1440	1,25	1.800,00
Te	1800	1,25	2.250,00
Crepes	2160	2,50	5.400,00
Sándwiches	2880	2,25	6.480,00
Humitas	2880	1,20	3.456,00
Quimbolitos	2520	1,50	3.780,00
Pasteles	1440	2,00	2.880,00
Empanadas	1440	1,25	1.800,00
Tostadas	2160	1,45	3.132,00
TOTAL	30960	23,70	49.230,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalfía, 2021

Promoción consiste en informar a los clientes sobre los productos y atraerlos para que lo adquieran.

Plaza denota la manera en que los bienes o servicios llegarán hasta los clientes.

Personas indica el personal clave que se reclutara y entrenara haciendo que el negocio sea diferente y se destaque de entre la competencia.

Proceso es la manera en que se organiza el trabajo para que pueda ofrecer su producto a los clientes. Los procesos claros y bien organizados garantizan que los productos y servicios cumplan con ciertas normas de calidad y sean entregados de manera conveniente a los clientes.

Pruebas físicas definen la percepción del negocio en las mentes de los clientes proporcionando la mayor cantidad de tangibles que le sea posible en las interacciones con ellos. (**Organización Internacional del Trabajo, 2016**)

1.2.5 Estudio técnico

Según **Schilero (2021)**, ante la aparición de una oportunidad de negocio, surge la idea de un proyecto para poder aprovecharla. Sin embargo, para poner en marcha dicho proyecto, es necesario recopilar cierta información y, para ello, se deben llevar a cabo distintos Estudios. Éste tiene como objetivo determinar la función de producción óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios y, de esta manera, adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Componentes del Estudio técnico:

1.2.5.1 Tamaño del proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. La definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto (**Meza, 2016**).

1.2.5.2 Localización del proyecto

Según (Meza, 2016), el objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque al momento de construir la obra civil de la futura empresa hay que tener en cuenta los siguientes elementos: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra.

Macro localización: Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda, en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

Micro localización: Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad.

1.2.5.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. Ingeniería es sinónimo de invención. Pero esa invención, esa innovación y ese diseño requieren de un proceso de planificación sin el cual ningún proyecto pasaría de ser una declaración de buenas intenciones plasmada en un papel. **(Pérez, 2015)**

1.2.5.4 Diseño del proyecto

El diseño de proyectos es una fase inicial del proyecto en la que se planifican las características clave, la estructura, los criterios de éxito y las principales entregas de un proyecto. La cuestión es desarrollar uno o varios diseños que puedan usarse para lograr los objetivos deseados del proyecto. Las partes interesadas pueden elegir el mejor diseño que se utilizará para la ejecución real del proyecto. La fase de diseño del proyecto puede generar una variedad de resultados diferentes, incluidos bocetos, diagramas de flujo, árboles del sitio, diseños de pantallas HTML, prototipos, impresiones fotográficas y más. **(Wrike, 2021)**

1.2.6 Estudio Administrativo, legal y ambiental

1.2.6.1 Estudio Administrativo

El estudio Administrativo es la información referente a poner en marcha la estrategia inicial de un proyecto; con base en los objetivos trazados, se identificará las necesidades de Recursos Humanos, en términos de Capacidades, para lograr los estados deseados, asimismo, la mejor organización (asignación de recursos y responsabilidades) que haga que el proyecto sea eficiente. **(Osorio, 2018)**

1.2.6.2 Estudio Legal

Al momento de planificar y formular un nuevo proyecto, es de vital importancia tener en cuenta los Aspectos Legales que determinarán las restricciones que podrían impedir o bien limitar el funcionamiento del mismo. Hay tener en cuenta que todo proyecto debe ser llevado a cabo dentro del Marco Legal existente en el país donde se realice, es decir, teniendo en cuenta la

Constitución vigente, leyes, reglamentos, decretos y usos o costumbres que determinen las normas permisivas o prohibitivas que afectarán directa o indirectamente al proyecto en cuestión. En el Estudio Legal, se busca identificar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto, debiendo realizarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que, un proyecto altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. **(Bocher, 2018)**

1.2.6.3 Estudio ambiental

La actividad humana tiene profundas consecuencias para los ecosistemas, en la mayoría de los casos negativas. Conocer los posibles impactos antes de ejecutar un proyecto puede ayudar enormemente tanto a mitigar los negativos como a fomentar los positivos, si los hubiera. Con este objetivo se compilan y se redactan los estudios de impacto ambiental. **(Novillo, 2019)**

1.2.7 Organigrama de proyecto

La organización de un proyecto es aquella actividad que permite llevar a cabo una agrupación de los recursos humanos de la empresa en las tareas más adecuadas. Todo ello, en aras de la consecución de un objetivo común. La organización de un proyecto, por tanto, consiste en organizar a las personas, asignándolas a determinados proyectos acordes con sus cualidades. **(Rus, 2021)**

1.2.7.1 Misión

La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una frase o un párrafo que refleja la razón de ser de la empresa **(Velayos V. , 2015)**.

1.2.7.2 Visión

La visión de una empresa describe el objetivo que espera lograr en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas. La visión de la compañía refleja entonces la imagen mental para su trayectoria, y establece los criterios que la firma seguirá para cumplir esos objetivos. **(Peiro, 2016)**

1.2.7.3 Organigrama estructural

La organización de la estructura de la empresa es un elemento indispensable para coordinar cualquier proyecto empresarial. Para ello, es necesario conocer cuál es el organigrama de la empresa y el papel que desempeña cada uno de los miembros de la misma. En este sentido, resulta esencial el organigrama estructural. **(González A. , 2018)**

1.2.8 Estudio económico-financiero

El análisis financiero y el análisis económico coinciden en asumir que las personas y las empresas pueden medir y maximizar su utilidad. Para seleccionar los proyectos, el principal criterio económico y financiero es la eficiencia. Esto se mide en términos de maximización de las ganancias o minimización de los costos de mercado en el caso del análisis financiero; y la maximización de los beneficios sociales netos cuando se emplea el análisis económico.

El análisis financiero considera las inversiones desde la perspectiva de una entidad individual: un productor, un propietario de tierras, un grupo, una compañía u organización gubernamental o no-gubernamental. Los costos por los bienes y servicios están basados en el valor actual pagado o percibido por el individuo, la comunidad, o la organización. El análisis incluye el flujo de fondos como ocurre en la inversión, con gastos fijos y operativos -tierra, trabajo y capital- produciéndose cada año gastos e ingresos. Todo subsidio, impuesto o transferencias entre individuos, comunidades, compañías u organizaciones son considerados estrictamente desde el punto de vista de flujos de entradas o salidas de caja.

En el análisis económico se evalúan los costos y las ganancias de un proyecto desde la perspectiva de la sociedad como un todo. Se asume que la realización de un proyecto ayudará al desarrollo de la economía y que su contribución social justifica el uso de los recursos que necesitará. En consecuencia, el análisis económico considera la valoración de los costos y beneficios sociales del proyecto; así como el uso de métodos estimativos de precios-sombra cuando los costos y beneficios difieren de los precios de mercado; y la valoración fuera del mercado y la transferencia de beneficios, para precios de bienes y servicios que no tienen precios de mercado directos. **(García J. , 2016)**

1.2.8.1 Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos. El propósito del proyecto de inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que se promueven y, como resultado de este, también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido. **(Fernandez, 2007)**

1.2.8.2 Cronograma de inversión

Denominado también calendario de inversiones, nos referimos a la estimación del tiempo en que se realizarán las inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo; así como a la estructura de dichas inversiones. Si existiese Inversiones de Reemplazo entonces habrá que determinar el momento exacto en que se efectivice. El cronograma de inversiones se elabora para identificar el periodo en que se ejecuta parte o toda la inversión, de tal forma que los recursos no queden inmovilizados innecesariamente en los periodos previstos. **(Tun, 2017)**

1.2.8.3 Fuentes y usos de fondos

El Estado de Fuentes y Usos de Fondos, llamado también, origen y aplicación de recursos, estados de cambio en la posición financiera o flujo de fondos, es una valiosa herramienta de análisis, tanto para la determinación del diagnóstico de la situación, como para las proyecciones financieras de la empresa. La herramienta consiste en la comparación de dos balances, de una misma empresa, preferiblemente consecutivos, pero no necesariamente, con el fin de analizar las ejecutorias de ésta en el período comprendido entre los dos balances. **(Fabio, 2015)**

1.2.8.4 Presupuesto de costos y gastos

Para analizar las operaciones de la nueva empresa o ampliación de esta, o podría ser los costos de funcionamiento durante la vida útil, de un proyecto o programa social. Todo proyecto para su normal funcionamiento debe obtener y egresos. Alguna estructura de costos podría ser la siguiente:

Costos de producción

El establecimiento de los costos totales, representa los egresos o gastos en que incurrirá la empresa en el desarrollo normal de sus operaciones.

Costos y Gastos de Fabricación.

En este rubro se toman en cuenta todos los elementos que intervienen en lo que refiere a la producción, es decir, materia prima o materiales, ya sean directos o indirectos, mano de obra directa, o los que hacen el producto o servicios, la mano de obra indirecta, como supervisores, depreciación del equipo, agua, energía, etc., todo lo relacionado con la producción.

Pueden detallarse dentro de este rubro los siguientes:

- **Materia Prima o Materiales Directos:** es el que forma parte del producto, como, por ejemplo, en un calzado, la suela que lo compone, así como la cinta y el cuero, además de otros materiales que lleva internamente y que son necesarios para su elaboración. Los materiales indirectos son aquellos que no constituyen parte del producto para su funcionamiento, tales como bolsas y cajas que se emplean para darle presentación al empaque.
- **Mano de Obra:** se divide en mano de obra directa e indirecta. La mano de obra directa es aquella que realiza el trabajo físico, además participa activamente en la elaboración del producto, verbigracia: pegado de ladrillos, perforación de material, ensamblado, etc. La mano de obra indirecta está constituida por supervisores, vigilantes, secretarias, asistentes administrativos, personal de mantenimiento, etc.
- **Otros gastos de fabricación:** acá se pueden incluir gastos como útiles de aseo, papelería de oficina, combustible y lubricantes, repuestos y accesorios, agua y energía, alquileres, seguros, impuestos, depreciación, mantenimiento, y otros.

Gastos de Venta: Son aquellos que se utilizan para impulsar las ventas de la empresa y se encuentran conformados por publicidad, propaganda, salarios y comisiones de vendedores, embarques y entrega de mercadería, transporte, etc.

Gastos de Administración: Estos gastos están compuestos por las erogaciones para la administración de la empresa. En ese rubro se encuentran los salarios del personal administrativo, depreciación de equipo de oficina, pagos por alquiler, luz, teléfono, correo, telégrafo, gastos de aseo, papelería y artículos de escritorio.

Gasto Financiero: Estos gastos se refieren a las operaciones llevadas a cabo con el fin de estimular las actividades de la empresa. **(AulaFacil, 2021)**

1.2.9 Evaluación de rentabilidad económica del proyecto

1.2.9.1 TIR

La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto. Es importante aclarar que en muchos casos las decisiones que se toman basándose en el Valor Presente Neto no son congruentes con las que se toman basándose en la Tasa Interna de Retorno, ya que los flujos de dinero son irregulares, y resulta necesario garantizar mediante diferentes mecanismos que el Valor Presente Neto es correcto, para así corroborarlo a través de la Tasa Interna de Retorno. **(Restrepo, 2019)**

1.2.9.2 VAN

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). **(Velayos V. , 2014)**

1.2.9.3 Costo Beneficio

La técnica del costo-beneficio se relaciona de manera directa con la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto a partir de los costos y beneficios que se derivan de él. Dicha relación de elementos, expresados en términos monetarios, conlleva la posterior valoración y evaluación. **(Aguilera, 2017)**

1.2.9.4 Periodo de recuperación

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. **(Santa, 2017)**

1.2.9.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales. Por tanto, el punto muerto no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. Pero, además, tiene una forma de cálculo sencilla como veremos a continuación. **(Rus, Punto de equilibrio, 2021)**

1.3 Marco conceptual

1.3.1 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha, se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimiento de la demanda, con los productos existentes en el mercado. En estas situaciones, se deberá calcular la magnitud de dicha demanda, para determinar cuál es la cantidad de producción necesaria para lograr satisfacer al mercado. **(Mondragon, 2017)**

1.3.2 Elaboración

La elaboración podemos definir como el proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos u cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad. **(Calcaneo, 2021)**

1.3.3 Emprendimiento

“El emprendimiento es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias. Sin embargo, esta definición básica de lo que es el emprendimiento, no abarca todas las posibilidades existentes para los emprendedores” **(Martins, 2021).**

1.3.4 Investigación

Según **(Coelho, 2021)**, la investigación es un proceso intelectual y experimental que comprende un conjunto de métodos aplicados de modo sistemático, con la finalidad de indagar sobre un asunto o tema, así como de ampliar o desarrollar su conocimiento, sea este de interés científico, humanístico, social o tecnológico. Por investigación también designa acción y efecto de investigar.

1.3.5 Rentabilidad

La rentabilidad es cualquier acción económica en la que se movilizan una serie de medios, materiales, recursos humanos y recursos financieros con el objetivo de obtener una serie de resultados. Es decir, la rentabilidad es el rendimiento que producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo. Es una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción. **(MytripleA, 2020)**

1.3.6 Análisis de factibilidad

El Análisis de Factibilidad es la tercera y última parte de la serie Anteproyecto y, consiste en determinar si un proyecto es:

- Técnicamente factible.
- Factible para el costo estimado.
- Será rentable.

Para este análisis considero necesario tratar los Riesgos, el Costo y los Beneficios, asumiendo que el proyecto es técnicamente posible, así se establecerá que el Proyecto es factible cuando los Riesgos son acotados y los Beneficios justifican el costo de la ejecución. El análisis de Factibilidad se puede repetir en cualquiera de las fases del proyecto, de modo de mejorar la estimación. **(Saffirio, 2021)**

1.3.7 Servicio

Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y

personalizado. Se dice que un servicio es heterogéneo debido a que, atendiendo a diferentes factores, raramente suelen coincidir entre sí y usualmente son diseñados y realizados en atención a cada cliente individualmente. (Sanchez, 2016)

1.3.8 Empresa

Las empresas son la base de nuestro sistema económico. Producen los bienes y servicios que nos son necesarios y a la vez proporcionan a los trabajadores el dinero preciso para comprarlos. En esta unidad veremos cómo funciona una empresa y cómo se relaciona con el entorno. (Díaz, 2008)

1.4 Idea a defender

La elaboración del proyecto de factibilidad de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha provincia de Tungurahua, posibilitara determinar la sustentabilidad económica y turística de esta ciudad en donde busca satisfacer las necesidades de la comunidad.

1.5 Variables

1.5.1 Variable dependiente: Factibilidad financiera

La factibilidad financiera es el estudio que proyecta cuánto se necesita de capital inicial, el rendimiento de la inversión, las fuentes de ese capital y otros miramientos financieros. Es decir, el estudio considera cuánto dinero se necesita, cómo se gastará y de dónde provendrá. (Corvo, 2019)

1.5.2 Variable independiente: Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. **(Luna, 2001)**

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

En el presente proyecto se tendrá un enfoque mixto debido a que va a recopilar datos a través del enfoque cualitativo ya que produce datos descriptivos, es decir, las propias palabras de las personas, habladas o escritas. Esta posición permite que nuestro trabajo de investigación esté basado en la información directa de alguna cosa o fenómeno **(Ruiz, 2012)**.

Para **(Comte, 2014)**, el enfoque cuantitativo es la modalidad de investigación, no es otra cosa que la forma como se lleva a la práctica el método hipotético- deductivo. En este enfoque realizaremos encuestas para probar hipótesis para saber si es o no factible la realización de nuestro trabajo de investigación.

2.2 Nivel de investigación

Los niveles que se utilizará en la presente investigación son: explicativa, descriptiva y exploratoria, ya que así conseguiremos resultados más eficientes para la investigación.

Investigación explicativa: La investigación explicativa se realiza para un problema que no se investigó bien antes. Exige prioridades, genera definiciones operativas y proporciona un modelo mejor investigado. El investigador comienza con una idea general y utiliza la investigación como una herramienta que podría conducir a los temas que se tratarán en el futuro entrante. **(Bastis Consultores, 2020)**

Investigación descriptiva. - ya que al obtener el detalle de las tabulaciones ayudara a conocer y analizar puntos claves que ayuden a determinar estrategias de marketing efectivas.

Investigación exploratoria: Una investigación exploratoria es un tipo de investigación preliminar que sirve para incrementar el conocimiento sobre una temática poco conocida o estudiada. Generalmente como parte de un proyecto de investigación más profundo. La investigación exploratoria son estudios que buscan una visión general acerca de una determinada realidad. **(Ibarra, 2020)**

2.3 Diseño de investigación

“El diseño transversal se orienta a la recolección de datos en un solo momento y en un periodo único. Tiene como propósito describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Carvajal, 2018).

2.4 Tipo de estudio

El tipo de estudio que se va a desarrollar en la presente investigación es aplicado, debido a que este proyecto de factibilidad es la resolución de un problema, es por ello que se busca implementar una cafetería en el cantón Mocha, para de esta manera responder a las necesidades de la localidad.

2.5 Población y Muestra

2.5.1 Población

La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados. Es necesario aclarar que cuando se habla de población de estudio, el término no se refiere exclusivamente a seres humanos sino que también puede corresponder a animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones, etc.; para estos últimos, podría ser más adecuado utilizar un término análogo, como universo de estudio. (Arias, Villasís, & Miranda, 2016, pág. 202)

2.5.2 Muestra

Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos (Lopez, 2019).

Según el censo del 28 de noviembre del 2010 realizado por el INEC en la ciudad de Mocha viven 6777 ciudadanos los cuales están distribuidos en 3356 hombres y 3421 mujeres. (INEC, 2010)

Al contar con el dato poblacional del universo se aplicó la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas seleccionando n unidades de las N unidades del universo, de modo que cada una de las muestras posibles de tamaño n tienen la misma posibilidad de ser seleccionada. Se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N = 6777 habitantes (PEA)

Z₀ = nivel de confianza (1.96) puesto que la seguridad $Z\alpha$ es del 95% el coeficiente es 1.96

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.05)

q = probabilidad de fracaso (1- p es decir 0.95)

d= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.03)

$$n = \frac{6777 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{0,03^2 \times (6777 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}$$

$$n = \frac{1236,639852}{6,280876}$$

$$n = 197$$

El valor de la muestra es de 197 personas que serán encuestadas y los resultados obtenidos se encuentran en el análisis de la demanda de la presente investigación, las personas que serán encuestadas serán ciudadanos de 20 a 35 años.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Método de investigación

En el presente trabajo se va utilizar varios métodos como el método deductivo que abarca conclusiones lógicas, el método inductivo el cual parte de lo particular para llegar a lo general, el método estadístico el cual consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

2.6.1.1 Método deductivo

Para **(Uriarte, 2020)**, se conoce como método deductivo o razonamiento deductivo a un tipo de razonamiento lógico que se caracteriza por extraer conclusiones válidas particulares a partir de una premisa o hipótesis general. Este tipo de pensamiento opera cuando las conclusiones se hallan de alguna manera “dentro” de las premisas. Además, el razonamiento debe formular de manera adecuada el procedimiento para inferirlas.

2.6.1.2 Método inductivo

El método inductivo es una forma de razonamiento para llegar a conclusiones que empieza desde lo más específico y va hasta las generalizaciones y teorías más amplias. Se comienza con unas observaciones y medidas específicas para llegar a unas conclusiones generales. **(González G. , 2020)**

2.6.1.3 Método estadístico

Los métodos estadísticos son procedimientos para manejar datos cuantitativos y cualitativos mediante técnicas de recolección, recuento, presentación, descripción y análisis. Los métodos estadísticos permiten comprobar hipótesis o establecer relaciones de causalidad en un determinado fenómeno. Consiste en un serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. **(Morales, 2020)**

2.6.2 Técnicas de investigación

Entre las técnicas que se utilizarán en esta investigación es la observación, la encuesta y el fichaje

2.6.2.1 Observación

La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar (**Castellanos, 2017**).

2.6.2.2 Encuesta

Para (**García F. , 2003**), una encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

2.7 Análisis e interpretación de los resultados

A continuación, se presentará los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a 197 personas que fueron seleccionadas con la muestra del Universo.

1.- ¿Le gustaría que se implemente una cafetería en el cantón Mocha?

Tabla 2-2: Implementación de la cafetería

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	183	92,89%
No	4	2,03%
Talvez	10	5,08%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

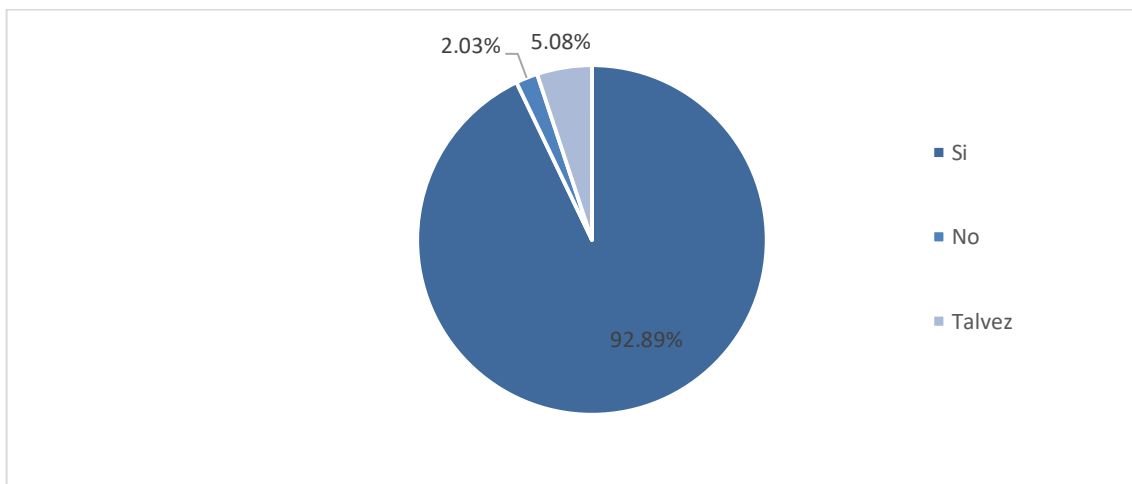


Gráfico 1-2: Aceptación de la población

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

A la pregunta si les gustaría que se implemente una cafetería en el cantón Mocha, el 92.89% contestó que sí, el 2.03% de los encuestados contestó que no y el 5.08% contestó que talvez.

Esto se puede considerar como una ventaja debido a que la mayoría de los encuestados han respondido si, esto nos indica que nuestro proyecto si tendrá acogida, ya que la finalidad de este negocio es la implementación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha.

2.- ¿Cuántas tazas de café consume por semana?

Tabla 3-2. Consumo por semana

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1 o 2 tazas	68	34.52%
3 o 4 tazas	60	30.46%
5 o 6 tazas	32	16.24%
Más de 7 tazas	15	7.61%
No consume café	22	11.17%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

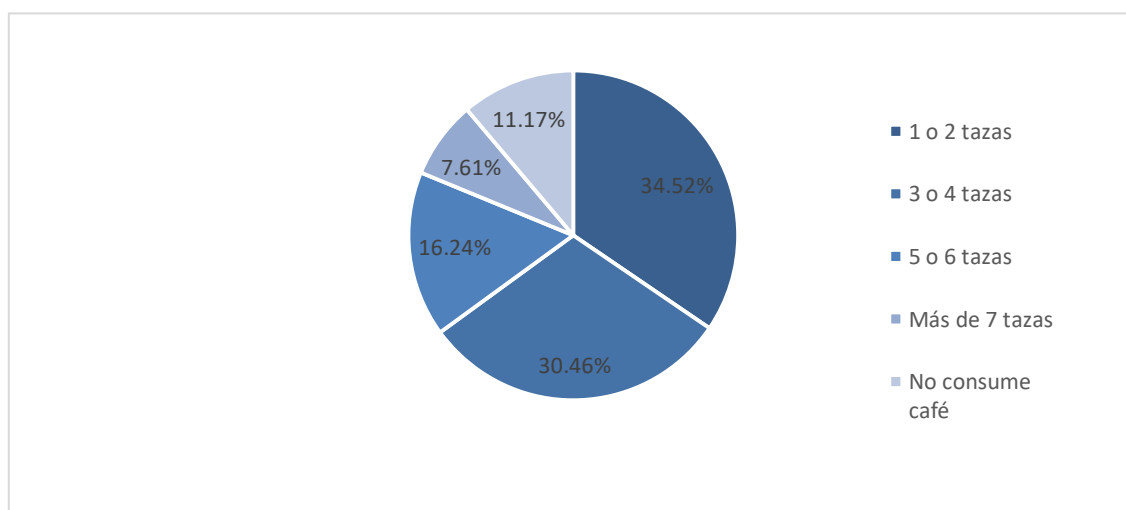


Gráfico 2-2: Consumo de café

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

De los 197 encuestados podemos ver, que el 34.52% toma entre 1 o 2 tazas de café por semana, el 30.46% podemos observar que toma café entre 3 a 4 tazas por semana, seguido por el 16.24%, que toma un promedio de 5 a 6 tazas por semana, el 11.17% que no consume café y por último el 7.61% que toman más de 7 tazas en la semana.

Esta pregunta nos ayuda a observar que el nivel de consumo de café en la población para de esta manera ver si nuestro proyecto va a tener acogida o no, es decir analizar si nuestros clientes van a ser frecuentes.

3.- ¿Qué tipo de alimentos aparte del café te gustaría que hubiera?

Tabla 4-2: Otros alimentos

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Crepes	76	38,58%
Sándwiches	61	30,96%
Humitas	15	7,61%
Quimbolitos	32	16,24%
Pasteles	5	2,54%
Otro	8	4,06%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

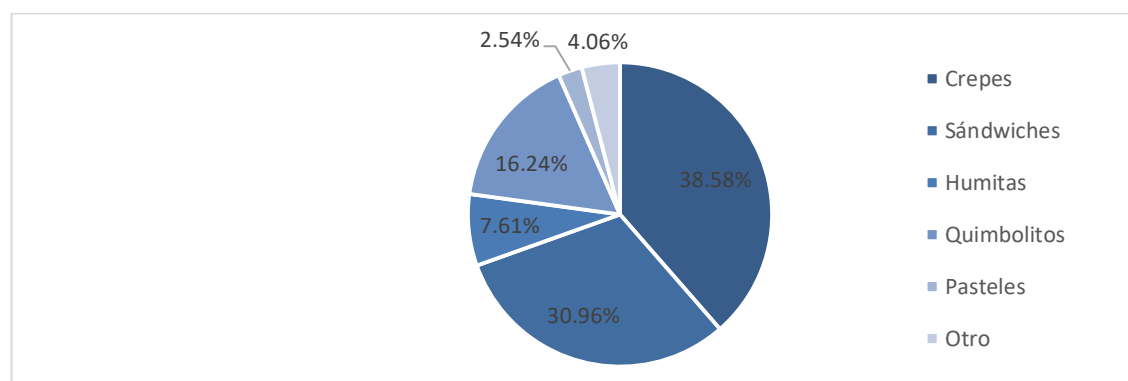


Gráfico 3-2: Porcentajes de otros alimentos

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

Se obtiene que un 38.58% de los 197 encuestados prefieren crepes, seguido por un 30.96% que seleccionaron los sándwiches, el 16.24 que optaron por los quimbolitos, un 7.61% que prefieren las humitas, el 4.06% que optaron por otros alimentos como empanadas, postres, helados y snacks, por último, tenemos al 2.54% de los encuestados que señalaron que les agradaría los pasteles.

Podemos ver que la mayoría de encuestados desean consumir otros alimentos aparte del café, es decir buscan una gama de variedad de productos que vayan de acorde a la cafetería. Con ello podemos decir que los crepes serán los productos más consumidos por los clientes, pero por ello debemos dejar un lado los demás productos

4.- ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 5-2: Rango monetario

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$1,25-\$1,50	86	43,65%
\$1.75-\$2.00	71	36,04%
\$2.25-\$2.50	29	14,72%
\$2.75-\$3.00	11	5,58%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

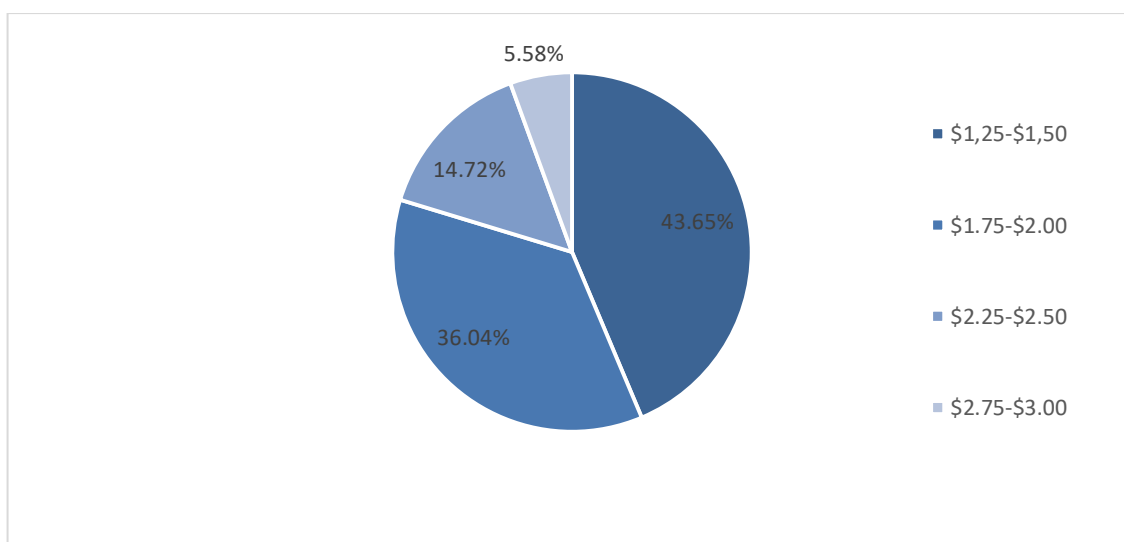


Gráfico 4-2: Porcentaje de rango monetario

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

El 43.65% de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar entre \$1.25-\$1.50 por producto, el 36.04% escogieron que el precio de los productos debería ser entre \$1.75-\$2.00, seguido de un 14.72% que considera el precio de \$2.25-\$2.50 y por último el 5.58% de los encuestados han optado por un valor de \$2.75-\$3.00.

Los precios nos permiten conocer cuánto están dispuestos a pagar los clientes por nuestros productos, al momento de visitar nuestro establecimiento. Además, que esta información nos permitirá establecer los precios que agraden a los clientes.

5.- ¿Señale que otros servicios le gustaría encontrar en una cafetería?

Tabla 6-2: Otros servicios

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Wi-Fi (internet inalámbrico)	82	41,62%
Parqueadero	32	16,24%
Promociones	43	21,83%
Área para fumar	3	1,52%
Música	37	18,78%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

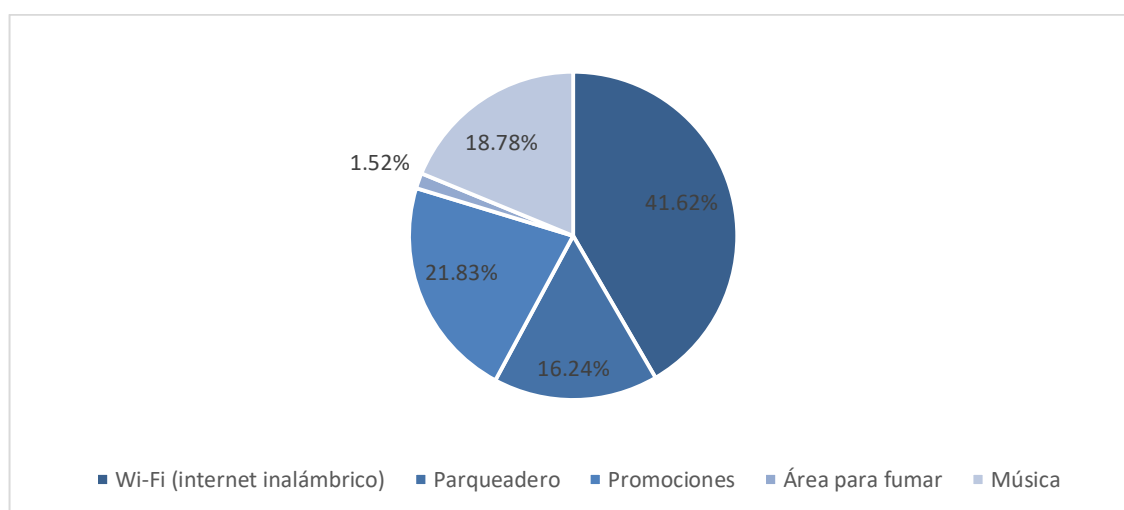


Gráfico 5-2: Frecuencia relativa otros servicios

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

De los 197 encuestados el 41.62% les gustaría que en la cafetería existiera Wi-Fi (internet inalámbrico), el 21.83% han optado por las promociones, luego con el 18.78% han escogido que haya música, seguido del 16.24% que han preferido que haya un parqueadero y con un mínimo el 1.52% han elegido que este lugar posea un área para fumar.

Esto se puede considerar como una ventaja para nuestro proyecto ya que al brindar otros servicios complementarios las personas nos elegirán.

6.- ¿Cuál de los siguientes factores, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?

Tabla 7-2: Factores dentro del establecimiento

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Calidad	29	14,72%
Espacio acogedor	62	31,47%
Agilidad	21	10,66%
Servicio al cliente	75	38,07%
Otro	10	5,08%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

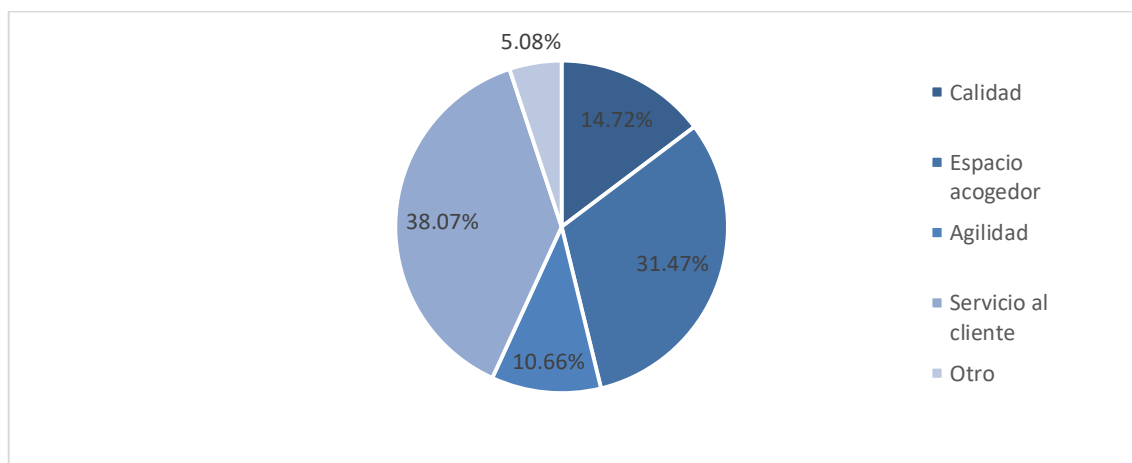


Gráfico 6-2: Factores dentro del establecimiento

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

El 38,07% de la muestra considera que lo más importante, en este tipo de establecimientos es el servicio al cliente, y un espacio acogedor con un 31,47%, la población restante opta por la calidad con un 14,72% y la agilidad con un 10,66%. El 5,08% piensa que también es importante la seguridad.

Se puede concluir que lo más trascendental para el consumidor se encuentra en la calidad del producto, además de la estructura física y ambiente del negocio.

7.- ¿Qué factores toma en consideración para asistir a una cafetería?

Tabla 8-2: Factores para asistir a una cafetería

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Precio	36	18,27%
Ubicación	67	34,01%
Ambiente	85	43,15%
Presentación	9	4,57%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

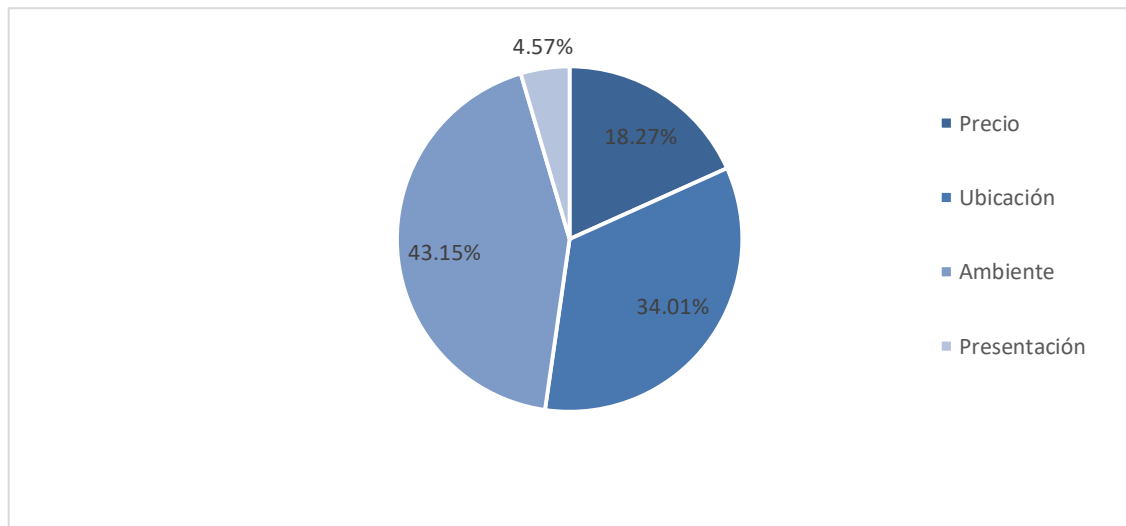


Gráfico 7-2: Factores para asistir a una cafetería

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

Del 100% de la muestra considera que lo más importante, en este tipo de establecimiento es el ambiente con un 43.15%, luego está la ubicación con un 34.01%, seguido por el precio con 18.27% y por último esta la presentación con un 4.57%.

Se puede concluir que lo más importante para un cliente es el ambiente porque, muchas de las personas para asistir a una cafetería ven como este ambiente, si es atractivo y tiene algunas decoraciones que les llama la atención y también está basada en la presentación de productos que ofrece la cafetería, además lo consideran la ubicación y los precios de los productos.

8.- ¿Cuál es su café favorito?

Tabla 9-2: Tipos de café

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Cappuccino	90	45,69%
Expresso	18	9,14%
Americano	22	11,17%
Café con leche	13	6,60%
Instantáneo	26	13,20%
Chocolate	25	12,69%
Otros	3	1,52%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

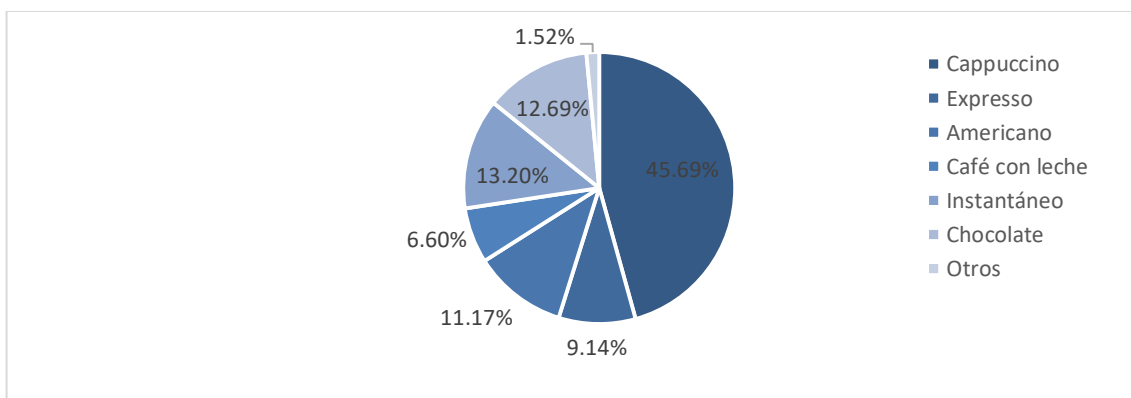


Gráfico 8-2: Café con más acogida

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

Como se puede observar existe una variedad de preferencias en cuanto a los distintos tipos de café, sin embargo, podemos observar que el más acogido es el Cappuccino con un 45.69, seguido del instantáneo con 13.20%, a continuación, el chocolate con el 12.69%, luego el americano con 11.17%, con el 9.14% el expresso, con un 6.60% el café con leche y por último otros.

Como se observa al tratarse de una cafetería las personas se inclinan por las bebidas de café, sin embargo, también son solicitadas bebidas como batidos o milshakes, información que permitirá definir la línea de productos a ofrecer en el negocio.

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

Tabla 10-2: Motivos para ir a una cafetería

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tomar un café	52	26,40%
Comer algo	36	18,27%
Punto de reunión	81	41,12%
Leer	7	3,55%
Distraerme	20	10,15%
Otro	1	0,51%
Total	197	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

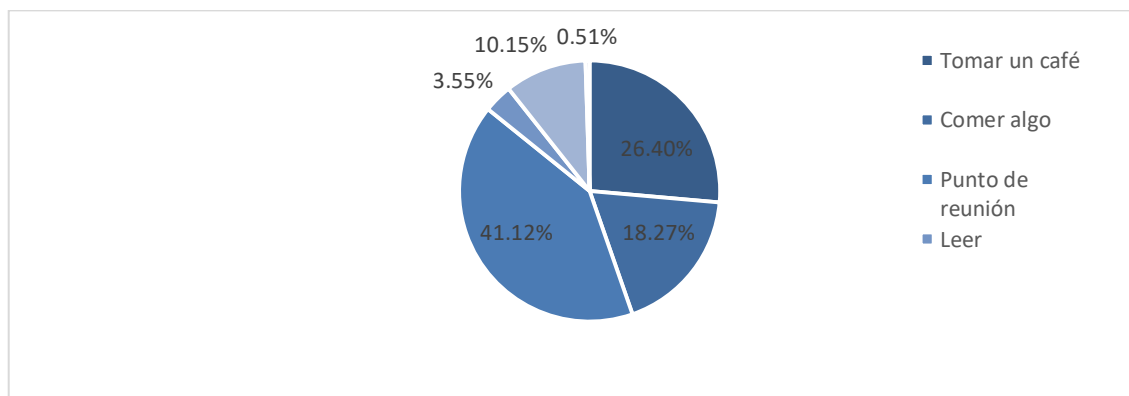


Gráfico 9-2: Motivos para ir a una cafetería

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

A la pregunta de cuáles son los motivos por el cual asiste a una cafetería el 41.12% de los encuestados han respondido que van por ser un punto de reunión, el 26.40% va por tomar café, seguido del 18.27% que va por comer algo, luego con el 10.15% va por distracción, con el 3.55% y 0.51%, asisten por leer y otros motivos.

Luego de analizar el comportamiento de los consumidores se observa que existe un alto índice por el motivo que asiste a una cafetería es por el punto de reuniones ya puede ser entre amigos o trabajo en donde van tratar algunos puntos de suma importancia o hacer un punto de reencuentros entre amigos.

10.- ¿Conoce de algún establecimiento que ofrezca este servicio dentro del cantón Mocha?

Tabla 11-2: Lugares que ofrezcan este servicio

Alternativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
SI	7	3,55%
NO	190	96,45%
Total	197	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

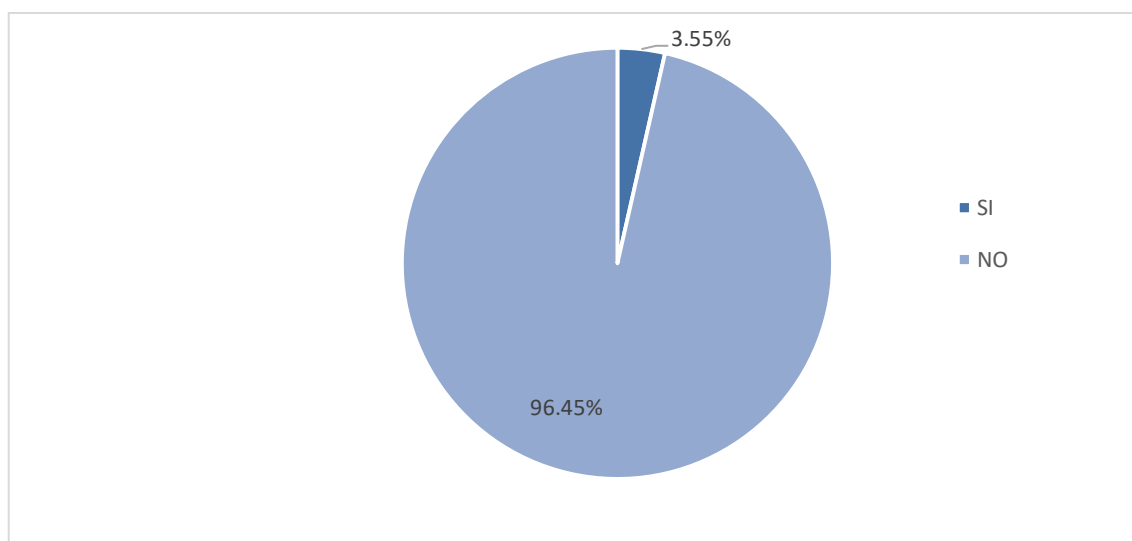


Gráfico 10-2: Lugares que ofrezcan el mismo servicio

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis e Interpretación:

De los 197 encuestados podemos ver que el 96.45% no conoce dentro del cantón un lugar que ofrezca el servicio de cafetería dentro del mismo, y el 3.55% nos dicen que sí.

Como se puede observar la mayoría de personas no conocen de un lugar en donde puedan satisfacer esta necesidad y las personas que respondieron que si fue debido a que pedían en lugares como restaurantes que se les prepare café.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Título de la propuesta

Elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua, año 2022

3.2 Objetivos de la propuesta

3.2.1 *Objetivo general*

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de la cafetería “Coffee Moment”, en el cantón Mocha, Provincia de Tungurahua, en el año 2022

3.2.2 *Objetivos específicos*

- Obtener información bibliográfica confiable y actualizada, en la cual se fundamente el presente trabajo de investigación.
- Realizar un estudio de mercado a través de encuestas, en donde se determine la demanda insatisfecha para la creación de la cafetería “Coffe Moment”
- Ejecutar un análisis técnico, legal, administrativo y financiero mediante indicadores, que permitan medir la factibilidad financiera del trabajo de investigación.

3.3 Desarrollo de la propuesta

El surgimiento de los emprendimientos ha sido considerado por diferentes sectores económicos y sociales, como una estrategia de reactivación económica, es por ello que con la ejecución de los emprendimientos se busca dar inicio a una propuesta de factibilidad que permitirá generar fuentes de trabajo que contribuya al desarrollo socio económico de la ciudad, provincia y del país. Creando nuevos productos o servicios, para satisfacer las necesidades de las personas a través de la creación de empresas aplicando los valores y principio morales.

3.3.1 Ideas de negocio

Tabla 12-3: Alternativas de valoración

IDEA	MOTIVO/ CIRCUNSTANCIA
Creación de un complejo turístico en el cantón Mocha.	Debido a que en el cantón existe la necesidad de un lugar en donde la gente pueda disfrutar y distraerse de lo cotidiano, muchas veces se ha evidenciado que llegan turistas y buscan lugares en donde recrear.
Creación de una enfriadora de leche en el cantón Mocha.	En el mercado local existe la necesidad de un establecimiento que pague lo justo a los ganaderos ya que los únicos que ganan aquí son las grandes industrias, la zona se caracteriza por ser un cantón ganadero, pero es uno de los sectores más golpeados a nivel nacional ya que el precio es muy mínimo por parte de los lecheros.
Creación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha	Actualmente en el Cantón Mocha hace falta una cafetería que oferte alimentos y bebidas como: cafés, sándwich, postres y bocadillos tradicionales satisfaciendo los requerimientos de los turistas locales y nacionales de esta ciudad, además que en cantón no existe un lugar en donde la gente puede ir a relajarse después de lo cotidiano, este lugar busca ser un punto de encuentro de personas.

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

3.3.1.1 Evaluación de la idea

Para la evaluación de la idea se calificará del 1 al 5, donde 1 es nulo, 2 es bajo, 3 es medio, 4 es medio alto y 5 alto.

Tabla 13-3: Evaluación de la idea

Idea	Costos de Materia	Conocimiento Técnico	Clientes Satisfechos	Disponibilidad De materia	Total
Creación de un complejo turístico en el cantón Mocha.	3	3	4	3	13
Creación de una enfriadora de leche en el cantón Mocha	4	3	4	4	15
Creación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha	5	4	4	5	18

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Análisis: Luego de realizar la valoración de las ideas con las mejores posibilidades se concluye por la idea de la creación de la cafetería Coffe Moment en el cantón Mocha, ya que tuvo el promedio más alto con un total de 18 puntos sobre 20.

3.4 Nociones generales del proyecto

3.4.1 Proceso creativo

3.4.1.1 Justificación

El cantón Mocha se ha convertido en una ciudad que atrae el turismo no solo por su historia, gastronomía, leyendas o antigüedad, sino por variedad de lugares turísticos en el páramo. Por lo tanto, el objetivo de crear una cafetería es porque en esta ciudad no existen este tipo de establecimientos en donde los exploradores nacionales y locales puedan satisfacer sus necesidades, por ello se pretende cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha que existe en la ciudad, conjuntamente con fomentar el consumo de una variedad de café, que pese a que el Ecuador es un país exportador de café, lastimosamente los ecuatorianos carecemos de una cultura en cuanto a su consumo.

La presente propuesta de factibilidad tiene por objetivo crear una cafetería que potencie el consumo de un café de calidad, y a la vez que priorice la comodidad del cliente ofreciendo un espacio cómodo llamativo mediante la utilización de lámparas colgantes, cosas antiguas, cuadros y la conjugación de colores que resalten y sean propio de un estilo antiguo, palabra que se asemeja a la elegancia, además que aporte al desarrollo local, mediante la generación de fuentes de trabajo.

3.4.1.2 Nombre del proyecto

Tabla 14-3 Nombre del emprendimiento

Atributo de la idea	Original	Descriptivo	Significativo	Agradable	Fácil de recordar	Claro	Total
Tree café	2	3	4	4	3	4	20
La cafetería de la abuela	4	5	3	5	3	5	25
Coffe Moment	5	5	5	4	5	4	28
Gaelito café	3	4	2	3	3	5	20
Café San Juan	3	2	2	3	3	4	17

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

El nombre del proyecto se evaluó de 1 a 5; donde 5 cumple más satisfactoriamente con el criterio evaluado.

3.4.1.3 Emotividad del nombre

Coffe Moment es el nombre que obtuvo una valoración de 28 puntos, por ser un nombre que describe el ingrediente principal que hace referencia a la actividad del emprendimiento, posee originalidad, es atractivo y fácil de recordar, para los clientes que deseen visitar el establecimiento.

3.4.2 Naturaleza del proyecto

3.4.2.1 Descripción del proyecto

El propósito de este proyecto planea la integración de una cafetería que ofrezca preparaciones variadas y de calidad en cuanto al café, por otra parte, también se ofertara otros alimentos que van de la mano con el café, bebidas frías, etc. acompañadas de un ambiente agradable y acogedor; resaltando localidad y el profesionalismo en cada una de las preparaciones.

Se anhela disponer de una amplia variedad de productos que logren adaptarse a los distintos tipos de horarios y de público, una de las estrategias de este emprendimiento es innovar constantemente nuestros productos.

El proyecto está dirigido al público en general; en especial a los turistas locales y nacionales del cantón Mocha. Se trata no solo de captar mayor número, sino de tener en cuenta al público que tiene distintos horarios para ofertar nuestros servicios.

Por lo tanto, la cafetería contara con una decoración antigua y elegante cuidando siempre la limpieza del lugar, comodidad en su menaje, logrando una imagen original del local, donde el cliente se sienta cómodo luego de la rutina diaria. La carta del establecimiento será llamativa, manual y fácil de leer, además que en la decoración se incluirá cosas antiguas que represente la historia de nuestros antepasados y del cantón, enriqueciendo así el conocimiento de cada uno de los visitantes.

3.4.2.2 Misión

Coffe Moment es un sitio que desea brindar un servicio de calidad con un ambiente cómodo, agradable y acogedor para deleitar de un delicioso café, mismo que es preparado con insumos de alta calidad y a precios razonables, contribuyendo a nuestro crecimiento y mejora día a día.

3.4.2.3 Visión

Ser reconocidos en el cantón Mocha como una cafetería original sólida, competitiva y preferida en nuestra especialidad, con calidad humana y principios éticos, desarrollando en cada uno de nuestros colaboradores su capacidad creativa a favor del cliente.

3.4.2.4 Políticas y estrategias

Tabla 15-3 Políticas y estrategias

Políticas	Estrategias
Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none">• Brindar un servicio eficiente y de calidad al público.• La preparación de los productos deberá contar con todas las normas de sanidad.• Rapidez en la atención.
Ambiente adecuado	<ul style="list-style-type: none">• Establecer normas de higiene y seguridad.• Dotar de uniformes para que el cliente nos pueda reconocer.• Capacitar a los empleados para que exista una buena comunicación entre cliente y mesero.• Motivar al personal interno.• En la carta, ofrecer una extensa gama de productos con los precios claros.
Personal capacitado	<ul style="list-style-type: none">• Contratación de empleados que tengan experiencia en gastronomía.• Realizar constantes capacitaciones a los empleados.• Proporcionar todas las herramientas necesarias para un mejor desempeño en el campo laboral.

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.4.2.5 Valores y principios

Valores axiológicos

- Amor
- Trabajo en equipo
- Lealtad
- Generosidad
- Integridad

Valores de trabajo

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Respeto
- Compañerismo
- Tolerancia

3.4.2.6 Distingos y Ventajas competitivas

Distingos competitivos

- La empresa se distingue por los productos que se ofrecen ya que son de calidad donde utilizaremos productos nacionales con el fin de mantener nuestras tradiciones y costumbres, factor importante porque nos permite conservar nuestra identidad.
- El diseño del lugar con un estilo antiguo utilizando cosas antiguas para su decoración, con pequeños adornos para las mesas.
- El personal contará con un uniforme que posea los colores y el nombre la empresa.
- Los precios serán razonables, en un ambiente encantador.

Ventajas competitivas

- Se contará con un sistema informático que permita tomar y procesar rápidamente los pedidos al cliente y brindar una rápida atención.
- Los nombres de los alimentos y bebidas que se ofertan en la cafetería resalta la temática de la cafetería.
- Existirá el buzón de sugerencias.
- En fechas especiales (cumpleaños, día de la madre, día de la mujer, día del niño entre otras) podrán escoger un postre que se encuentre dentro de la carta destinada a fechas especiales.
- Excelente ubicación

3.4.2.7 Análisis FODA

Tabla 16-3. FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Precios y horarios accesibles • Calidad en el servicio y ambiente adecuado • Localización de la cafetería en el centro del cantón Mocha • Variedad de productos en la carta • Contar con un ambiente agradable, acogedor, que tenga elementos decorativos, y mobiliario que haga referencia a lo antiguo, y a laves que proyecte elegancia 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco presupuesto • Falta de publicidad. • Ser nuevos en el mercado. • Proyecto fácil de imitar.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento en la visita de turistas locales y nacionales • Convenio con instituciones • Alto nivel de preferencia de alimentos y bebidas. • Competencia débil • Solicitar financiamiento para expandir la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de nuevos impuestos por parte del gobierno. • Incremento de precios de materia prima. • Cambios de preferencia del consumidor. • La competencia, aunque no se encuentre cercana al establecimiento ya posee la fidelización de sus clientes. • Economía inestable.

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.4.3 Inversiones y gastos del área comercial.

- **Inversiones:** Muebles y enseres
- **Gastos:** Publicidad

3.5 Estudio de Mercado

El estudio de mercado permite conocer el porcentaje de la demanda y de la oferta del segmento de mercado enfocado, la herramienta utilizada es la encuesta ya que permite determinar el porcentaje, con los resultados obtenidos permitiendo conocer la viabilidad del proyecto si es satisfactoria debido a la fuerza de la demanda, de la misma forma con el mix de mercado se establecerá las 4P, se diseñará el logotipo, el eslogan de la cafetería que permitirá diferenciar al establecimiento.

3.5.1 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado permite clasificar al mercado en varios grupos según las características y necesidades semejantes, mismas que permitirán brindar una oferta adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Para realizar esta segmentación se plantea las siguientes variables de mercado: geográficas, demográficas, y psicográficas, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 17-3: Segmentación de mercado

Variable	Descripción
Geográficas	Regional-Sierra Provincia-Tungurahua Cantón- Mocha
Demográficas	Personas entre 20 años hasta los 35 años de edad, turistas nacionales y extranjeros.
Psicográficas	Estilo de vida: turismo, ocio, delectación, trabajo, etc.

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

➤ Mercado objetivo

El mercado objetivo hace referencia a los consumidores que muy probablemente compre los productos de la cafetería, es decir que, el mercado objetivo será la población total del Cantón Mocha que son en total 6777 habitantes económicamente activa, para nuestra investigación también tenemos ingresos de los turistas que anualmente llegan por la ciudad que son alrededor de 11776 turistas en el año 2016. (Armendariz, 2016)

➤ Mercado potencial

El mercado potencial forma parte del destino ideal del servicio, por lo que, la meta del proyecto es llegar a personas de edades comprendidas entre los 20 hasta los 35 años de edad de hombres y mujeres que corresponden a los 6777 personas económicamente activa. No obstante, es importante mencionar que otro mercado viable de la Cafetería “Coffe Moment” se centra en los turistas nacionales que llegan al cantón que según (Armendariz, 2016) son alrededor de 11776 turistas que llegan a disfrutar del turismo rural, se ha tomado en cuenta estas cifras turísticas puesto que el cantón Mocha es un punto turístico para locales y nacionales lo que favorece a la cafetería y por ende también se convierte en un mercado meta a alcanzar tenemos una población de 18553 habitantes.

➤ **Mercado meta**

El mercado meta está compuesto por las personas que están dispuesta a adquirir el servicio y los productos. Por lo que, según las encuestas realizadas se pudo determinar que el mercado meta del proyecto será alrededor de 17234 personas entre la población del propio cantón y los turistas nacionales que llegan al cantón Mocha, el 92.89% de aceptabilidad de la encuesta realizada.

3.5.2 Análisis de la demanda

➤ **Demanda actual**

La demanda actual, se relaciona a “predecir 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” (Sandoval, 2012).

Tabla 18-3. Cálculo de la población meta

Población PEA del cantón Mocha	6777
Turistas	11776
Población potencial	18553
Aceptación	92.89%
Población meta	17234

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

No obstante, esta demanda se divide en dos grupos; el primero está compuesto por los habitantes económicamente activa del cantón Mocha con un total de 6777 personas y el segundo grupo formado por los turistas que llegan a la zona en un total de 11776 turistas al año que viajaron al cantón Mocha en el periodo 2016 de acuerdo (Armendariz, 2016), acorde a los datos anteriores se suman un total de 18553 personas. De este resultado se ha considerado que solo el 92.89% de los individuos serán quienes aceptaran nuestros productos, pero solo el 88.83% de ellos consumirá café ya que los demás no pueden o no les gusta. A este resultado se le considera como demanda potencial que equivale a 15309 personas, según datos obtenidos de la encuesta realizada.

Tabla 19-3: Cálculo de la demanda actual

Frecuencia	Porcentaje	Población de consumo	Mensual	Anual
1 o 2 tazas	34.52%	5949	178474	2171435
3 o 4 tazas	30.46%	5249	157484	1916059
5 o 6 tazas	16.24%	2799	83964	1021563
Más de 7 tazas	7.61%	1312	39345	478700
TOTAL	88.83%	15309	459268	5.587.756

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022.

En la tabla anterior podemos observar que la demanda actual es de 5.587.756 tazas de café al año también tomamos en cuenta la multitud de turistas que visitan el cantón Mocha.

3.5.3 Proyección de la demanda

Por otra parte, para la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha del año 2020 esta tasa representa el 1.69%, acorde a esta relación se plantean la siguiente proyección

Fórmula:

$$D_p = D_a (1+i)^n$$

D_p (Demanda proyectada)

D_a (Demanda actual) = 6.204.240

i (Tasa de crecimiento) = 1.69%

n (Tiempo en años)

Tabla 20-3: Proyección de la demanda

AÑO	CANTIDAD
2022	5,682,189
2023	5,778,218
2024	5,875,870
2025	5,975,172
2026	6,076,153

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022.

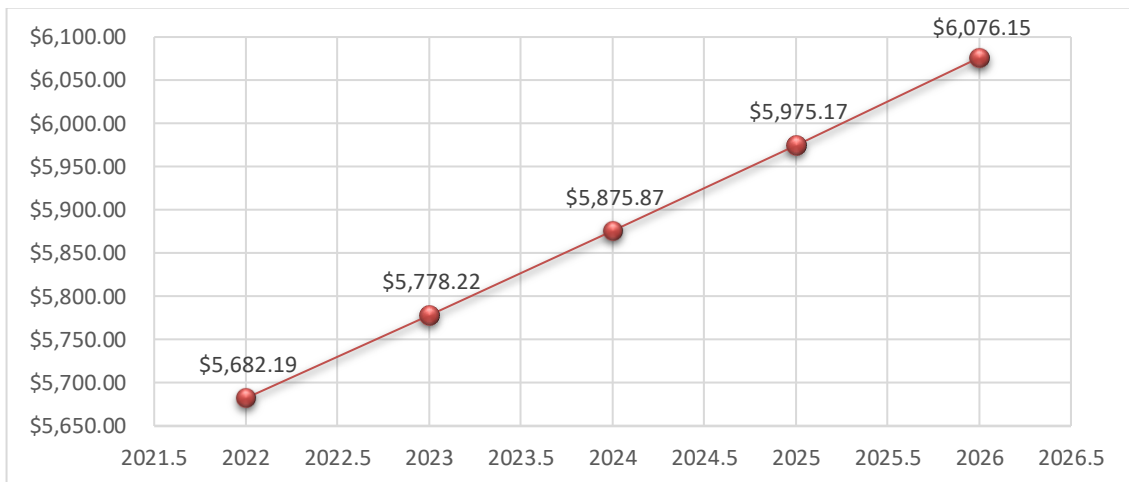


Gráfico 11-3: Proyección de la demanda

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2021

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la demanda tendrá un ilustre crecimiento sustancial en los próximos cinco años, lo que representa una ventaja para la cafetería.

3.5.4 *Análisis de la Oferta*

Luego de constatar los resultados de la encuesta realizada a 197 personas podemos ver que el 96.45% no conoce dentro del cantón un lugar que ofrezcan el servicio de cafetería dentro del mismo, y el 3.55% nos dicen que sí, de acuerdo al último porcentaje se pudo averiguar que existen varias personas que para poder obtener un café asisten a lugares como restaurantes en donde piden que se les prepare un café y así satisfacer su necesidad.

3.5.5 *Demanda insatisfecha*

Luego de haber analizado la demanda y la oferta se procedió a determinar la demanda insatisfecha la cual simbolizo una cantidad muy representativa, a esto se le puede tomar como una oportunidad para este negocio, 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 21-3: Demanda insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2022	5682189	0	5,682,189.00
2023	5778218	0	5,778,218.00
2024	5875870	0	5,875,870.00
2025	5975172	0	5,975,172.00
2026	6076153	0	6,076,153.00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Análisis:

La proyección de la demanda insatisfecha se incrementa progresivamente cada año, la DPI de consumo de café es de 6.076.153 personas; esta es la razón fundamental para el desarrollo de la propuesta de creación de una cafetería en el cantón Mocha. En definitiva, es un mercado que no ha sido cubierto sus necesidades, es decir, que la demanda es mayor que la oferta. Para realizar la proyección de la demanda del presente proyecto se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha del año 2020 esta tasa representa el 1.69%.

3.5.6 Mix de Mercado

La “Coffe Moment” empleará el mix de mercado como estrategia de venta que estará enfocado en la satisfacción de los consumidores en la cual se diseñó el logo, asimismo se estableció el canal de distribución y se eligió las promociones con el fin de ofrecer un servicio que satisfaga totalmente las necesidades de los clientes. En este mix de mercado se empleará los elementos que son las cuatro P (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

3.5.6.1 Producto/Servicio

Coffe Moment es una cafetería tradicional, donde ofrece productos garantizados manteniendo un estándar de calidad para los clientes; ya que nuestro propósito es ofrecer al cliente un producto real donde se sienta confiado de lo que se le oferta, entre los productos que se va ofertar están sándwich, bebidas calientes y frías, postres y bocadillos tradicionales. El propósito de la cafetería Coffe Moment es brindar un servicio de calidad a los consumidores, además de brindar un lugar acogedor y único en donde se destaque el estilo antiguo de nuestra región con el fin de mantener nuestra identidad; porque hoy en la actualidad

las personas buscan lugares tradicionales y diferentes de nuestro medio; tal es el caso que se vio optimo incluir en la cafetería recetas que han sido adquiridas de nuestros ancestros y que han ido trascendiendo de generación en generación.

Logotipo



Figura 1-3: Logotipo de Coffe Moment

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

La cafetería Coffe Moment como su nombre lo indica plasma la tradición de un tiempo dedicado a tomar café es decir un momento de relajación y descanso; los colores escogidos son:

Amarillo: este color resaltar la creatividad, seguridad, alegría, energía, con visión a un futuro donde nos permite proyectarnos a metas.

Negro: se escogió este color ya que representa la elegancia, prestigio y autoridad.

Blanco: este color representa la libertad, la paz, la purificación, un nuevo comienzo.

Slogan

“La dosis de felicidad que necesitas”

Análisis: El eslogan elegido hace referencia al ambiente que el establecimiento ofrecerá al cliente, un lugar donde se obtendrá productos de calidad y podrá disfrutar de música agradable,

relajante y además que el tipo de café utilizado posee un aroma y sabor exquisito, agradable al paladar de sus consumidores.

3.5.6.2 Precio

Se tomará en cuenta el precio referencial que arrojó la encuesta en donde los encuestados por lo general cuando salen a comer en estos lugares gastan entre un promedio de 1.25 y 3 USD por cada producto, lo cual están dispuestos a pagar por un alimento y/o bebida, indistintamente los precios deben ser competitivos de acuerdo con el mercado, aunque la Cafetería Coffe Moment ofrece precios cómodos acorde al bolsillo de sus clientes.

Nombre del producto	Precio
Cappuccino	1,90
Expresso	1,50
Americano	1,75
Café con leche	1,75
Instantáneo	1,25
Chocolate	1,75
Jugos	1,50
Te	1,25
Crepes	3,00
Sándwiches	2,75
Humitas	1,35
Quimbolitos	1,50
Pasteles	2,50
Empanadas	1,60
Tostadas	1,75

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.5.6.3 Plaza

El canal de distribución que va utilizar la cafetería Coffe Moment con los clientes es el canal directo ya que se trata de productos de consumo inmediato, es por ello que al ser los productores del servicio no participan intermediarios, es decir los productos son entregados inmediatamente

del productor al cliente, debido a que la naturaleza del negocio es de obtención, transformación y elaboración de materia prima al producto final.

El punto de venta de la cafetería “Coffe Moment” estará ubicado en el centro del cantón Mocha, pues ahí se concentran el mayor número de turistas tanto locales como nacionales. Por otra parte, el centro del cantón brinda múltiples accesos como facilidad y alcance de los servicios básicos, facilidad de movilidad para los clientes.

3.5.6.4 Promoción

La comunicación y publicidad es el elemento principal para la venta de alimentos y bebidas que ofrece la cafetería Coffe Moment puesto que no es suficiente solo un precio atractivo, también hay que manejar el canal de transmisión adecuado para dar a conocer este establecimiento, es así que se busca llegar a los posibles clientes con los medios de comunicación, nuestra publicidad se realizara mediante tarjetas de presentación trípticos, redes sociales, páginas web, televisión, radio fuentes que nos permitirá promocionar nuestro producto.

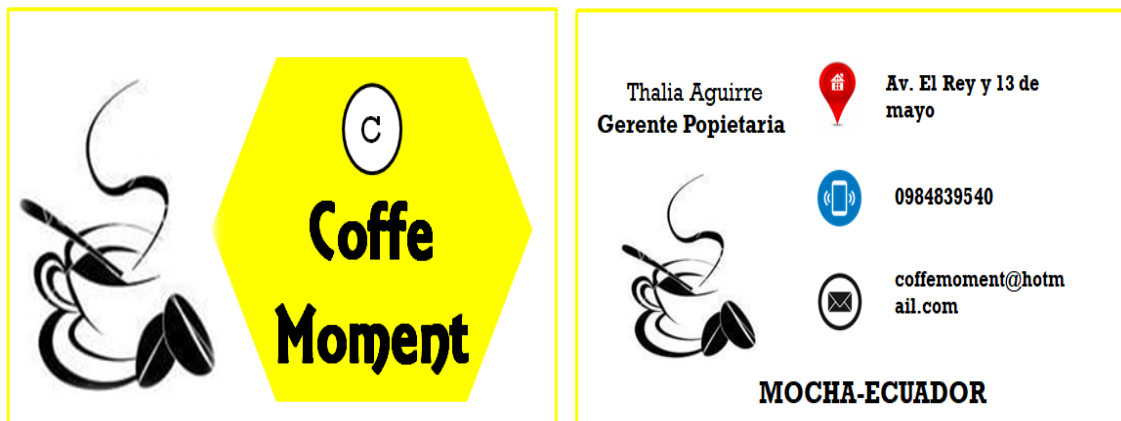


Figura 2-3: Tarjeta de presentación

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Entre las promociones que va ofrecer la cafetera están:

- Ofrecer un descuento especial del 10% por la compra mayor a \$15 todos los fines de semana.
- Promocionar 2 x 1 todos los días martes.
- En fechas especiales como cumpleaños, el cumpleaños recibirá un producto a su gusto.
- Cuando existan reuniones de más de 10 personas habrá un descuento del 15%

3.5.7 *Análisis del sector*

La cafetería Coffe Moment se encontrará ubicada en el centro del cantón Mocha, en la parroquia La Matriz, en la avenida El Rey y 13 de mayo, debido el movimiento comercial que se genera en la ciudad. El establecimiento se caracterizará por brindar un servicio de cafetería de calidad, complementado con un local decorado con un estilo clásico, que le permitirá brindar al cliente un ambiente diferente, acogedor y agradable, basado en la vivencia de nuestros antepasados.

➤ **Clientes**

La cafetería Coffe Moment está diseñada para todo tipo de cliente, ya que ofrece variedad de productos alimenticios.

➤ **Proveedores**

Los proveedores que abastecerán a la cafetería Coffe Moment tienen que ser serios, confiables, comunicativos; los productos de calidad que van ofrecer deben ser de fácil acceso y variados, debe tener promociones y descuentos especiales, deberá existir puntualidad en las distribuciones y entregas.

Tabla 22-3: Lista de proveedores

PROVEEDORES	PRODUCTO
Nestlé	Café, Chocolate, etc.
Frigorífico Luis JR	Jamón, mortadela, queso, etc.
Supermercado Mi Caserita	Productos de primera necesidad
Mercado Mayorista Ambato	Verduras, vegetales y frutas.
Panadería El Pinar	Pasteles y pan.

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.5.8 *Costos de producción*

- Consumo de servicios básico
- Mantenimiento
- Combustible
- Depreciación
- Materia Prima

- Mano de obra directa
- Costos Indirectos de fabricación
- Activos fijos para el área de producción
- Materiales indirectos
- Suministro y materiales
- Programa Pre-Operativo

3.6 Estudio Técnico

Mediante el estudio técnico se podrá determinar los procesos de elaboración de los productos a ofrecer, además de los utensilios y equipos necesarios para iniciar la actividad comercial y administrativa lo cual permitirá estimar la inversión de los recursos disponibles para la producción.

3.6.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de la cafetería Coffe Moment está determinada por su estrecha vinculación con la inversión del proyecto tomando en cuenta los costos de operación y el volumen de venta, por consiguiente, se puede mencionar que la capacidad de producción será en base a la capacidad instalada. El horario de atención de la cafetería es de lunes a sábado, desde las 7H00 am hasta las 9H00 pm. Sin embargo, si desean utilizar fuera de este horario lo pueden hacer siempre y cuando se reserve con anticipación.

CI=CAPACIDAD POR PAX

CR= CAPACIDAD REAL

CO=CAPACIDAD OCIOSA

Fórmula

$$CR + CO = CI$$

$$24 + 76 = 100$$

La capacidad real del establecimiento es de 24% personas el cual está disponible en el momento; que se encuentre lleno el establecimiento, y una capacidad ociosa de 76% personas durante el día, dando un resultado del 100%

3.6.1.1 Capacidad del emprendimiento

La capacidad de la Cafetería se determinará de acuerdo a la capacidad que tiene el local, en este caso el área del servicio abarca doce mesas con dos sillas dando lugar a veinte y cuatro clientes a la vez con una posible rotación de 2 asimismo se tomará en cuenta la maquinaria y equipo instalada, por otra parte los alimentos y bebidas que ofrece son varias opciones por ello es fundamental que el talento humano esté capacitado con el fin de dar un servicio eficiente y eficaz superando las expectativas de los clientes.

Tabla 23: Capacidad del emprendimiento

Nombre del producto	Cantidad diaria	Cantidad mensual	Cantidad anual
Cappuccino	12	360	4320
Expresso	5	150	1800
Americano	6	180	2160
Café con leche	6	180	2160
Instantáneo	8	240	2880
Chocolate	7	210	2520
Jugos	4	120	1440
Te	5	150	1800
Crepes	12	360	4320
Sándwiches	10	300	3600
Humitas	7	210	2520
Quimbolitos	9	270	3240
Pasteles	6	180	2160
Empanadas	4	120	1440
Tostadas	6	180	2160
TOTAL	107	3210	38520

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.6.2 Localización

La selección de una localización adecuada permitirá obtener resultados positivos en el proyecto, ya que así se logrará mayores beneficios. Para esto se toma en cuenta dos aspectos importantes como son la macro y micro-localización. En la primera se establece el ámbito regional y en la segunda la ubicación exacta del predio donde se instalará el proyecto.

3.6.2.1 Macro-localización

La cafetería Coffe Moment estará localizada en el cantón Mocha, que está ubicado en el sector sureste de la provincia de Tungurahua, a 25km de la ciudad de Ambato. Posee una extensión de 82,3 Km² y una altitud que va de los 2.888 a 5.020 msnm. El clima es templado en casi todo su territorio (8° a 16°C), sin embargo, se registra una disminución de la temperatura entre los meses de mayo y agosto, que se eleva nuevamente a partir de los meses de octubre, noviembre, y en enero. La precipitación promedio anual es de 650 milímetros.



Figura 3-3: Macro-localización

Fuente: www.google.com

3.6.2.2 Micro-localización

La mejor localización para la cafetería “Coffe Moment” está en el centro del cantón Mocha, debido a que reúne todas las características suficientes que requiere este proyecto y debido a que hay gran concurrencia de turistas motivo por el cual se prevé que la cafetería estará ubicada en la avenida El Rey y 13 de mayo.

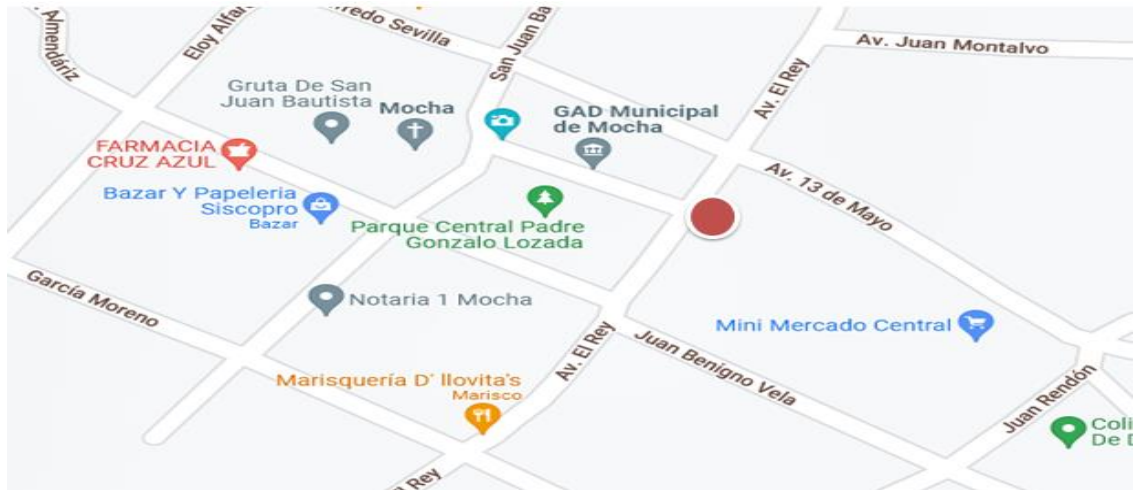


Figura 4-3: Micro-localización.

Fuente: www.google.com

3.6.3 Ingeniería del proyecto






De acuerdo a lo que se ha ido estudiando la ingeniería de un proyecto es el análisis de los aspectos técnicos que va a ofrecer este servicio, así como también permite conocer de una manera detalla la cantidad de materiales, insumos y equipos de instalación para el debido funcionamiento, incluye descripciones específicas de los productos que se está ofreciendo, además se detallan las deducciones de necesidades de personal para la prestación de cada uno de los servicios.

3.6.3.1 Proceso del servicio

➤ Diagrama de flujo

El Diagrama de Flujo o flujograma, representa gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos. Se realizó el diagrama de flujo con el fin de establecer la manera más organizada el proceso de elaboración del producto, por medio de la utilización de los siguientes símbolos:

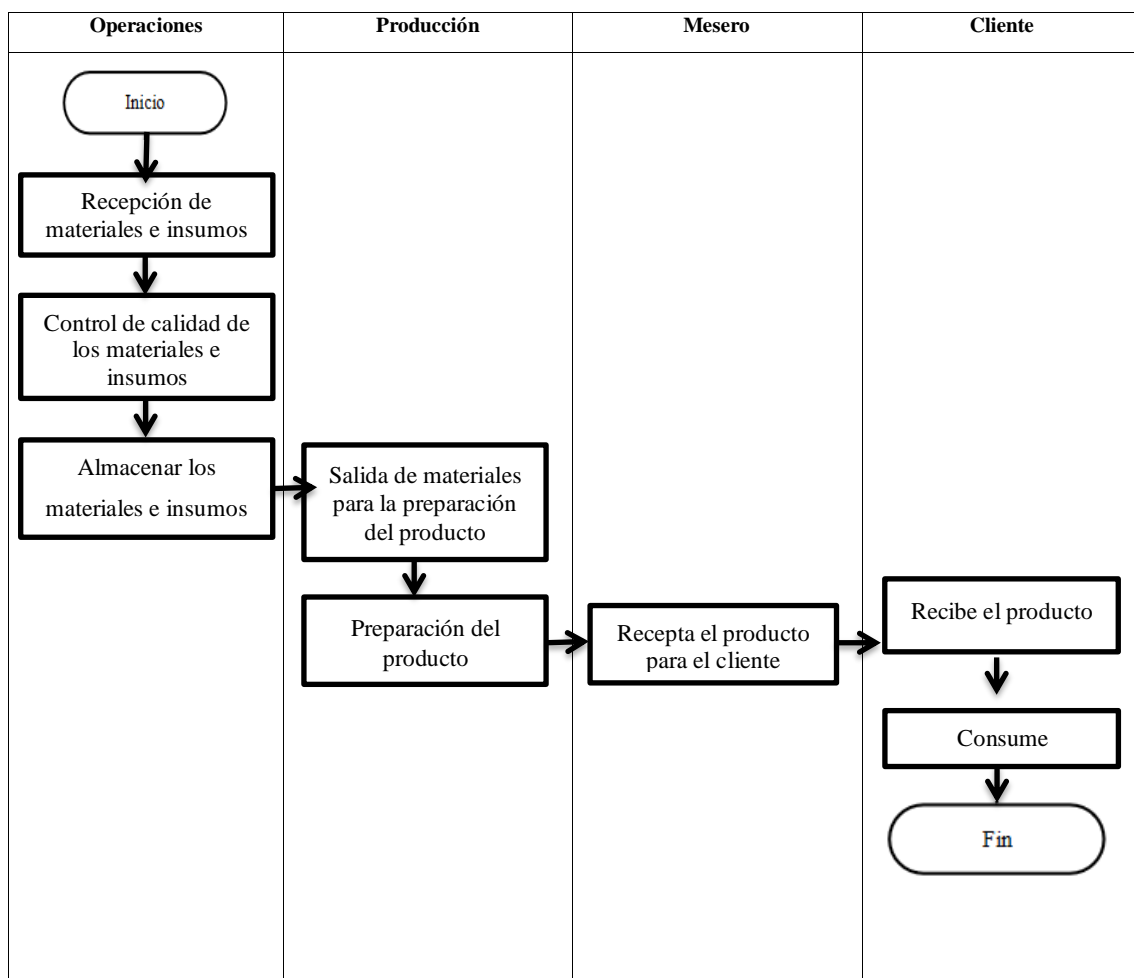
Tabla 24-3: Simbología del Flujograma

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida.
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación.
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero o falso.

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Diagrama del proceso para la creación y comercialización del café

Tabla 25-3: Flujograma del servicio



Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.6.3.2 *Proceso de producción*

El proceso de producción es la división de la operación dentro de área de producción en un establecimiento de alimentos y bebidas actividades diferentes que tiene como fin llevar un plato al consumidor; es la transformación de materia prima o insumos en alimento o bebida por consiguiente se planificará y organizará conociendo los procedimientos y el tiempo que lleva realizar la preparación, además cuantas personas son responsables de cada proceso y así poder tener un mayor control sobre el establecimiento; especialmente en los costos que es lo que dará mayor utilidad lo que significa que a menor costo mayor margen de utilidad. En el proceso de producción se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Verificación de equipos y utensilios de cocina.
- ✓ Requisición de materia prima.
- ✓ Pre producción de alimentos y preparación.
- ✓ Preparación de los alimentos.
- ✓ Inspecciones en proceso y final de los platos.
- ✓ Los alimentos serán preparados conforme a especificaciones de los clientes.
- ✓ Despachar el alimento.
- ✓ Limpieza de la cocina.

Por otra parte, el proceso de elaboración de cada uno de los productos que ofertará la cafetería Coffe Moment se determinan de la siguiente manera

Cappuccino



Figura 5-3: Cappuccino

Fuente: www.google.com

- a) Preparar café expreso mezclando tres cucharadas de café soluble en media taza de agua hirviendo.
- b) Calentar una taza de leche en el microondas por un minuto y medio.
- c) Poner la leche entera en la licuadora y licuar hasta que salga espuma.
- d) Echar la leche licuada en una taza para separar el líquido de la espuma.
- e) Agregar la leche que quedó en la licuadora a tu taza para capuchino y con cuidado, añade el café expreso hasta que la espuma sobre salga de la taza.
- f) Colocar canela molida encima y endúlzalo con azúcar o edulcorante artificial.

Expresso



Figura 6-3: Expresso

Fuente: www.google.com

- a) Poner el café sacudir la cesta ligeramente para nivelar el café.
- b) Llenar hasta la mitad el depósito de agua.
- c) Colocar la cestilla dentro de la cafetera.
- d) Enroscar la parte superior.
- e) Poner la cafetera al fuego medio.
- f) Cuando el café empiece a salir por el tubo central abrir la tapa.
- g) Al ponerse el chorro de café de un color amarillento, apagar el fuego y cerrar la tapa.

Americano



Figura 7-3: americano

Fuente: www.google.com

- a) Llene la taza con aprox. 90 ml de agua caliente.
- b) Deje correr 30 ml de espresso recién hecho en la taza con el agua caliente.
- c) Finalice la extracción del espresso cuando el volumen total de llenado de la taza sea de aprox. Se han alcanzado 120 ml.
- d) La crema del Café Americano se puede quitar con una cuchara. Esto hace que el sabor sea más suave.

Café con leche



Figura 8-3: Café con leche

Fuente: www.google.com

- a) Primero prepara café express.
- b) Calentar leche entera en un jarro, o en una porcelana al microondas.
- c) Con el café y la leche caliente, agregar en una taza primero el café, y luego la misma proporción de leche.
- d) Endulzar al gusto

Chocolate



Figura 9-3: Chocolate

Fuente: www.google.com

- a) Mezcla el azúcar, el cacao en polvo y una pizca de sal.
- b) Guarda el polvo de chocolate en un recipiente sellado.
- c) Mezcla un poco de este polvo de chocolate con un poco de agua tibia. Cuando quieras preparar leche con chocolate, debes medir entre 1 y 2 cucharadas (7, a 15 g) de polvo de chocolate y colocarlo en un vaso. Añade entre 1 y 2 cucharadas (15 a 30 ml) de agua tibia para que el polvo pueda disolverse.
- d) Llena el resto del vaso con leche.

Jugos



Figura 10-3: Jugos

Fuente: www.google.com

- a) Lavar la fruta
- b) Pelar y sacar las semillas de las frutas
- c) Cortar las frutas y colocar en la licuadora
- d) Agregar agua y azúcar al gusto
- e) Licuar y servir.

Crepes



Figura 11-3: Crepes

Fuente: www.google.com

- a) Batir los huevos con el azúcar hasta que esta se disuelva.
- b) Añade la harina y una pizquita de sal. Mezcla bien hasta obtener una masa de consistencia pastosa.
- c) Incorporar la leche y mezclar hasta deshacer todos los grumos.
- d) Añadir la mantequilla derretida en el microondas y mézclala hasta que se integre con el resto de ingredientes.
- e) Cubre el recipiente donde este la masa con un poco de papel film y dejar reposar en la nevera al menos durante media hora.
- f) Calentar la crepera.
- g) Verter un poco de masa en la crepera y muévela para que se reparta por toda la superficie. Recuerda que las crepes deben quedar finitos.
- h) Finalmente, decora las crepes con el relleno solicitado por el cliente.

Sándwiches



Figura 12-3: Sándwiches

Fuente: www.google.com

- a) Cortar el pan
- b) Añadir queso, jamón o pollo
- c) Colocar en sanducera,
- d) Agregar tomate y lechuga,
- e) Colocar el producto en un plato

Empanadas



Figura 13-3: Empanadas

Fuente: www.google.com

- a) Preparar la masa mezclando la harina con el polvo de hornear, agregar la mantequilla y el agua fría hasta formar una masa compacta.
- b) Dejar reposar media hora.
- c) Amasar y extender con un rodillo sobre una mesa enharinada.
- d) Formar discos, poner en el centro cebolla blanca picada y el queso desmenuzado.
- e) Mojar un poco los bordes y replegarlos con un tenedor.
- f) Freír en abundante aceite de 170 grados °C y espolvorear con azúcar.

Tostadas



Figura 14-3: Tostadas


Fuente: www.google.com

- a) Batir un huevo y sazonar con la sal y pimienta en un plato hondo.
- b) Derretir 1 cucharada de mantequilla en un sartén a fuego medio.
- c) Sumergir cada lado del sándwich dentro del plato con el huevo batido y colocar sobre el sartén con mantequilla caliente.
- d) Cocinar el primer lado hasta que se haya dorado.
- e) Agrega el resto de la mantequilla al sartén y voltea el sándwich.
- f) Poner en un plato y servir

3.6.4 *Requerimiento de personal*

La cafetería “Coffe Moment” tendrá la necesidad de contar con personas preparadas y capacitadas, que tengan conocimiento, habilidades, experiencia, actitudes para dar un adecuado funcionamiento a la misma, para lo cual se provee contratará con el siguiente recurso humano:


Tabla 26-3: Ficha profesiográfica de Gerente

Coffe Moment	Puesto o cargo:	Gerente
	Departamento:	Gerencia
	Código:	001
OBJETIVO DEL PUESTO:		
Supervisar el manejo adecuado de la cafetería.		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO:		
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el desempeño laboral del personal de cocina y servicio. • Buscar proveedores que brinden productos de buena calidad a costos accesibles. • Verificar los estándares de calidad en el procesamiento de alimentos y el servicio. • Realizar reuniones continuas con el personal para conocer novedades del negocio. • Elaborar horarios del personal. • Realizar los pagos respectivos del establecimiento, así como del personal. • Revisar el cierre de caja. • Se encargará de realizar el reclutamiento del nuevo personal. • Realizar capacitaciones que promuevan el desarrollo del negocio. • Realizar pagos a los proveedores • Mantendrá una comunicación con el cliente permitiendo conocer las novedades del mismo. • Cobro de alimentos consumidos • Promover varios descuentos. 		
FORMACIÓN EXIGIDA:		
Educación	Licencia en gestión gastronómica	
Experiencia	Mínima de un año como barista	
Educación continua	Costos de alimentos y bebidas Preparación de distintas bebidas (café)	
Conocimientos	Manejo de hoja de costos Conocer de manejo de personal, liderazgo.	
Salario	\$500	
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL		
En la toma de decisiones Organización de trabajo		

Baja probabilidad de sufrir enfermedades de la piel y sufrir daños de audición, visión.	
SISTEMAS DEL TRABAJO	
Horarios	12:00 a 22:00 lunes a sábado
Esfuerzo físico	Laborar constantemente de pie.
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión.
Ambiente	Buena temperatura
Riesgos	Cansancio mental.
Firma del gerente	

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022


Tabla 27-3: Ficha profesiográfica de cocinero

Coffe Moment	Puesto o cargo:	Cocinero/a
	Departamento:	Área de cocina
	Código:	002
OBJETIVO DEL PUESTO:		
Elaboración y control en la preparación de los productos dentro de la cafetería.		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO:		
<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar la limpieza de toda el área de cocina • Comprobar y verificar el estado de la materia prima durante su admisión. • Realizar un correcto almacenamiento y etiquetado de la materia prima • Velocidad al momento de realizar las preparaciones • Proporcionar ideas para la innovación de la carta en un periodo de tiempo. • Verificar la limpieza y estado de los equipos de cocina. • Revisar el buen estado de los equipos y utensilios de la cocina. • Verificar la presentación, temperatura de cada elaboración antes del servicio. • Controlar el horario de ingreso y salida del personal a su cargo. • Mantener el orden y limpieza del área. • Realizar la limpieza de la cocina durante la hora de trabajo por lo menos 2 veces. • Al finalizar la jornada realizar una limpieza total del área. • Desechar la basura cada día, evitando con esto los focos de infección. 		
FORMACIÓN EXIGIDA:		
Educación	Tecnólogo o licenciado en gastronomía	
Experiencia	Mínima de un año como cocinero o barista	
Educación continua	Preparación de alimentos Servicio al cliente Higiene y Seguridad Industrial	
Conocimientos	Conocimiento de equipo y maquinaria de cocina, Manejo de temperaturas y tiempo en las preparaciones.	

Salario	\$425
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL	
Preparación de los productos Decoración de platillos Solución de contingencias Organización de trabajo Baja probabilidad de sufrir enfermedades de la piel y sufrir daños de audición, visión	
SISTEMAS DEL TRABAJO	
Horarios	12:00 a 22:00 lunes a sábado
Esfuerzo físico	Laborar constantemente de pie.
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión.
Ambiente	Buena temperatura
Riesgos	Posibles quemaduras, caídas por piso resbaloso, corte a causa de los cuchillos.
Firma del gerente	

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Tabla 28-3: Ficha profesiográfica del mesero

Coffe Moment	Puesto o cargo:	Mesero/Cajero
	Departamento:	Departamento de servicio
	Código:	003
OBJETIVO DEL PUESTO:		
Conocer la carta, colocación de mantelería, recoger cristalería, lámparas ceniceros, acomodar sillas, recoger basura, colaboración con el aseo		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO:		
<ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados: • Entregar y describir los menús y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud sobre los platos o bebidas ofertadas. • Tomar nota de los pedidos de alimentos y bebidas y entregar la comanda en la cocina para su preparación. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Preparar y servir platillos especiales en las mesas de los clientes. • Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja. • Agradecer a los clientes por su visita. 		
FORMACIÓN EXIGIDA:		
Educación	Tecnólogo o licenciado en hotelería y turismo. Estudios superiores, conocimiento en	

	restauración y Bar
Experiencia	Mínima de un año en restaurantes, cafeterías o bares
Educación continua	Servicio al cliente Higiene y Seguridad Industrial
Conocimientos	Conocimiento del menú Manejo de situaciones
Salario	\$400
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL	
Atención a los clientes Solución de contingencias Rapidez en la atención de los clientes. Limpieza del local	
SISTEMAS DEL TRABAJO	
Horarios	12:00 a 22:00 lunes a sábado
Esfuerzo físico	Laborar constantemente de pie.
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión.
Ambiente	Buena temperatura
Riesgos	Cansancio físico y mental.
Firma del gerente	

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.6.5 *Requerimiento de equipo necesario*

Tabla 29-3: Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Mueble de cocina	1	140,00	140,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Tabla 30-3: Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cocina 4 quemadores	1	190,00	190,00
Refrigeradora	1	400,00	400,00
Microondas	1	75,00	75,00
Batidora	1	25,00	25,00
Sanduchera	1	35,00	35,00
Extractor de olores	1	180,00	180,00
Licuada	1	35,00	35,00

Procesador	1	22,00	22,00
Tostadora	1	30,00	30,00
Tetera eléctrica	1	35,00	35,00
Crepera	1	350,00	350,00
Cafetera	1	25,00	25,00
Dispensador de café	1	650,00	650,00
Juego de ollas	6	35,00	210,00
Cilindros de gas	2	90,00	180,00
Utensilios de cocina	-	540,00	540,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Tabla 31-3: Equipo de cómputo

Equipo de cómputo			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Teléfono	1	25,00	25,00
Computadora	1	450,00	450,00
Impresora	1	85,00	85,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Tabla 32-3: Menaje y vajilla

Menaje y vajilla			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Platos	36	2,00	72,00
Vasos gaseosas/agua	36	1,30	46,80
Vaso coctel	24	1,80	43,20
Copas postre	24	2,25	54,00
Pírex	3	6,00	18,00
Tabla de picar	2	5,00	10,00
Sartén	2	20,00	40,00
Planchas grill	1	79,00	79,00
Cubiertos	36	0,70	25,20
Jarras	2	10,00	20,00
Recipientes plásticos	3	5,00	15,00
Cuchara helado	36	0,60	21,60
Tijeras de cocina	2	7,00	14,00
saleros	12	3,00	36,00
Pimenteros	12	3,00	36,00
Salseros	24	2,50	60,00

Jarros	36	2,00	72,00
Manteles	24	9,00	216,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.6.6 Programa Pre-operativo

3.6.6.1 Muestras, pruebas y ensayos

Tabla 33-3: Gasto Experimentación

Gasto Experimentación				
Actividad	Responsable	Tiempo	Costo de tiempo	Costo total
Pruebas	Chef	2	3,15	8,25
Muestras	Chef	1	3,15	5,36
Degustaciones	Gerente	1	3,15	2,52
TOTAL				16,13

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.6.7 Diseño de la planta

Para que la cafetería Coffe Moment tenga un correcto funcionamiento, esta debe tener una adecuada infraestructura, además de contar con una adaptada distribución de los espacios enfocada a todas las necesidades entre las diferentes áreas administrativas y operativas.

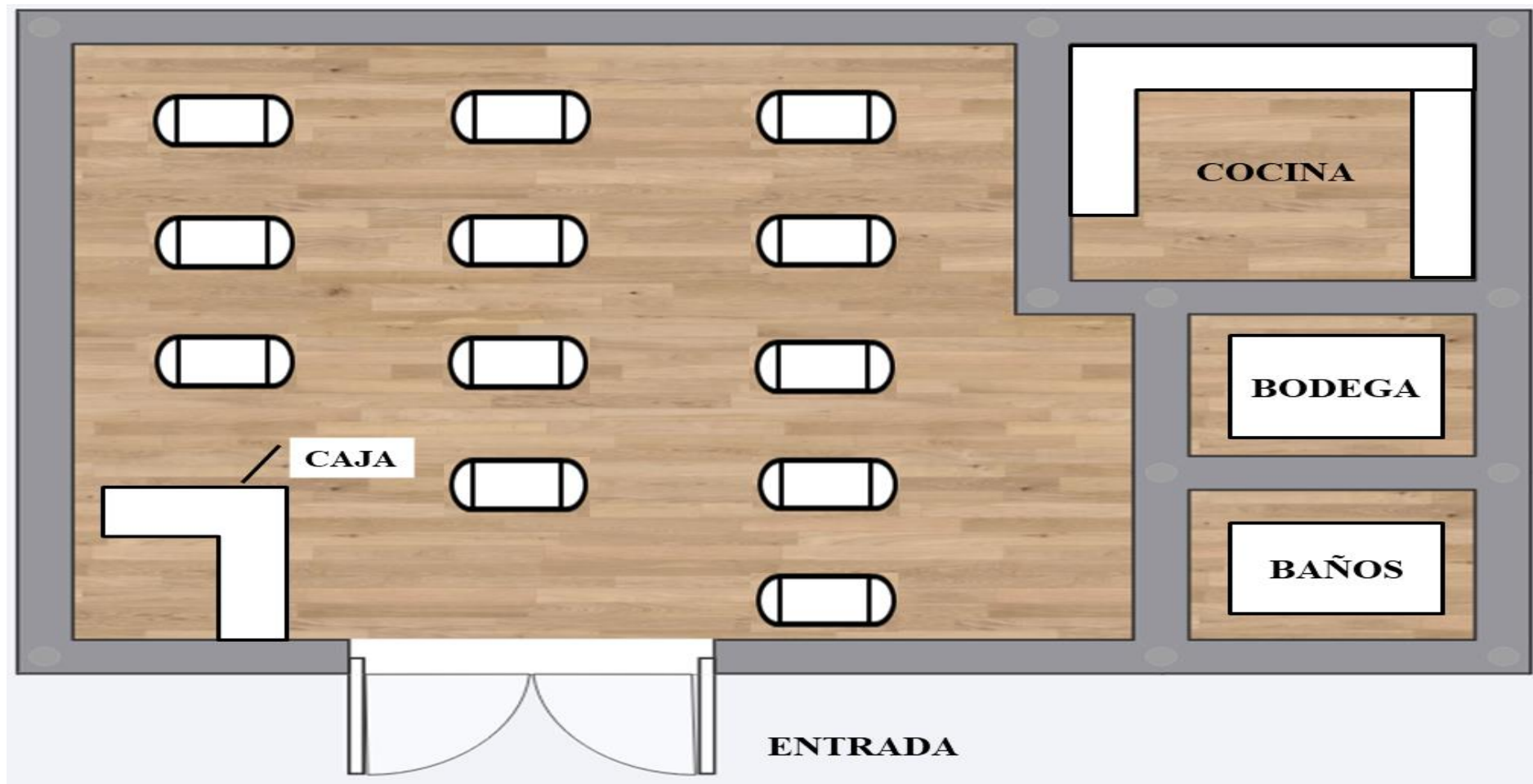


Figura 15-3: Plano de la cafetería

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

La cafetería Coffe Moment se encuentra distribuida en cuatro áreas, la cual consta del área comercial-ventas en donde los clientes podrán realizar el pedido de los productos que van a consumir en el establecimiento, acompañado de un ambiente agradable y música, la segunda área que dispone de dos baños para damas y caballeros, la tercera área es la de producción es decir la cocina, en donde se preparan los productos con materia prima de calidad, tomando en cuenta las temperaturas, la correcta manipulación de los alimentos y la última área corresponda al área de administración en donde se llevara a cabo la toma de decisiones para el correcto funcionamiento del establecimiento, cada una cuenta con los requerimientos necesarios para que cumplan con sus funciones.

El personal contará con un área de vestidores y baños, en el área de servicio, la barra constará de un enfriador donde se podrá colocar postres fríos, etc. de ser el caso.

3.7 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

El estudio administrativo u organizacional y legal es aquel que se encarga de toda la parte administrativa de la empresa, dependiendo a la categoría a la que pertenece el establecimiento desde su constitución hasta su organización, aquí intervienen los elementos legales que están regulados de acuerdo a leyes, códigos, reglamentos que se encuentran vigentes; y que están vigiladas por las autoridades del Ecuador, las mismas que deben ser acatadas por todas las pequeñas, medianas y grandes empresas que desean establecerse dentro del país.

3.7.1 Estudio Administrativo

La fase administrativa de cafetería Coffe Moment radica en constituir estrategias con el fin de alcanzar las metas de la empresa, mediante la organización estructural, procesos de reclutamiento de personal que tenga los requisitos necesarios cumplir a cabalidad con su trabajo, la persona encargada de esta área será un el Gerente General, quien además realizará la planificación de menús, el costeo de materia prima, mantendrá un contacto directo con los proveedores.

3.7.1.1 Organización de la empresa

Área Administrativa

El área administrativa tiene como función principal llevar a cabo la planificación estratégica de la empresa, analiza la situación del establecimiento y establece objetivos, estrategias y técnicas para alcanzar las metas. Es así que el gerente deberá asignar recursos humanos, tecnológicos y económicos dentro de la cafetería, además determinará la producción diaria, semanal y mensual de los productos, dichos recursos serán asignados dependiendo de la proyección de ventas, costos fijos y variables para obtener utilidades. Así mismo se encargará de organizar y supervisar la gestión del personal que laborará en Coffe Moment.

Tabla 34-3: Área Administrativa

CARGO:	GERENTE
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el desempeño laboral del personal de cocina y servicio. • Buscar proveedores que brinden productos de buena calidad a costos accesibles. • Verificar los estándares de calidad en el procesamiento de alimentos y el servicio. • Realizar reuniones continuas con el personal para conocer novedades del negocio. • Elaborar horarios del personal. • Realizar los pagos respectivos del establecimiento, así como del personal. • Revisar el cierre de caja. • Se encargará de realizar el reclutamiento del nuevo personal. • Realizar capacitaciones que promuevan el desarrollo del negocio. • Realizar pagos a los proveedores • Mantendrá una comunicación con el cliente permitiendo conocer las novedades del mismo. • Cobro de alimentos consumidos • Promover varios descuentos.
RESPONSABILIDADES:	La persona encarga de la gerencia deberá llevar un registro ordenando de las cuentas, estados financiero, los mismos que contarán con respaldo de los ingresos y egresos que se realizará
SUELDO:	500.00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Área de producción

El área de producción dentro de una empresa, es considerada como el corazón de la misma, debido a que, si la actividad de esta sección se interrumpe, toda la empresa deja de ser productiva, por ello el área de producción debe tomar en cuenta las actividades como: planeación y distribución de materia prima, higiene y seguridad y el control de la producción de los productos. En esta área es donde se ejecuta, inspección, se asignan tiempos, se proyecta, se distribuye las operaciones y se logra la satisfacción del cliente.

Tabla 35-3: Área de producción

CARGO:	CHEF
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar la limpieza de toda el área de cocina • Verificar el estado de la materia prima durante su recepción. • Realizar un correcto almacenamiento y etiquetado de la materia prima • Agilidad al momento de realizar las preparaciones • Conocer las normas de BPM, para su posterior aplicación. • Verificar constantemente el buen estado de la materia prima. • Proveer ideas para la modificación de la carta en un periodo de tiempo. • Verificar la limpieza y estado de los equipos de cocina. • Revisar el buen estado de los equipos, utensilios, etc. • Verificar la presentación, temperatura de cada elaboración antes del servicio. • Mantener un estricto control del horario de ingreso y salida del personal a su cargo. • Mantener el orden y limpieza del área de cocina durante todo el horario de trabajo. • Realizar la limpieza de la cocina durante la hora de trabajo por lo menos 2 veces. • Al finalizar la jornada realizar una limpieza total del área. • Desechar la basura cada día, evitando con esto los focos de infección.
RESPONSABILIDADES:	Es el encargado de la cocina y de todo lo relacionado con el menú, crea las opciones para la carta donde lo primordial es agradar al consumidor.

SUELDO:	425.00
----------------	--------

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Área de ventas

El área comercial es una función de primer orden, ya que es la responsable directa de las relaciones con los clientes que son la fuente principal de ingresos. Para esto, es necesario la aplicación de gestión como el marketing mix, porque que en la actualidad los consumidores son cada vez más exigentes y la demanda de productos y servicios para que se ajusten a sus necesidades; a la vez que están más enterados sobre sus derechos como consumidores y tienen más información sobre las vías de reclamación.

Tabla 36-3: Área de ventas

CARGO:	MESERO/CAJERO
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Darle la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados: • Entregar y describir los menús y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud sobre lo platos o bebidas ofertadas. • Tomar nota de los pedidos de alimentos y bebidas y entregar la comanda en la cocina para su preparación. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Preparar y servir platillos especiales en las mesas de los clientes. • Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja. • Agradecer a los clientes por su visita.
RESPONSABILIDADES:	Es el único responsable que debe dar servicio a la mesa. Está obligado a prestar un servicio amable eficiente y cortés con un alto grado de profesionalismo y compañerismo. Responsable de errores y omisiones en el despacho de los pedidos. Encargado de resolver en primera instancia o definitivamente las quejas de los clientes o reportarlas a su superior. Dar al cliente la información de interés general cuando se requiera. Reportarse a jefe inmediato de turno al llegar a la cafetería o al ausentarse. Será la persona encargada de recibir y entregar el dinero de caja al finalizar la jornada laboral.
SUELDO:	400.00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.7.1.2 Organigrama estructural de la cafetería Coffe Moment

El organigrama estructural es una representación gráfica de la organización de la empresa por medio de sus diferentes niveles jerárquicos, este tiene como propósito establecer un sistema jerárquico que fija los puestos y funciones a cumplir de cada uno de los trabajadores para desarrollar un mayor rendimiento y optimizar el trabajo de forma efectiva.

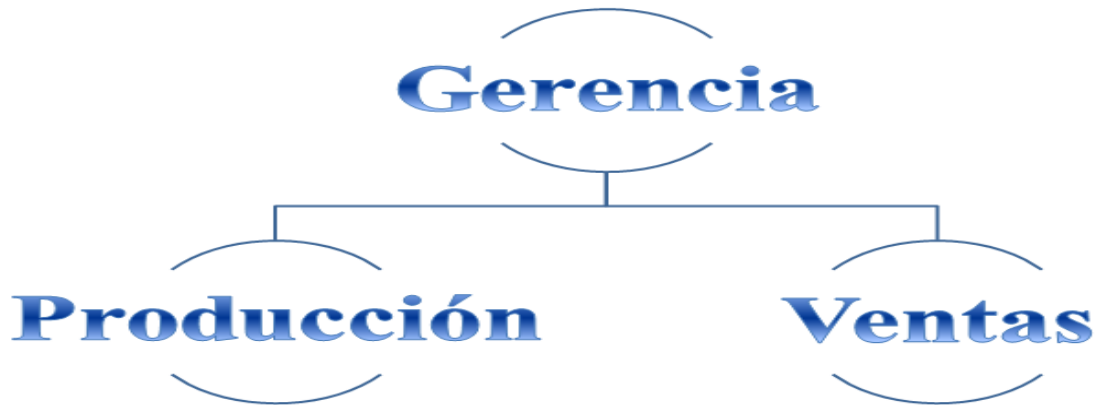


Figura 16-3: Organigrama Estructural

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.7.1.3 Organigrama funcional de la cafetería Coffe Moment

Al personal de la cafetería se designarán funciones y responsabilidades de acuerdo a los talentos requeridos en cada área de trabajo formando un equipo eficiente y eficaz.

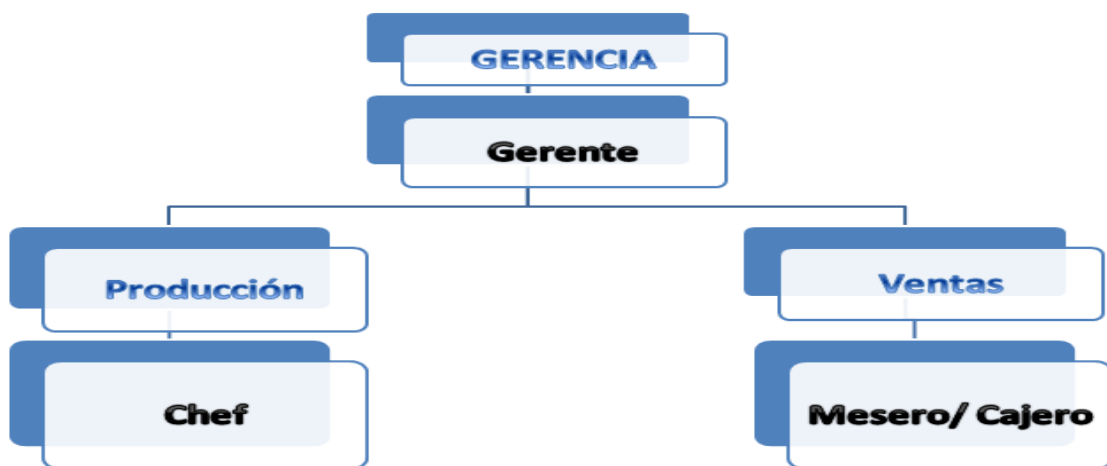


Figura 17-3: Organigrama Funcional

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.7.1.4 Proceso de selección y contratación de personal

La cafetería Coffe Moment ha optado para este proceso de selección disponer de un mecanismo que le permita la contratación de un personal apto para el buen desempeño de sus funciones, tomando en cuenta las cualidades, destrezas, aptitudes que requiere la empresa para adecuado funcionamiento.

Reclutamiento:

El proceso de selección del personal para la empresa se lo realizará mediante la recepción de carpetas y solicitudes por parte de los empleadores buscando cuyos valores, actitudes, destrezas, habilidades cumplan con los requerimientos de la organización, también se lo realizará verbalmente por medio de conocidos.

Selección:

Al concreta con el proceso de reclutamiento, se realiza la fase de selección en donde el gerente procederá a realizar la selección de los candidatos postulantes de acuerdo a su curriculum, programando una entrevista personal, confirmando los datos de la hoja de vida y certificados que evidencien de la experiencia del o la candidata o candidato. Además de sus conocimientos teóricos y prácticos.

Se considerará apto para desempeñar el cargo al personal que cumpla con todos los requisitos para el puesto que va ocupar, el candidato debe obtener un puntaje como mínimo de 8 sino cumple con este valor, debe ser aprobado por el Gerente previa una entrevista verbal con el postulante.

En el caso de personal como es el chef serán evaluados en una entrevista verbal adicional por parte un especialista en el área para determinar el grado de conocimientos y el puntaje obtenido en la hoja de perfil.

Una vez seleccionado el personal deberá tener los siguientes documentos originales:

- Record Policial actualizado
- Cédula de ciudadanía

- Papeleta de votación
- Carné de manipulación de alimentos y/o Certificado de Salud Ocupacional
- Vacunas (Tétanos Hepatitis A y B).

Contratación:

El solicitante escogido luego de verificado todos los documentos pasa al proceso de contratación y a formar parte del rol de la empresa. Para lo cual deberá llevar 2 fotos tamaño carnet, revisar y firmar el contrato que le entregará en ese momento el empleador y esperar la fecha de designación para empezar con sus labores dentro de la empresa. A demás, el gerente le indicara su carga horaria, los días de trabajo, el sueldo, las bonificaciones en caso de tenerlo, los derechos y obligaciones que posee como empleado.

Inducción:

Posterior a la contratación la persona contratada pasa a ser parte de Coffe Moment, en donde se le dará un tiempo máximo de días de capacitación en el puesto que aplico, en donde cumplirá con las funciones designadas con supervisión del gerente.

3.7.2 Estudio legal

Toda empresa para su constitución requiere de un marco legal con el fin de determinar la forma jurídica que puede adoptar para realizar las actividades empresariales los requisitos y pasos que debe cumplir para satisfacer las exigencias legales, por ello para poner en marcha el negocio es necesario cumplir con los requisitos que la ley exige garantizando el correcto funcionamiento y desempeño de la microempresa. Es así que la cafetería debe regirse a las leyes, reglamentos y ordenanzas que están vigentes dentro del Ecuador y del cantón Mocha.

3.7.2.1 Razón social

La razón social o nombre oficial que se seleccionó para esta cafetería es Coffe Moment, este nombre será utilizado para su inscripción en cualquier base legal, ya que representará ya que representa su denominación legal en la sociedad.

3.7.2.2 Tipo de empresa

Según (Riquelme, 2019), de acuerdo a la CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas), clasifica a la cafetería como una empresa de tipo “Actividades de servicio de comidas y bebidas”.

3.7.2.3 Permisos

Los permisos de funcionamientos son requerimientos obligatorios necesarios para poder iniciar con las actividades del negocio, así como su normal desempeño por el período de un año, en cuyo tiempo deberá renovar estos permisos, entre los requisitos y permisos legales están los siguientes:

Registro Único De Contribuyentes (Ruc)

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. (Servicio de Rentas Internas, 2020)

Requisitos:

- a. Cédula de identidad (Presentación)
- b. Certificado de votación (Presentación)
- c. Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Patente Municipal

De conformidad con el Art. Art. 547 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de patente, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que

ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

La patente municipal deberá obtenerse dentro de los treinta días siguientes al último día del mes en que se inician las actividades, o dentro de los treinta días siguientes al último día del año (mes de enero). (GAD Municipal del Cantón Mocha, 2021)

Requisitos:

- a. Formulario de declaración inicial de Actividad Económica;
- b. Cédula y papeleta de votación;
- c. Copia del Registro Único de Contribuyentes;
- d. Tabla de amortización (deuda) en caso de tener préstamos con cargo a la actividad económica;
- e. Copia de la matrícula en caso de transporte;
- f. Copia del impuesto predial en caso de arriendos;
- g. Certificado de no adeudar al Municipio; y,
- h. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
- i. Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos

Permiso de los Bomberos

Para tener el permiso de los bomberos es conveniente adquirir un formulario de solicitud de Inspección que se lo compra en las oficinas de recaudación de la institución, y entregarlo lleno con los datos de su negocio en las mismas ventanillas.

Requisitos:

- a. Informe de inspección del Cuerpo de Bomberos
- b. Copia del RUC o RISE.
- c. Copia del pago del Impuesto Predial del año en curso.
- d. Copia del pago de la Tasa de Bomberos del año en curso.
- e. Copia de la cédula y papeleta de votación.
- f. Permiso de funcionamiento anterior en caso de ser renovación del permiso (Cuerpo de Bomberos de Mocha, 2019)

Permiso Arcsa

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Requisitos:

- a. Número de Registro Único de Contribuyentes
- b. Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2018)

Permiso de Funcionamiento Ministerio del Interior

Trámite orientado a otorgar el permiso de funcionamiento al establecimiento categorizado como restaurante o cafetería, donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Requisitos:

- a. Cedula de ciudadanía (ecuatorianos) y pasaporte (extranjeros)
- b. Patente Municipal
- c. Permiso de ARCSA
- d. Permiso de Cuerpo de Bomberos
- e. RUC (Ministerio de Gobierno de Ecuador, 2018)

3.7.3 Estudio ambiental

El estudio ambiental es una herramienta básica para la toma de decisiones en el proyecto y se exigirá para tomar medidas de mitigación en cuanto a la aplicación de estrategias para disminuir los impactos negativos que se presentaran con la implementación de la cafetería, es decir, mediante una compensación.

3.7.3.1 Mitigar el impacto ambiental

Con el objetivo de mitigar y reducir el impacto ambiental que se puede ocasionar con las actividades realizadas por el establecimiento, se ha visto en la necesidad de implantar el mecanismo de las 3R contribuyendo con esto a la disminución de un porcentaje considerable de los desperdicios que generará a diario el local.

a. Reciclar

La cafetería clasificará la basura que generará a diario, dependiendo del tipo de material como cartones, botellas y fundas plásticas, botellas de vidrio, recipientes de metal, esto con el fin de que sean utilizados para nuevos productos, gracias a esta actividad se podrá obtener un ingreso económico adicional para el emprendimiento y además que el volumen de basura disminuirá evitando con esto cualquier tipo de contaminación. Por otra parte se clasificarán los desechos orgánicos e inorgánicos con el fin de cumplir con la responsabilidad ambiental y de facilitar el trabajo de los recolectores de basura.

b. Reducir

Con esta acción se busca simplificar o disminuir la compra de productos que sea directos contaminadores y al mismo tiempo que perjudique al dinero del negocio, para llevar a cabo este accionar, es responsabilidad de la empresa evitar el uso de envolturas plásticas excesivos durante la compra de materia prima, además se reducirá el consumo de agua y energía eléctrica desconectando los equipos eléctricos que no se usen en este momento, también se cambiará los focos normales por los ahorradores.

c. Reutilizar

El establecimiento también aplicará el proceso de reutilización, que tiene como fin darles una vida prolongada a ciertos materiales antes de ser sometidos al reciclaje, en este caso el establecimiento reutilizará todos los envases clásticos con el fin de guardar cualquier alimento no perecedero (azúcar, sal, granos secos, café, chocolate, etc.), el uso extra de las fundas de compras se rehusará para recoger la basura además se usarán las hojas de papel bond a las dos lados.

3.8 Estudio Financiero

El estudio financiero ayuda a conocer si el proyecto es aceptable de igual manera conocer cuantitativamente lo que se necesita para invertir en cualquier tipo de negocio, ayuda a realizar una evaluación económica.

3.8.1 Análisis de la inversión inicial

El plan de inversión inicial está compuesto por los costos y gastos en los que la cafetería deberá incurrir para lograr operar, tales como la inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo que es necesario para cubrir materiales, mano de obra, costos y gastos.

Tabla 37-3: Plan de inversión inicial

RUBROS	VALOR TOTAL
INVERSIONES FIJAS	
MAQUINARIA Y EQUIPO	2,642.00
MUEBLES Y ENSERES	1,527.00
MENAJE Y VAJILLA	878.80
EQUIPO DE CÓMPUTO	1,158.00
LOCAL	62,000.00
Total inversión fija	68,205.80
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	265.00
GASTOS DE INSTALACIÓN	250.00
GASTOS DE PUBLICIDAD	319.00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	16.13
Total de activos diferidos	850.13
CAPITAL DE TRABAJO	
MATERIA PRIMA	1,283.10
MATERIALES INDIRECTOS	47.20
MANO DE OBRA DIRECTA	425.00
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	24.00
SERVICIOS BÁSICOS	61.50
SUMINISTROS Y MATERIALES	88.80
MANO DE OBRA INDIRECTA	900.00
Total Capital de trabajo	2,829.60

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.1.1 Inversión fija

La inversión que se realizara en activos fijos es por la adquisición de maquinaria y equipos, muebles y enseres, menaje y vajilla y equipo de cómputo.

Maquinaria y equipo

Tabla 38-3: Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cocina 4 quemadores	1	190,00	190,00
Refrigeradora	1	400,00	400,00
Microondas	1	75,00	75,00
Batidora	1	25,00	25,00
Sanduchera	1	35,00	35,00
Extractor de olores	1	180,00	180,00
Licuadora	1	35,00	35,00
Procesador	1	22,00	22,00
Tostadora	1	30,00	30,00
Tetera eléctrica	1	35,00	35,00
Crepera	1	350,00	350,00
Cafetera	1	25,00	25,00
Dispensador de café	1	650,00	650,00
Plasma 32"	1	200,00	200,00
Mínicomponente	1	210,00	210,00
Cilindros de gas	2	90,00	180,00
TOTAL:			2.642,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Muebles y enseres

Tabla 39-3: Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Mesas rectangulares	12	60,00	720,00
Sillas	24	18,00	432,00
Mueble de cocina	1	140,00	140,00

Estantería	1	85,00	85,00
Barra	1	150,00	150,00
TOTAL:			1.527,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Menaje y vajilla

Tabla 40-3: Menaje y vajilla

Menaje y vajilla			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Platos	36	2,00	72,00
Vasos gaseosas/agua	36	1,30	46,80
Vaso coctel	24	1,80	43,20
Copas postre	24	2,25	54,00
Pírex	3	6,00	18,00
Tabla de picar	2	5,00	10,00
Sartén	2	20,00	40,00
Planchas grill	1	79,00	79,00
Cubiertos	36	0,70	25,20
Jarras	2	10,00	20,00
Recipientes plásticos	3	5,00	15,00
Cuchara helado	36	0,60	21,60
Tijeras de cocina	2	7,00	14,00
saleros	12	3,00	36,00
Pimenteros	12	3,00	36,00
Salseros	24	2,50	60,00
Jarros	36	2,00	72,00
Manteles	24	9,00	216,00
TOTAL			878,80

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Equipo de cómputo

Tabla 41-3: Equipo de cómputo

Equipo de cómputo			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Calculadora	1	18,00	18,00
Teléfono	1	25,00	25,00
Caja registradora	1	580,00	580,00
Computadora	1	450,00	450,00
Impresora	1	85,00	85,00
TOTAL:			1.158,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Tabla 42-3: Depreciación de activos fijos

Depreciación de activos fijos								
Bien	Valor del activo	Vida útil	Depreciación anual					Valor residual
			1	2	3	4	5	
Maquinaria y equipo	2642	10	264.20	264.20	264.20	264.20	264.20	1,321.00
Equipo de computo	1158	3	386.00	386.00	386.00	-	-	1,158.00
Muebles y enseres	1527	10	152.70	152.70	152.70	152.70	152.70	763,50
TOTAL:	5.327,00		802.90	802.90	802.90	416.90	416.90	2.084,50

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.1.2 Inversión diferida

La inversión diferida será los gastos pre-operativos de la cafetería estos gastos son: de constitución, instalación, publicidad y experimentación.

Gastos de constitución

Tabla 43-3: Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Registro Único De Contribuyentes (RUC)	-
Patente Municipal	25,00
Permiso de los Bomberos	55,00
Permiso ARCSA	125,00
Permiso de Funcionamiento Ministerio Del Interior	55,00

TOTAL	265,00
--------------	---------------

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Gasto amortización

Tabla 44-3: Gasto Amortización

CÁLCULO DE AMORTIZACIONES						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Registro Único De Contribuyentes (RUC)	-	-	-	-	-	-
Patente Municipal	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
Permiso de los Bomberos	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	55.00
Permiso ARCSA	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	125.00
Permiso de Funcionamiento Ministerio Del Interior	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	60.00
TOTAL	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	265.00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Gastos de instalación

Tabla 45-3: Gastos de instalación

Gastos de instalación	
Instalación de maquinaria	250,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Gastos de publicidad

Tabla 46-3: Gastos de publicidad

Gasto de publicidad			
Descripción	Cantidad	Precio	Valor total
Rótulo	1	260,00	180,00
Logotipo	1	80,00	60,00
Tarjetas de presentación	1000	0,03	30,00
Carta de Menú	14	3,50	49,00
TOTAL:			319,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Gastos de experimentación

Tabla 47-3: Gastos de experimentación

Gasto Experimentación				
Actividad	Responsable	Tiempo	Costo de tiempo	Costo total
Pruebas	Chef	2	3,15	8,25
Muestras	Chef	1	3,15	5,36
Degustaciones	Gerente	1	3,15	2,52
TOTAL				16,13

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo es los recursos que la cafetería requiere para adquirir materia prima, realizar el desembolso de mano de obra y cubrir los costos y gastos para llevar a cabo la actividad, el mismo que se establecido para un periodo de un mes.

Materia prima

La materia prima es muy importante para el proceso de producción de la cafetería, la misma que será transformada en un producto terminado.

Tabla 48-3: Materia Prima

Materia Prima				
Nombre del producto	Cantidad mensual	Costo por PAX	Costo mensual	Costo Anual
Cappuccino	360	0.63	226.80	2721.60
Expresso	150	0.27	40.50	486.00
Americano	180	0.24	43.20	518.40
Café con leche	180	0.34	61.20	734.40
Instantáneo	240	0.15	36.00	432.00
Chocolate	210	0.3	63.00	756.00
Jugos	120	0.25	30.00	360.00
Te	150	0.15	22.50	270.00
Crepes	360	0.62	223.20	2678.40
Sándwiches	300	0.6	180.00	2160.00
Humitas	210	0.35	73.50	882.00
Quimbolitos	270	0.42	113.40	1360.80

Pasteles	180	0.47	84.60	1015.20
Empanadas	120	0.35	42.00	504.00
Tostadas	180	0.24	43.20	518.40
TOTAL	3210	5.38	1,283.10	15397.20

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Materiales indirectos

Tabla 49-3: Materiales indirectos

Materiales Indirectos				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor mensual	Valor anual
Fundas estándar	100.00	0.01	0.80	9.60
Contenedores pequeños	50.00	0.01	0.25	3.00
Palillos	1.00	0.35	0.35	4.20
Papel Aluminio	3.00	1.50	4.50	54.00
Vasos plásticos con tapas	100.00	0.02	1.70	20.40
Papel film	2.00	2.50	5.00	60.00
Sorbetes	50.00	0.00	0.20	2.40
Papel encerado	2.00	2.55	5.10	61.20
Vasos térmicos	150.00	0.09	13.50	162.00
Fundas de papel	100.00	0.07	6.50	78.00
Servilletas de cocina	150.00	0.04	5.25	63.00
Servilletas	600.00	0.01	3.30	39.60
Cucharas plásticas	100.00	0.01	0.75	9.00
TOTAL:			47.20	566.40

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Mano de obra directa

Tabla 50-3: Mano de obra directa

Mano de obra directa		
Cargo	Sueldo	Valor anual
Chef	425,00	5100.00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Combustible y lubricantes

Tabla 51-3: Combustible y lubricantes

Combustible y lubricantes				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Gas domestico	8	3,00	24,00	288.00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Mantenimiento

Tabla 52-3: Mantenimiento

Mantenimiento				
Descripción	Cantidad	Tiempo	Proveedor	Valor anual
Cocina 4 quemadores	1	1 año	Electro Mantilla	40.00
Refrigeradora	1	1 año	Electro Mantilla	50.00
Microondas	1	1 año	Electro Mantilla	20.00
Batidora	1	1 año	Electro Mantilla	15.00
Sanduchera	1	1 año	Electro Mantilla	15.00
Extractor de olores	1	1 año	Electro Mantilla	35.00
Licuadora	1	1 año	Electro Mantilla	30.00
Procesador	1	1 año	Electro Mantilla	10.00
Tostadora	1	1 año	Electro Mantilla	15.00
Tetera eléctrica	1	1 año	Electro Mantilla	15.00
Crepera	1	1 año	Electro Mantilla	25.00
Cafetera	1	1 año	Electro Mantilla	10.00
Dispensador de café	1	1 año	Electro Mantilla	70.00
TOTAL:				350.00

Servicios básicos

Tabla 53-3: Servicios básicos

Gasto Servicios Básicos		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Agua	7,50	90.00
Luz	23,00	276.00
Internet	25,00	300.00
Teléfono	6,00	72.00

TOTAL	61,50	738.00
--------------	--------------	---------------

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Suministros y materiales

Tabla 54-3: Suministros y materiales

Suministros y Materiales				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor mensual	Costo Anual
Cloro	2.00	1.50	3.00	36.00
Deja	2.00	1.50	3.00	36.00
Desinfectantes	6.00	2.00	12.00	144.00
Escoba	2.00	1.25	2.50	30.00
Trapeador	2.00	2.75	5.50	66.00
Atomizador	2.00	2.10	4.20	50.40
Recogedor	2.00	1.25	2.50	30.00
Cepillo de lavara	1.00	1.00	1.00	12.00
Jabón líquido	2.00	1.50	3.00	36.00
Basureros	2.00	3.00	6.00	72.00
Fundas de basura	50.00	0.10	5.00	60.00
Quita grasa	1.00	4.00	4.00	48.00
Lava vajilla	2.00	3.50	7.00	84.00
Espanja	2.00	0.35	0.70	8.40
Lustre	2.00	0.50	1.00	12.00
Estropajo	2.00	0.65	1.30	15.60
Papel higiénico	5.00	0.90	4.50	54.00
Mallas para el cabello	8.00	0.20	1.60	19.20
Guantes de latex	2.00	5.00	10.00	120.00
Mascarillas	2.00	2.25	4.50	54.00
Toallas desechables	2.00	1.25	2.50	30.00
Alcohol	1.00	4.00	4.00	48.00
TOTAL:			88.80	1,065.60

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Mano de obra indirecta

Tabla 55-3: Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta		
Cargo	Sueldo	
Gerente	500,00	6000,00
Mesero/cajero	400,00	4800,00
TOTAL	900,00	10800,00

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Esta inversión se realizará con el objetivo de iniciar con la actividad de la empresa y se espera que la misma genere una rentabilidad a favor de los socios y en un futuro se recupere el dinero invertido.

3.8.2 *Financiamiento*

Para comenzar con una actividad productiva o comercial es importante tener un capital, el cual permita cubrir los gastos que tendrá la actividad económica desde su inicio, además esto puede ser de gran importancia en un futuro ya que ayudaría a la expansión del negocio, para adquirir el capital se puede recurrir a inversionistas, entidades bancarias u organizaciones de economía popular y solidaria.

En este caso el financiamiento se dará por parte de los socios que aportaran con el 60% de la inversión, es decir con un valor de \$ 63.827.63 y los \$8057.90 que corresponde al 40% restante de la inversión, se obtendrá de un crédito con la Cooperativa de ahorro y crédito Chibuleo Ltda., quienes ofrecen créditos para capital de trabajo con una tasa del 18% anual, para 3 años.

Tabla 56-3: Financiamiento

Descripción	Valor	Porcentaje
Capital Propio	63.827.63	60%
Capital con terceros	8057.90	40%
Total:	71885.53	100%

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Datos para el préstamo:

- **Préstamo:** 8.058,00
- **Interés:** 18%
- **Tiempo:** 3 años

Tabla 57-3: Tabla de amortización del préstamo

AÑO	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	PAGO ANUAL	SALDO
1	\$ 8,058.00	\$ 1,450.44	\$ 2,686.00	\$ 4,136.44	\$ 5,372.00
2	\$ 5,372.00	\$ 966.96	\$ 2,686.00	\$ 3,652.96	\$ 2,686.00
3	\$ 2,686.00	\$ 483.48	\$ 2,686.00	\$ 3,169.48	\$ -
TOTAL		\$ 2,900.88	\$ 8,058.00	\$ 10,958.88	

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.2.1 Usos y fuentes de financiamiento

Tabla 58-3: Usos y Fuentes de Financiamiento

USOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
RUBROS	Inversión	Capital Social	Coop Chibuleo Ltada
INVERSIONES FIJAS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	2,642.00		2,642.00
MUEBLES Y ENSERES	1,527.00		1,527.00
MENAJE Y VAJILLA	878.80		878.80
EQUIPO DE CÓMPUTO	1,158.00		1,158.00
LOCAL	62,000.00	62,000.00	
Total inversión fija	68,205.80		
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	265.00	265.00	
GASTOS DE INSTALACIÓN	250.00		250.00
GASTOS DE PUBLICIDAD	319.00		319.00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	16.13	16.13	
Total de activos diferidos	850.13		
CAPITAL DE TRABAJO			
MATERIA PRIMA	1,283.10		1,283.10
MATERIALES INDIRECTOS	47.20	47.20	
MANO DE OBRA DIRECTA	425.00	425.00	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	24.00	24.00	
SERVICIOS BÁSICOS	61.50	61.50	
SUMINISTROS Y MATERIALES	88.80	88.80	

MANO DE OBRA INDIRECTA	900.00	900.00	
Total Capital de trabajo	2,829.60		
TOTAL INVERSIÓN	71,885.53	63,827.63	8,057.90

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.3 Ingresos

Los ingresos que obtendrá la cafetería serán de la venta de sus productos, los cuales se distribuirá a sus clientes a un precio unitario dependiendo el producto. Para realizar la proyección de ingresos se tomó en cuenta la tasa de inflación para el año 2022, en donde se encontró que según el Banco Central del Ecuador se estima que para el presente año existirá una inflación de 1.28%.

Tabla 59-3: Ventas

Ventas							
Nombre del producto	Precio de venta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cappuccino	1.90	8,208.00	8,313.06	8,419.47	8,527.24	8,636.39	8,746.93
Expresso	1.50	2,700.00	2,734.56	2,769.56	2,805.01	2,840.92	2,877.28
Americano	1.75	3,780.00	3,828.38	3,877.39	3,927.02	3,977.28	4,028.19
Café con leche	1.75	3,780.00	3,828.38	3,877.39	3,927.02	3,977.28	4,028.19
Instantáneo	1.25	3,600.00	3,646.08	3,692.75	3,740.02	3,787.89	3,836.37
Chocolate	1.75	4,410.00	4,466.45	4,523.62	4,581.52	4,640.16	4,699.56
Jugos	1.50	2,160.00	2,187.65	2,215.65	2,244.01	2,272.73	2,301.82
Te	1.25	2,250.00	2,278.80	2,307.97	2,337.51	2,367.43	2,397.73
Crepes	3.00	12,960.00	13,125.89	13,293.90	13,464.06	13,636.40	13,810.95
Sándwiches	2.75	9,900.00	10,026.72	10,155.06	10,285.05	10,416.70	10,550.03
Humitas	1.35	3,402.00	3,445.55	3,489.65	3,534.32	3,579.56	3,625.37
Quimbolitos	1.50	4,860.00	4,922.21	4,985.21	5,049.02	5,113.65	5,179.11
Pasteles	2.50	5,400.00	5,469.12	5,539.12	5,610.03	5,681.83	5,754.56
Empanadas	1.60	2,304.00	2,333.49	2,363.36	2,393.61	2,424.25	2,455.28
Tostadas	1.75	3,780.00	3,828.38	3,877.39	3,927.02	3,977.28	4,028.19
TOTAL	27.10	73,494.00	74,434.72	75,387.49	76,352.45	77,329.76	78,319.58

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.4 Costos y gastos proyectados

Los costos y gastos son desembolsos que la cafetería debe realizar por distintos rubros necesarios para la producción y comercialización de los productos.

3.8.4.1 Costos proyectados

Para realizar la proyección de costos de materia prima y costos indirectos de fabricación se tomó en cuenta la tasa de inflación para el año 2022, en donde se encontró que según el Banco Central del Ecuador se estima que para el presente año existirá una inflación de 1.28%. Para mano de obra directa e indirecta se consideró el incremento porcentual del salario básico unificado que es del 6.25%

Tabla 60-3: Costo de producción

Descripción	Valor anual
Materia prima	
Materia prima	15.397,20
Total materia prima	15.397,20
Mano de obra directa	
Mano de obra directa	5.100,00
Total mano de obra directa	5.100,00
Costo indirectos de fabricación	
Materiales indirectos	566,40
Combustible y lubricantes	288,00
Mantenimiento	350,00
Total de CIF	1.204,40
TOTAL	21.701,60

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Tabla 61-3: Costos proyectados

Costos proyectados					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima					
Materia prima	15.594,28	15.793,89	15.996,05	16.200,80	16.408,17
Total materia prima	15.594,28	15.793,89	15.996,05	16.200,80	16.408,17
Mano de obra directa					
Mano de obra directa	5.418,75	5757,42	6117,26	6195,56	6582,78

Total mano de obra directa	5.418,75	5.757,42	6.117,26	6.195,56	6.582,78
Costos indirectos de fabricación					
Materiales indirectos	573,65	580,99	588,43	595,96	603,59
Combustible y lubricantes	291,69	295,42	299,20	303,03	306,91
Mantenimiento	354,48	359,02	363,61	368,27	372,98
Total de CIF	1.219,82	1.235,43	1.251,24	1.267,26	1.283,48
TOTAL	22.232,85	22.786,74	23.364,56	23.663,62	24.274,44

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.4.2 Gastos

Gastos administrativos

En la proyección de gastos administrativos se tomó en cuenta la tasa de inflación para el año 2022, en donde se encontró que según el Banco Central del Ecuador se estima que para el presente año existirá una inflación de 1.28%. Para los sueldos de los trabajadores se consideró el incremento porcentual del salario básico unificado que es del 6.25%.

Tabla 62-3: Gastos Administrativos proyectados

Gastos administrativos proyectados						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios básicos	738,00	747,45	757,01	766,70	776,52	786,46
Sueldo Administrativo	6.000,00	6.375,00	6.773,44	7.196,78	7.646,58	8.124,49
Costos de experimentación	193,56	193,56	193,56	193,56	193,56	193,56
Depreciación activos fijos	802,90	802,90	802,90	802,90	416,90	416,90
Gasto de constitución	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00
TOTAL	13.773,26	14.247,76	14.746,97	15.272,37	15.825,53	16.408,14

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Gastos de venta

Tabla 63-3: Gastos de venta

Gastos de ventas						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	319,00	323,08	327,22	331,41	335,65	339,95
Sueldo	4.800,00	5.100,00	5.418,75	5.757,42	6.117,26	6.499,59
Suministros y materiales	1.065,60	1.079,24	1.093,05	1.107,05	1.121,22	1.135,57
TOTAL	6.184,60	6.502,32	6.839,02	7.195,87	7.574,12	7.975,10

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Gasto Financiero

Tabla 64-3: Gasto Financiero

Gasto Financiero				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Préstamo		4,136.44	3,652.96	3,169.48
TOTAL		4,136.44	3,652.96	3,169.48

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

Rol de pagos

Tabla 65-3: Rol de pagos

Rol de pagos						
Cargo	Sueldo	Total Anual	Aporte IESS	Décimo tercero	Décimo cuarto	Total anual
Gerente	500,00	6.000,00	669,00	500,00	425,00	7.594,00
Chef	425,00	5.100,00	568,65	425,00	425,00	6.518,65
Mesero/cajero	400,00	4.800,00	535,20	400,00	425,00	6.160,20
Total	1.325,00	15.900,00	1.772,85	1.325,00	1.275,00	20.272,85

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.5 Inversión y Financiamiento

La inversión y financiación de este proyecto se va a realizar el 60% con recursos propios, el 40% restante se financia a través de la Cooperativa de ahorro y crédito Chibuleo Ltda., se debe informar que el inversionista no desea endeudarse en gran proporción, por esa razón él prefiere invertir con recursos propios y recursos monetarios ahorrados.

Tabla 66-3: Inversión y Financiamiento

A. INVERSIÓN DEL PROYECTO		
RUBROS DE INVERSIÓN	TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	%
CAPITAL DE TRABAJO		
Inversión inicial	2,829.60	3.94%
TOTAL ACTIVO INICIAL	2,829.60	3.94%
ACTIVOS FIJOS		
Inversión de activos fijo	68,205.80	94.88%

TOTAL, ACTIVOS FIJOS	68,205.80	94.88%
ACTIVO DIFERIDO		
Diferidos	850.13	1.18%
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	850.13	1.18%
TOTAL, INVERSIONES	71,885.53	100.00%
B. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
PASIVO		
Prestamos Largo Plazo	8057.90	11.21%
TOTAL PASIVO	8057.90	11.21%
PATRIMONIO		
Capital Social	63,827.63	88.79%
TOTAL PATRIMONIO	63,827.63	88.79%
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO (FINANCIAMIENTO)	71,885.53	100.00%

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

La inversión que se requiere para iniciar el proyecto es de \$ 71.885.53 dólares americanos. En las inversiones del proyecto está el capital de trabajo que corresponde o representa un porcentaje de 3.94% de la inversión, los activos fijos el 94.88%, los activos diferidos el 1.18%. Dentro del Financiamiento el préstamo a largo plazo representado en porcentaje es de 11.21% y el Capital social es de 88.79%.

3.8.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador que explica el movimiento de costos fijos y variables, es así que nos da a conocer el punto en donde las ventas se igualan con los costos para no ganar ni perder.

Para calcular el Punto de equilibrio se ha considerado la siguiente formula:

$$PEQ. EN VENTAS = \frac{\text{TOTAL EGRESO}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

Tabla 67-3: Punto de equilibrio

Punto de equilibrio					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE EGRESOS	\$44,050.83	\$45,440.64	\$46,900.70	\$47,745.18	\$49,339.58
MARG. DE CONT	70.13%	69.77%	69.40%	69.40%	69.01%
PEQ	\$62,812.14	\$65,125.61	\$67,581.16	\$68,798.01	\$71,500.51

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.7 Estado de resultados

El estado de resultados de la cafetería Coffe Moment nos permite conocer que la actividad económica a realizarse durante el primer año generará una utilidad neta de \$17,432.76 misma que con el pasar de los años tendrá un decrecimiento, pero con el pasar de los años ira teniendo un incrementando debido a que el nivel de ventas será mayor al del año inicial.

Tabla 68-3: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS	74,434.72	75,387.49	76,352.45	77,329.76	78,319.58
Costos de producción	22,232.85	22,786.74	23,364.56	23,663.62	24,274.44
(=) UTILIDAD BRUTA	52,201.87	52,600.75	52,987.89	53,666.14	54,045.14
(-) Gastos de Administración	14,247.76	14,746.97	15,272.37	15,825.53	16,408.14
(-) Gastos Ventas	6,502.32	6,839.02	7,195.87	7,574.12	7,975.10
(-) Gasto Depreciación	802.90	802.90	802.90	416.90	416.90
(-) Gasto Amortización	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00
(=) UTILIDAD OPERATIVA	30,595.89	30,158.86	29,663.75	29,796.59	29,192.00
(-) Gasto Financiero	-	4,136.44	3,652.96	3,169.48	-
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. A TRABAJADORES	30,595.89	26,022.42	26,010.79	26,627.11	29,192.00
(-) 15% Part. A Trabajadores	4,589.38	3,903.36	3,901.62	3,994.07	4,378.80
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. A LA RENTA	26,006.51	22,119.06	22,109.17	22,633.04	24,813.20
(-) 25% Imp. a la Renta	6,501.63	5,529.76	5,527.29	5,658.26	6,203.30
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	19,504.88	16,589.29	16,581.88	16,974.78	18,609.90

(-) 10% RESERVA LEGAL	1,950.49	1,658.93	1,658.19	1,697.48	1,860.99
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA NETA DEL EJERCICIO	17,554.39	14,930.36	14,923.69	15,277.30	16,748.91

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.8 Flujo neto del efectivo

El flujo neto del efectivo nos da a conocer las entradas y salidas del efectivo de la cafetería Coffe Moment en el periodo de cinco años, al ser positivo nos indica que la empresa es solvente y que puede cubrir con los costos y gastos que esta generara.

Tabla 69-3: Flujo neto del efectivo

FLUJOS DE CAJA						
	-	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA		17,554.39	14,930.36	14,923.69	15,277.30	16,748.91
(+) DEPRECIACIONES		802.90	802.90	802.90	416.90	416.90
(+) AMORTIZACIONES		53.00	53.00	53.00	53.00	53.00
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS						68,205.80
(+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO		2,829.60				
CAPITAL PROPIO	63,827.63					
PRÉSTAMO	8,057.90					
(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE LA DEUDA			4,136.44	3,652.96	3,169.48	
FLUJOS NETO DE CAJA	71,885.53	21,239.89	19,922.70	19,432.55	18,916.68	85,424.61

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

3.8.9 Indicadores de evaluación

3.8.9.1 Cálculo de la tasa de descuento ponderada

Tabla 70-3: Tasa de descuento ponderada

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO PONDERADA				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	Participación	Tasa de Interés	Tasa Ponderada

CAPITAL SOCIAL	\$ 63,827.63	88.79%	5.71%	5.07%
Coop Chibuleo Ltda	\$ 8,057.90	11.21%	18%	2.02%
TOTAL	\$ 71,885.53	100%		7.09%

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

La tasa de descuento ponderada es de 7.09%

3.8.9.2 Valor Actual Neto (VAN)

- El VAN nos permite determinar la viabilidad del negocio, para calcular este indicador se consideró el costo promedio ponderado.
- Es el valor que se obtiene al descontar, para cada periodo los flujos de caja netos del proyecto, sumar y luego restar el valor inicial de la inversión.
- Para saber si el proyecto es factible o no mediante este instrumento del VAN se considera algunos parámetros.
- Si el VAN calculado es positivo en el proyecto tiene rentabilidad, es decir se recupera la inversión, más un beneficio por lo tanto se da paso a ser puesto en marcha si así lo decide el inversionista.
- Si el VAN es negativo significa que no se recupera la inversión inicial, existe pérdida por ende no es rentable ponerlo en marcha.
- Si el Van es igual a cero se recupera la inversión sin beneficio.

Tabla 71-3: VAN

PARA COMPROBAR			
		Tasa de Descuento=1/(1+k)^n	
AÑOS	FNC	Factor de Actualización	Flujos de Caja Descontados
1	\$ 21,239.89	0.933794005	\$ 19,833.68
2	\$ 19,922.70	0.871971244	\$ 17,372.02
3	\$ 19,432.55	0.814241520	\$ 15,822.79
4	\$ 18,916.68	0.760333850	\$ 14,383.00
5	\$ 85,424.61	0.709995191	\$ 60,651.06
SUMATORIA DE LOS FLUJOS NETOS DE CAJA			\$ 128,062.56
INVERSIÓN			\$ 71,885.53
TOTAL VAN			\$ 56,177.03

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

El VAN es de \$56,177.03 esto es un valor positivo por lo que indica que este proyecto es factible de realizarlo.

3.8.9.3 Beneficio / Costo

Tabla 72-3: Beneficio - Costo

CALCULO RELACIÓN BENEFICIO COSTO		
VNA	128062.56	Por cada dólar de inversión, recupero el dólar y gano 0.78 centavos.
TOTAL INVERSIÓN	71,885.53	
RELACION BENEFICIO COSTO	1.78	

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

La relación Costo Beneficio es aquella que determina el beneficio en valor monetario por cada dólar que se invierta, es decir por cada dólar que invierta en este proyecto nos retorna \$ 1,78 redondeando en dólares americanos, mientras más alta sea la relación costo beneficio es mejor.

3.8.9.4 TIR

Tabla 73-3: T.I.R.

Cálculo de la tasa interna de retorno (INVERSIÓN Y FLUJOS DE CAJA)						
INVERSIÓN / FLUJOS	-71885.53	\$21,239.89	\$ 19,922.70	\$ 19,432.55	\$18,916.68	\$85,424.61
TIR	26.89%					

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

La tasa interna de retorno del proyecto es de 31.49%, esto determina que la Cafetería es rentable.

3.8.9.5 PRI

Tabla 74-3: Cálculo PRI

CANCHA "DEPORTIVA PUNTO"								
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN								
AÑOS	CFN	Factor de Actualización	Flujos de Caja Descontados	Flujos de Caja Acumulados		AÑOS	MESES	DÍAS
1	\$ 21,239.89	0.9338	\$ 19,833.68	\$ 19,833.68		4	3	21
2	\$ 19,922.70	0.8720	\$ 17,372.02	\$ 37,205.71		4.311	3.73	21.98
3	\$ 19,432.55	0.8142	\$ 15,822.79	\$ 53,028.50				
4	\$ 18,916.68	0.7603	\$ 14,383.00	\$ 67,411.49				
5	\$ 85,424.61	0.7100	\$ 60,651.06	\$128,062.56				
SUMATORIA DE LOS FLUJOS NETOS DE CAJA			\$ 128,062.56					
INVERSIÓN			\$ 71,885.63					
TOTAL VAN			\$ 56,176.93	4.311064994				

Realizado por: Aguirre Freire, Thalía, 2022

El periodo de recuperación para la cafetería Coffe Moment, es en 4 años, 3 meses y 21 días, el período de recuperación como lo dice su nombre es el período en el que se determina en cuanto tiempo se recupera la inversión, cabe recalcar que también depende de los precios que se establezcan en la cafetería mientras más alto sea se recupera más rápido.

CONCLUSIONES

- Una vez ejecutado el estudio de mercado se concluye que existe demanda insatisfecha ya que la demanda es mayor que la oferta estos datos se consiguieron luego de obtener los resultados de la encuesta aplicada.
- El estudio técnico permitió identificar el diseño de la planta para la optimización de tiempos y movimientos en la producción de alimentos.
- Una vez concluido el estudio económico y financiero se demuestra que el proyecto es realizable ya que el VAN es positivo con un valor de \$ 56,177.03, la tasa del TIR es de 26.89% el PRI y la relación beneficio costo es de \$1.78; resultados que han demostrado que este emprendimiento es viable, el PRI nos dice que la inversión será recuperada en 4 años, 3 meses y 21 días.

RECOMENDACIONES

- Con los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado se recomienda la aplicación de nuevos estudios ya que el mercado es cambiante esto con la finalidad de conocer cuáles son los requerimientos y necesidades del cliente.
- Se recomienda la utilización del diseño de la planta al momento de implementarse la cafetería con la finalidad de coadyuvar la optimización del tiempo y maquinaria, en cuanto a las recetas.
- La evaluación financiera del presente proyecto es factible de ejecutarse, por ello que este proyecto es aceptable para poner en ejecución y así ayudar a la economía local.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2018). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Recuperado de: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Aguilera, A. (2017). *El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas*. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022
- Alimentación, D. d. (2005). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Recuperado de: <https://www.fao.org/3/a0322s/a0322s03.htm#bm3.1>
- Alvares, E. (12 de 06 de 2017). *Provincia del Azuay*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/lasalle8voc/>
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: La población de estudio*. 63(2), 202. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Armendariz, M. (2016). *Turistas en el cantón Mocha*. Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/1671>
- AulaFacil. (2021). *Presupuesto de costos*. Recuperado de: <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/presupuesto-de-costos-119704>
- Bastis Consultores. (01 de Junio de 2020). *La Importancia de la Investigación Explicativa*. Recuperado de: <https://online-tesis.com/la-importancia-de-la-investigacion-explicativa/>
- Bravo, M. (13 de Septiembre de 2016). *Importancia de La Factibilidad en El Desarrollo de Un Proyecto*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/323912473/Importancia-de-La-Factibilidad-en-El-Desarrollo-de-Un-Proyecto>
- Calcaneo, J. (02 de Abril de 2021). *Definición de Elaboración*. Recuperado de: <https://aleph.org.mx/cual-es-la-definicion-de-elaboracion>
- Carvajal, A. (2018). *Plan de negocio*. Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17669/CarvajalQuinteroAndreaCarolina2018.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Castellanos, L. (02 de Marzo de 2017). *Técnica de Observación*. Recuperado de: <https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/>
- Cleland, D. (2021). *Estudio de Factibilidad*. Recuperado de: <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/estudio-de-factibilidad-119689>

- Coelho, F. (06 de Junio de 2021). *Significado de Investigación*. Recuperado de: <https://www.significados.com/investigacion/>
- Comte, A. (2014). *Enfoque cuantitativo*. Recuperado de: <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>
- Corvo, H. (29 de Julio de 2019). *Factibilidad económica*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/factibilidad-economica/>
- Creación y Desarrollo de Empresas. (2017). *Estudio de mercado*. Recuperado de: https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/CEEI_Ciudad_Real-Guia_para_la_elaboraci%2B%A6n_de_un_estudio_de_mercado.pdf
- Cuerpo de Bomberos de Mocha. (2019). *Permiso Bombero*. Recuperado de: <http://www.bomberosmocha.com/>
- Díaz, M. (14 de Julio de 2008). *La empresa y su entorno*. Recuperado de: file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/830343-0-529-830343_LA_EIE_CAS.pdf
- Enciclopedia Concepto. (05 de Agosto de 2021). *Demanda*. Recuperado de: <https://concepto.de/proyecto/>
- Enciclopedia Concepto. (05 de Agosto de 2021). *Tipos de proyecto*. Recuperado de: <https://concepto.de/proyecto/>
- Fabio, R. (04 de Febrero de 2015). *Estados de Fuentes y Usos de Fondos*. Recuperado de: <http://estrategasfinancieros.blogspot.com/2011/06/v-behaviorurldefaultvmlo.html>
- Fernandez, S. (2007). *Los proyectos de inversión [en línea]*. Recuperado de: https://issuu.com/sibdi/docs/los_proyectos_de_inversi_n
- GAD Municipal del Cantón Mocha. (07 de Julio de 2021). *Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal*. Recuperado de: <https://www.gob.ec/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal#requirements>
- Garcia, F. (2003). *Encuesta*. Recuperado de: <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Garcia, J. (2016). *Evaluación económica y financiera de proyectos*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos/>
- González, A. (11 de Enero de 2018). *Organigrama estructural*. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/organigrama-estructural.html>
- González, G. (26 de Mayo de 2020). *Método inductivo*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/metodo-inductivo/>
- Google Earth. (2022). *Google Earth*. Recuperado de: <https://www.google.com/intl/es-419/earth/>

- Google Maps. (2022). *Google Maps*. Recuperado de: https://www.google.com/maps/place/Sigsig/data=!4m2!3m1!1s0x91ccfcee330ddd2d:0x1c5dc56210dec04?sa=X&ved=2ahUKEwiX57jn6o_2AhURRTABHZ45AEgQ8gF6BAgFEAE
- Ibarra, L. (27 de Febrero de 2020). *¿Qué es una investigación exploratoria y sus características?*. Recuperado de: https://tecnicasdeinvestigacion.com/investigacion-exploratoria/#%C2%BFQue_es_una_investigacion_exploratoria
- INEC. (2010). *Censo de población y vivienda*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Europeo de Posgrado. (2018). *Fases de la gestión de un proyecto*. Recuperado de: <https://www.iep.edu.es/las-fases-de-la-gestion-de-un-proyecto/>
- Lopez, J. (22 de Mayo de 2019). *Muestra Estadística*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Martins, N. (21 de Enero de 2021). *Definición de emprendimiento*. Recuperado de: <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Meza, J. (2016). *Evaluación Financiera de proyectos*. Recuperado de: <https://docplayer.es/29263467-Tercera-edicion-jhonny-de-jesus-meza-orozco-evaluacion-financiera-de-proyectos-10-casos-practicos-resueltos-en-excel-ecoe-ediciones.html>
- Ministerio de Economía y Finanzas de Perú. (12 de Diciembre de 2021). *Ciclo del Proyecto*. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/mefportal35/index.php?option=com_content&view=article&id=876&Itemid=100884&lang=es
- Ministerio de Gobierno de Ecuador. (21 de Diciembre de 2018). *Permiso de Funcionamiento*. Recuperado de: <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>
- Mondragon, V. (2017). *La demanda y tipos de demanda*. Recuperado de: <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>.
Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>
- Morales, E. (2020). *Método Estadístico*. Recuperado de: https://tomi.digital/es/77925/metodo-estadistico?utm_source=google&utm_medium=seo
- MytripleA. (2020). *Rentabilidad*. Recuperado de: <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad/>
- Novillo, C. (29 de Julio de 2019). *Qué es un estudio de impacto ambiental*. Recuperado de: <https://www.ecologiaverde.com/que-es-un-estudio-de-impacto-ambiental-2076.html>

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2005). *Formulación y empleo de perfiles de proyectos [En línea]*. Recuperado de: https://www.fao.org/3/a0050s/a0050s_full.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Comercialización [en línea]* (Vol. I). Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- Osorio, Y. (29 de Marzo de 2018). *Gestión de proyectos*. Recuperado de: <http://yesidariza.blogspot.com/2018/03/gestion-de-proyectos-el-estudio.html>
- Pedroza, S. (28 de Julio de 2019). *Oferta*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Peiro, A. (14 de Julio de 2016). *Visión*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html>
- Peiró, R. (02 de Agosto de 2021). *Proceso Creativo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-creativo.html>
- Peña, A. (Octubre de 2017). *Plan de Negocios*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/>
- Peréz, A. (20 de Julio de 2015). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- QuestionPro. (2021). *Objetivos de un estudio de factibilidad*. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/estructura-de-un-estudio-de-factibilidad/>
- Quiroa, M. (08 de Noviembre de 2020). *Estudio de Factibilidad*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Quiroa, M. (11 de Marzo de 2021). *Investigación de mercado*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-mercado.html>
- Restrepo, M. (13 de Noviembre de 2019). *TIR*. Recuperado de: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve>
- Riquelme, R. (18 de Julio de 2019). *Cafetería ¿Empresas productoras, comerciales o de servicios?*. Recuperado de: <https://www.gastronomiarentable.com/post/restaurantes-empresas-productoras-comerciales-o-de-servicios>
- Ruiz, M. (2012). *Enfoque cualitativo*. Recuperado de: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Rus, E. (06 de Mayo de 2021). *Punto de equilibrio*. Recuperado de: <https://economipedia.com/author/E.rus>
- Rus, E. (2021). *Tipos de factibilidad*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-factibilidad.html>

- Saffirio, M. (13 de Noviembre de 2021). *Análisis de Factibilidad*. Recuperado de: <https://msaffirio.com/2017/11/13/analisis-de-factibilidad-de-un-proyecto/>
- Sanchez, J. (13 de Febrero de 2016). *Servicio*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sandoval, S. O. (2012). *Guía del estudio de mercado para la evolución de proyectos*. Recuperado de: file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos-2.pdf
- Santa, E. (24 de Enero de 2017). *El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- Servicio de Rentas Internas. (2020). *Registro Unico de contribuyentes*. Recuperado de: <https://www.sri.gob.ec/RUC>
- Sevilla, A. (15 de Febrero de 2020). *Precio*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Silva, D. (04 de Marzo de 2021). *Objetivos del estudio de mercado*. Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- Tun, B. (12 de Marzo de 2017). *Cronograma de Inversiones*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/341685538/Cronograma-de-Inversiones>
- Uriarte, J. (10 de Marzo de 2020). *Método deductivo*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/metodo-deductivo/>
- Velayos, V. (15 de Junio de 2014). *VAN*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Velayos, V. (15 de Junio de 2015). *Misión*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html>
- Wrike. (2021). *Definición de un proyecto*. Recuperado de: <https://www.wrike.com/es/professional-services-guide/definicion-de-un-proyecto/>
- Wrike. (2021). *Qué es el diseño de proyectos en gestión de proyectos*. Recuperado de: <https://www.wrike.com/es/project-management-guide/faq/que-es-el-diseno-de-proyectos-en-gestion-de-proyectos/>
- Zita, A. (01 de Octubre de 2020). *Proyecto de investigación*. Recuperado de: <https://www.todamateria.com/proyecto-de-investigacion/>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS
ENCUESTA TURISTAS LOCALES Y NACIONALES



TEMA: ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAFETERIA COFFE MOMENT EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO 2022

Instrucción.- Favor contestar y señalar la alternativa que corresponda a cada pregunta.

1.- ¿Le gustaría que se implemente una cafetería en el cantón Mocha?

- SI
- NO

2.- ¿Cuántas tazas de café consume por semana?

- 1 o 2 tazas
- 3 o 4 tazas
- 5 o 6 tazas
- Más de 7 tazas

3.- ¿Qué tipo de alimentos aparte del café te gustaría que hubiera?

- Crepes
- Sándwiches
- Humitas
- Quimbolitos
- Pasteles
- Otro

4.- ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por este producto?

- \$1.25-\$1.50
- \$1.75-\$2.00
- \$2.25-\$2.50

- \$2.75-\$3.00

5.- ¿Señale que otros servicios le gustaría encontrar en una cafetería?

- Wi-Fi (internet inalámbrico)
- Parqueadero
- Promociones
- Área para fumar
- Música

6.- ¿Cual de los siguientes factores, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?

- Calidad
- Espacio acogedor
- Agilidad
- Servicio al cliente
- Otro

7.- ¿Qué factores toma en consideración para asistir a una cafetería?

- Precio
- Ubicación
- Ambiente
- Presentación

8.- ¿Cuál es su café favorito?

- Cappuccino
- Espresso
- Americano
- Café con leche
- Instantáneo
- Otros

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

- Tomar café
- Comer algo
- Punto de reunión
- Leer
- Distraerse

- Otros

10.- ¿Conoce de algún establecimiento que ofrezca este servicio dentro del cantón Mocha?

- SI
- NO