



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA
CIUDAD DE MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA”**

**TESIS PREVIA AL GRADO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

AUTORA:


Tatiana Maribel Solano Encarnación

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Oscar Gómez Cabrera

LOJA – ECUADOR

2016



Educación
sinónimo de
Libertad

CERTIFICACIÓN

Ingeniero Comercial

OSCAR ANIBAL GÓMEZ CABRERA Mg. Sc.

**DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE MACARÁ PROVINCIA DE LOJA”**, previo a la obtención del grado de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, de la aspirante **Tatiana Maribel Solano Encarnación** ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su reproducción y presentación al tribunal calificador.

Loja, Enero 2016



Ing. Oscar Anibal Gómez Cabrera Mg. Sc.

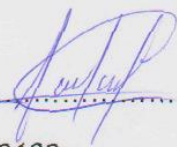
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Tatiana Maribel Solano Encarnación** declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTORA: Tatiana Maribel Solano Encarnación

FIRMA: 

C.I. 1105209108

FECHA: Loja, Enero de 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Tatiana Solano, declaro ser la autora de la Tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA". Como requisito para optar al Grado de: INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del país y del exterior, con las cuáles tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realicen terceras personas.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 20 días del mes Enero del 2016. Firma la autora:

AUTORA: Tatiana Maribel Solano Encarnación

FIRMA:.....

CÉDULA: 1105209108

DIRECCIÓN: 18 de noviembre y mercadillo

CORREO ELECTRÓNICO: tatysm_10@hotmail.com

TELEFONO: 2696208

CELULAR: 0988069724

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Mg.Sc. Oscar Aníbal Gómez

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Manfredo Gusberto Jaramillo Luna (Presidente)

Lic. Cesar Augusto Neira Hinojosa (Vocal)

Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar (Vocal)

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios, que me ha dado la vida y la fortaleza para terminar este proyecto, a mis queridos tíos Johe Astudillo y Carmen Solano por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional,

Como no podía ser de otra forma dedico mi tesis a mis padres y abuelitos por estar siempre conmigo en el transcurso de mis estudios y a todas las personas que han estado conmigo en las buenas y en las malas, dándome ánimos y palabras de aliento para seguir creciendo como profesional.

SOBRAN LOS MOTIVOS PARA DECIRLE A DIOS GRACIAS!

AGRADECIMIENTO

Quiero dar gracias a mis **docentes** quienes me han brindado con sus conocimientos, orientaciones, apoyo y excelentes consejos durante mis años universitarios.

Un agradecimiento especial a mi director de tesis **Ing. Oscar Gómez**, por su guía, y quien con su experiencia profesional me ayudó incondicionalmente para la culminación de la presente Tesis.

Agradezco a toda **mi familia y amigos** que han sido parte importante en mi vida por sus palabras de aliento y buenos deseos.

"MUCHISIMAS GRACIAS DE TODO CORAZON"

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE MACARÀ, DE LA PROVINCIA DE LOJA”.

b. RESUMEN

El motivo de realizar el presente proyecto de tesis titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA” se lo ha hecho en base a la importancia que tiene la gastronomía ecuatoriana y enfocada a brindar un ambiente agradable para la satisfacción de nuestros extranjeros que visitan nuestra ciudad como a personas que residen en Macará por tal motivo no se ha visto un incremento de este tipo de negocios; hoy en día, el ritmo de la ciudad es demasiado agitado, por lo que la gente busca espacios para relajarse, platicar, convivir, y sacar el estrés de todos los días. El problema radica en la falta de un establecimiento que ofrezca un servicio de calidad con alimentos bajos en calorías y sabrosos, un espacio cercano a su lugar de trabajo, de estudios o de residencia, un lugar reservado, exclusivo, tranquilo y relajante que lo invite a regresar aun sin la necesidad de estar acompañado.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal: Determinar la factibilidad para la implementación de una cafetería en la ciudad de Macará, provincia de Loja. El análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los objetivos específicos: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico, financiero y finalmente la evaluación del proyecto.

Para el estudio de la investigación se utilizó la siguiente metodología: el método deductivo permitió obtener conclusiones válidas determinando si es viable o no

la creación del proyecto y el método descriptivo analítico este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación.

En los resultados se aplicó una encuesta a los demandantes para determinar la aceptación del producto en el mercado. Dentro de la discusión se realizó el **estudio de mercado** donde se estableció la demanda; pudiéndose obtener la demanda insatisfecha que es de 561.804 visitas para el primer año, posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación del precio, plaza y publicidad del producto; En el **estudio técnico** se detalla el tamaño y localización de la planta; En el **estudio administrativo** y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, la constitución, organización y los manuales de funciones.

En el estudio financiero se señala la inversión necesaria para poder implementar el proyecto la misma que es de \$25.339,13 dólares.

Finalmente se realizó la evaluación para lo cual se analizó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$ 136.253,60; Tasa Interna de Retorno de 93,23%; Relación Beneficio Costo es de 1,57 por cada dólar invertido la empresa gana 57 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 año, 8 meses y 1 día; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 30,15% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 21,07% dando un total del 0,99% por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y

recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

ABSTRACT

The reason for performing this thesis project entitled "PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A cafe in town Macara, Loja province" it has made based on the importance of Ecuadorian cuisine and focused on providing an environment nice for the satisfaction of our foreigners visiting our city as people living in Macara for that reason has not been an increase in this type of business; Today, the pace of the city is too hectic, so people look spaces to relax, talk, live, and make the stress of every day. The problem lies in the lack of a store that offers quality service with low calorie and tasty food near their place of work, study or residence space, a quiet, upscale, quiet and relaxing place that invite to return even without the need to be accompanied.

This research has as its main objective: To determine the feasibility of implementing a cafe in the town of Macara, Loja province. The full analysis of the project requires the realization of the specific objectives: market research, technical study, administrative and legal study, economic, financial study and finally the evaluation.

To study the investigation the following methodology was used: the deductive method allowed to obtain valid conclusions determining whether it is feasible or not the creation of the project and the analytical descriptive method this method was used during the development of all research.

In the results a survey was applied to the plaintiffs to determine product acceptance in the market. In discussing the market research where demand was established it was made; being able to obtain the unsatisfied demand is 520,189 visits for the first year, then the marketing plan, pricing, place and product advertising is established; In the technical study the size and location of the plant is detailed; On the administrative and legal study of the company facilitates determining business group, the constitution, organization and functions manuals.

In the financial investment required study states to implement the same project is \$ 25,339.13 US dollars.

Finally the assessment which analyzed the following indicators was performed: Net Present Value of \$ 136,253.60; Internal Rate of Return of 93.23%; Cost benefit ratio is 1.57 for every dollar invested the company earns 57 cents; Capital Recovery Period is 1 year, 8 months and 1 day; Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in the cost of 30.15% for a total of 0.98% and the sensitivity analysis in the decrease in revenues of 21.07% for a total of 0.99% so the project is feasible, the conclusions and recommendations so determined, accompanied by the bibliography consulted with their respective annexes.

c. INTRODUCCIÓN

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Este trabajo se inició realizando el resumen en castellano e inglés de los principales aspectos que contiene el proyecto en base a los diferentes estudios de: mercado, técnico, organizacional, legal y sobre todo el aspecto financiero.

Seguidamente esta la **Introducción**, el que hace referencia a todo el trabajo investigativo realizado, mediante una presentación del informe final de la investigación.

Luego tenemos la **Revisión de Literatura**, a través de la técnica de recolección de información secundaria se pudo obtener literatura de diferentes fuentes para lograr una tipificación adecuada sobre lo investigado.

Posterior a esto están los **Materiales y Métodos**, que describe la aplicación de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación aplicados en el desarrollo del presente estudio.

En los **resultados**, se realizó las encuestas y entrevistas ejecutadas, presentando con mucha claridad mediante la utilización de cuadros y gráficos estadísticos, mismos que fueron interpretados y relacionados para saber si es factible o no la implementación de esta nueva empresa.

En la **discusión**, se describen las fases de un proyecto de inversión como son:

El Estudio de Mercado, en el cual se estableció la demanda y oferta de esta nueva empresa, y a su vez se presenta la propuesta de una estrategia comercial a través de las 4p's del marketing: producto, precio, plaza y promoción.

El Estudio Técnico, aquí se realizó el tamaño de la planta, dentro de este se estableció la capacidad instalada y utilizada, luego se hizo la localización y la ingeniería del proyecto, en el cual se especifica el estudio de componente tecnológico, infraestructura física, y el proceso del producto.

El Estudio Organizacional, dentro de este estudio se determinó la organización legal, la estructura de la empresa y el manual de funciones, que ayudarán a todo el personal a un mejor desempeño en sus actividades.

El Estudio Financiero, en este estudio se estableció las inversiones y el financiamiento que esta empresa tendrá para iniciar sus actividades, así como también los presupuestos de costos e ingresos y los estados proforma para la vida útil del proyecto.

La Evaluación Financiera, dentro del cual se pudo establecer la conveniencia económica del proyecto y su ejecución a través del análisis de los indicadores financieros como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, y Análisis de Sensibilidad.

Luego de realizar los cuatro estudios anteriormente mencionados, se realizaron

las respectivas **conclusiones** en donde se encuentra la síntesis más relevante de los resultados obtenidos del trabajo de investigación; así mismo se plantea las respectivas **recomendaciones** necesarias para su posterior implementación.

Por último se describió **la Bibliografía** utilizada que fue la fuente de consulta y apoyo para descomponer y entender el proyecto y poder llegar a su culminación, además se complementó el proyecto con la recopilación de los **anexos** respectivos y el **índice general**.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

HISTORIA DEL CAFÉ.

El café es una bebida que seduce al paladar y que acompaña cuando se lee un libro, cuando hace frío o al final de una buena comida. Su aroma y su deleite enamoran, engalanan, conquistan. Será por ello que el dramaturgo francés Honoré Balzac tomaba 50 tazas al día para estimular su creatividad, o por lo que Joan Sebastián Bach decía que “el buen café, endulzado, delicioso, es más que mil besos”.

Para conocer más sobre esta enigmática bebida, a continuación encontrará detalles que seguro desconocía. El chef Édgar León y la catadora certificada Ena Galleti comparten sus conocimientos. Además, una empresa representante del sector cuenta sobre su desarrollo.

El café fue introducido en América desde hace más de 500 años, afirma León. En ese entonces, en el continente se degustaba una bebida parecida procedente de los granos tostados. En el Ecuador hay dos tipos de plantas: caturra y arábica. “El café que se produce en Carchi es uno de los mejores del mundo”.

Al inicio, las principales plantaciones de este fruto se encontraban en Zamora Chinchipe, Portovelo (El Oro) y Loja. “Hoy, hay café en Zaruma, Vilcabamba, Alamor, Zapotillo, Macará, Manabí... Cada uno con sus particularidades de acuerdo con el entorno”.

Existen zonas específicas del país en donde es costumbre ofrecer la bebida como una tradición (Quito, Loja). En el mundo occidental, por ejemplo, los lugares que tienen cultura de tomar café son Colombia, Costa Rica, Italia, Brasil, etc.

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LAS CAFETERÍAS

Las primeras cafeterías comenzaron a abrir en Estambul en el año 1550, cuyo número rápidamente creció. Dichos establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de la vida cotidiana. Si bien los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano.

Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente para turcos se extendió por los territorios de los Balcanes ocupados por ellos, y se presume que el concepto entró a la Europa cristiana a través del Reino de Hungría, puesto que éste fungía constantemente de mediador entre el Sacro Imperio Romano Germánico y el Imperio otomano.² Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como la Bottega del Caffé.

Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de Café Procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamín Franklin entre otros. En 1692 se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres. Luego ocurriría lo mismo en Berlín, en Viena y Budapest. Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías como lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días. En España, a finales del siglo XIX y principios del XX, también los intelectuales comenzaron a reunirse en cafeterías, algunas de las cuales a día de hoy son auténticas instituciones: Café Zurich (Barcelona,1862),³ Café Gijón (Madrid, 1888), Cafè Iruña (Pamplona, 1888),⁴ Café Bilbao (Bilbao, 1903),⁵ , Café Novelty (Salamanca), Café Navarra (Barcelona,1889),⁶ o el Café de Fornos (Madrid, 1907) entre otros.

Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto y cultura del café instalando unas 5.000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías más bellas del mundo donde se encuentran en la ciudad de la luz "París " las más antiguas y famosas.

CLASIFICACIÓN Y REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE CAFETERÍAS.

Las cafeterías se clasifican en las categorías de "especial", "primera" y "segunda", cuyos distintivos son, respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza. En el exterior de los establecimientos, en la propaganda impresa, en las cartas y en las facturas se consignará, en forma que no deje lugar a duda, la categoría asignada por la Dirección Provincial de Información y Turismo, mediante el distintivo que corresponda. Las cafeterías de primera categoría deberán reunir, como mínimo, las siguientes condiciones:

- Entrada para los clientes independientes de la del personal; en su defecto en las horas en que esté abierto el establecimiento a la clientela, los proveedores de mercaderías no utilizarán el mismo acceso.
- Teléfono.
- Calefacción.
- Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos.
- Cubertería, vajilla y cristalería de calidad.
- Cafetera Express'.
- Plancha.
- Cámara frigorífica.
- Fregaderos.
- Local para almacén.
- Menaje de buena calidad.
- Barra o mostrador adecuado tanto a la categoría como a la capacidad del establecimiento.
- Vestuarios y servicios sanitarios independientes para el personal masculino y femenino.

- El personal, debidamente uniformado de acuerdo con el rango del establecimiento, será el adecuado para garantizar un servicio rápido y eficiente.¹

EL CICLO DE LOS PROYECTOS

“Un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades que se inician con su definición y delimitación para luego de su evaluación aprobar el proyecto que será ejecutado posteriormente y que será sometido al final de su vida útil a una evaluación, con cuyas conclusiones se podrá orientar nuevos proyectos.

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

Etapas de Pre inversión

Se constituye por la formulación y evaluación ex-ante, se enmarca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión. La etapa tiene por objeto definir optimizar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento, etc.

Se comprende de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación. Estas fases son:

- a. Identificación de Ideas.-** Los proyectos surgen paralelamente con las necesidades del hombre, durante el desarrollo de las Formaciones Económico Sociales, el hombre siempre ha tenido necesidades, las mismas que han sido cubiertas con diversa calidad de satisfactores, y son precisamente las calidades de los satisfactores las que obligan al hombre a emprender en proyectos de solución a las necesidades sociales a cambio de obtener una rentabilidad que haga mejorar su nivel de vida.

¹ http://www.forumdelcafe.com/pdf/F_02-Cafeterias1.pdf

- b. Estudio a Nivel de Perfil.-** Esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto. El aspecto fundamental radica en la identificación de beneficios y costos resultantes de las alternativas seleccionadas, sin dejar de considerar que es conveniente incurrir en costos adicionales para obtener y precisar la información requerida. En síntesis, los estudios a nivel de perfil utilizan los recursos propios de quien plantea la ejecución de una iniciativa específica.
- c. Estudio de Pre factibilidad.-** En esta instancia se profundiza los estudios realizados a nivel de perfil. Se analiza en mayor detalle las alternativas que a nivel de perfil se estimó como viables desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí desechar aquellos que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas a mayor profundidad aquellas que aparecen con mejores perspectivas.
- d. Estudio de Factibilidad.-** En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la tapa anterior. Se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla. A la evaluación de la alternativa seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con obras física, tamaño, localización y oportunidad de ejecución de la inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto.”²

Etapa de Inversión

“Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido delectado en etapas anteriores.

- a. Proyectos de Ingeniería.-** En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre inversión.

² CHAIN SAPAG, Nassir. “Proyectos de inversión: formulación y evaluación” Primera Edición. Pearson Educación México S.A, 2007. Págs. 26-31.

- b. **Negociación del Financiamiento.-** Determinados los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero, nacional y/o internacional; periodo de gracias, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos, etc.
- c. **Implementación.-** Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta.”³

Etapa de Operación

“En esta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre inversión y ejecutado durante la inversión de acuerdo a lo programado, se producen los beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión.

- a. **Seguimiento y Control.-** Se refiere al conjunto de cosas que se aplican a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empleados. Se busca encontrar posibles desviaciones respecto a la programación inicial del proyecto, las mismas que puedan ocasionar problemas en la ejecución, el fin primordial es adoptar medidas correctivas oportunas que minimicen los efectos que resulten en atrasos o costos incrementales por los problemas que se presenten.
- b. **Evaluación ex – post.-** Es un proceso que se realiza inmediatamente después de finalizado el proyecto con el propósito de determinar la validez de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados. Su objeto es mejorar las actividades de puesta en

³FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. “Los Proyectos de Inversión Evaluación Financiera” Primera Edición. Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2007. Págs. 27-33.

marcha y ayudar en la planificación, programación, e implementación de proyectos futuros. La información que presenta es resumida en un reporte que constituye la base necesaria para evaluar la eficiencia y efectividad con que se formuló el proyecto.

- c. Evaluación post –posterior.-** Se realiza varios años después que todos los costos han sido desembolsados y todos los beneficios recibidos, posterior a cerrar su ciclo de vida u horizonte de operación. Esta evaluación permitirá que en el futuro los posibles proyectos relacionados, cuenten con una fuente de información que clarifique la visión sobre el ambiente en el que se desenvolverá la nueva unidad productiva.”⁴

CONTENIDO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

“El plan de mercadotecnia debe identificar los beneficios para el usuario y el tipo de mercado que existe. De acuerdo con el tipo de producto o servicio que se ofrece, el plan de mercadotecnia puede no solo identificar, sino también cuantificar los beneficios financieros para el usuario.

Análisis de Mercado

Es necesario realizar un análisis detallado del mercado meta; en esta etapa del plan se requiere describir a los clientes del mercado y cuál es su comportamiento. El análisis de mercado debe estar constituido por varios aspectos, tales como:

Tamaño de mercado: identificar y cuantificar el mercado potencial, que es el conjunto de personas o empresas que podrían ser posibles compradores.

□ **Las tendencias del mercado:** mantener en constante vigilancia las tendencias del mercado, influidas por los cambios políticos, económicos y sociales.

⁴ COSS BU, Raúl, “Análisis y evaluación de proyectos de inversión”. Segunda Edición. Editorial Limusa S.A. México, 2005. Págs. 18-27.

□ **Características del mercado:** son las especificaciones del mercado que pueden afectar el desarrollo de la empresa.

□ **Segmentación del mercado:** consiste en dividir el mercado en categorías y elegir un segmento para determinar los clientes.

EL PRODUCTO/SERVICIO

Producto principal. Se tienen que reunir todos los datos que permitan identificarlo y señalar todas sus características (químicas, físicas, etc.) y se debe aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales o es un nuevo producto.

- **Subproductos.** Hay que señalar si se realizan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que tienen.
- **Productos sustitutivos.** Hay que señalar la existencia y las características de productos que realicen la misma función e indicar en qué condiciones pueden favorecer o no al producto que estamos estudiando.
- **Productos complementarios.** Hay que indicar si la creación de este producto puede estar condicionado por la disponibilidad de otros bienes o productos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

a. Demanda Potencial

Es la demanda que no tiene respaldo inmediato de compra y que está basada en los ingresos futuros del consumidor.

b. Demanda Real

Para estimar la demanda real se deberá partir de datos históricos existentes. A veces es difícil conseguir la información para ámbitos limitados geográficamente, por lo que será necesario ajustar en función de datos demográficos y de datos de comportamiento disponibles para niveles nacionales o regionales.

c. Demanda Efectiva

Se entiende por demanda efectiva a aquella que tiene respaldo inmediato de compra. Es decir está basada en los ingresos presentes del consumidor.

ESTUDIO DE LA OFERTA

Se entiende por oferta a la cantidad de un determinado bien, un producto o un servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

Proyección de la Oferta

Al igual que la demanda aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como puede ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

BALANCE DEMANDA – OFERTA

Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo es un informe en el cual se recopila el análisis de la situación actual de la empresa para identificar hacia dónde la entidad debe

dirigirse. Para esto se determinan las metas del negocio y se exponen las estrategias de mercadeo a utilizarse para el cumplimiento de los objetivos identificados en el plan de negocios. Entre otras cosas, el plan de mercadeo describe el producto (diseño y características), el precio del producto; y la promoción y distribución del mismo. Además, establece el presupuesto necesario para el desarrollo del plan, así como el proceso de evaluación e implantación.

- **Producto/servicio** Consiste en describir el producto/servicio, mostrando las características y los beneficios para el consumidor final. Un producto/servicio incluye el paquete total de satisfacción que se ofrece a los consumidores en una transacción, ya que se refiera a un servicio, a un producto o a una combinación de ambos.
- **Precio-** Para establecer el precio se dispone de tres elementos: los costos de producción, los precios de competencia y las expectativas de los clientes. Este factor influirá de forma decisiva en el volumen de ventas e ingresos, además de atraer o disuadir a posibles competidores.
- **Plaza-** Hay factores claves para elegir una buena ubicación, como: facilidad de acceso para el cliente, condiciones ambientales del negocio, disponibilidad de recursos. Otro factor incluido, son los canales de distribución, que son el conjunto de empresas que facilitan el flujo de los productos desde el fabricante hasta el cliente final. El producto debe estar disponible cuándo y dónde quiera comprarlo el cliente.
- **Promoción-** Se puede disponer de ventas personales (contratación y capacitación de vendedores) y publicidad (medios masivos de difusión). Las actividades de comunicación deben estar diseñadas para que el mensaje llegue a clientes potenciales. El tipo de promoción que se elija dependerá en gran manera del producto/servicio a ofrecer. ”⁵

⁵ OLLÉ, PLANELLAS M., MOLINA M., TORRES J., SEPÚLVEDA D. y MUR I. El Plan de Empresa. Cómo planificar la creación de una empresa. Editorial Marcombo. Barcelona – España, 1997. Págs. 26 – 38. 45

ESTUDIO TÉCNICO

“Comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del propio Proyecto, lo cual lleva implícito el análisis del tamaño óptimo, localización, disponibilidad y el costo de los mismos, características de los equipos de proceso básico e instalaciones físicas que conviene detallar, cuantificar y determinar su costo. En las unidades de presentación de servicios, que carecen de un proceso de producción propiamente dicho, se debe describir el núcleo de operaciones que requiere la prestación del mencionado servicio”⁶

Objetivos

- “Verificar la posibilidad técnica para la prestación del servicio a ofrecer.
- Analizar y determinar el tamaño, localización, ingeniería, los equipos y las instalaciones requeridas para prestación del servicio”⁷

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

a. Localización

“La toma de decisiones sobre la localización es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la empresa pretende alcanzar, de ahí que se debe encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías las cuales no son solamente económicas sino aquellas relacionadas con el entorno empresarial y social que busque una mayor utilidad para la empresa y minimización de costos. Si bien una adecuada localización puede enmarcar el éxito o fracaso de la entidad por tal motivo la decisión sobre donde ubicarla deberá obedecer a criterios económicos y estratégicos.

- **Macro Localización-** Es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto,

⁶ Sánchez, I. R. “Tópico especiales sobre evaluación de proyectos de inversión”. Monografía. ED. CDICT-Facultad de Tecnología de la industria. 2006. Pags.26-28

⁷ <http://www.gestiopolis.com/elementos-de-un-proyecto-de-inversión//htm>.

también llamada macro zona. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

- **Micro Localización-** En este aspecto se conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operara el proyecto dentro de la macro zona.

b. Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un período de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto del que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, etc.

- **Capacidad Instalada.-** Está determinada por el rendimiento máximo que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.
- **Capacidad Utilizada.-** Constituye el rendimiento con el que se va a trabajar, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio período de vida de la empresa ésta se estabiliza.

Ingeniería

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una “función de producción” que optimice la utilización de los recursos disponibles para la elaboración del

bien o servicio”⁸

Recursos

- **Recursos Materiales.-** “Se debe precisar lo referente a obras civiles y sus respectivas características, magnitud y costo para la operación del proyecto.
- **Recursos Tecnológicos.-** Sobre la base de la capacidad de la planta a instalar y el proceso tecnológico seleccionado, establecer los requerimientos de maquinaria y equipos productivos y auxiliares, sus características técnicas, vida útil, precio unitario y costos de instalación; además, analizar la disponibilidad de servicios de mantenimiento y la facilidad de adquisición de repuestos.
- **Recursos Humanos.-** En este ítem se debe indicar la mano de obra necesaria para operar la nueva planta, discriminada en mano de obra directa, indirecta y el personal administrativo y presentar la escala de sueldos y salarios para el personal”⁹

Flujograma de procesos

“EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

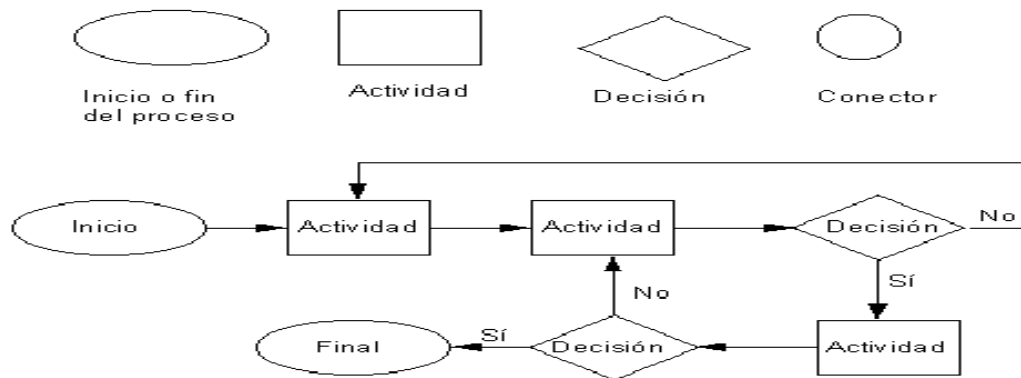
El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc.”¹⁰

⁸RODRÍGUEZ Sandías Alfonso *Análisis y Valoración de Proyectos*. Departamento de Economía Financiera. 1ª Edición.2009. Págs. 25-27

⁹ <http://www.scribd.com/doc/22577909/-proyecto-de-inversion>

¹⁰ OCEANO CENTRUN. *Diccionario Administración Finanzas*. Programación Automatizada Océano Multimedia, 2007.

IMAGEN # 1



DISEÑO ORGANIZACIONAL

“En esta etapa del plan de negocios, se identifican los recursos humanos que son indispensables para la organización, tomando en cuenta el reclutamiento, la selección, la capacitación, la cultura organizacional, la definición de puesto, entre otros. El plan organizacional contempla también los aspectos legales para ser realidad la constitución de la empresa, permisos, normas, reglamentos y leyes tanto nacionales como locales, que tengan relación con la actividad que se piensa realizar.”¹¹

a. Estructura Organizativa

“La estructura organizacional es clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control”.¹²

El propósito de una estructura organizacional es definir las guías, parámetros y el procedimiento necesario para un grupo para alcanzar un objetivo principal. Por ejemplo, la anatomía de una estructura organizacional, organiza prioridades en forma jerárquica.

Aspecto legal- Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la operación diaria de la empresa, ya sea la Ley del Trabajo, y demás leyes que pudieran afectar su operación.

¹¹STUTELY, R. Plan de Negocios. Primera Edición. Editorial Prentice Hall. México – Distrito Federal, 2000. Pág. 74.

¹²LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia.**, McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988

Marco legal- Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben de seguir para poder operar, que son obligatorias y equitativas”¹³

b. Estructura empresarial

“En la Estructura Organizativa de la Empresa es conveniente proponer los respectivos niveles jerárquicos que forman parte fundamental en la etapa funcionamiento de la empresa ya que permite determinar una buena organización y asignar las funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la organización haciendo posible un manejo y desenvolvimiento eficiente del talento humano.

Niveles Administrativos.- Estos niveles permiten establecer la jerarquía dentro de la empresa y está determinado conforme lo establece la normativa interna en todo lo que tiene que ver con la administración y dirección de la misma.

CUADRO # 5		
NIVEL	OBJETIVO DE LA DIRECCIÓN	ENFOQUE
NIVEL ALTO	Sensibilidad ante exigencia del ambiente laboral.	Posición competitiva y estratégica.
NIVEL INTERMEDIO	Funcionamiento de las actividades dentro de la empresa.	Coordinación de subunidades, unión entre el alto nivel y la gestión operativa.
NIVEL DE GESTIÓN OPERATIVA	Hacer que se efectúe el trabajo operativo.	Actividades para producir bienes y servicios con eficiencia.

Organigramas.- Es un conjunto de símbolos que señala la estructura organizativa real de una empresa, es llamado también gráfico de un conjunto de líneas que simbolizan la organización de una empresa”¹⁴

¹³BACA, Guillermo. “Evaluación Financiera de Proyectos” 1ª Edición,2004. Colombia.

¹⁴ REYES PONCE, Agustín. Administración de Empresas Teoría y Práctica. II Parte. Editorial Limusa S.A. México, 2001. Pág. 53.

□ **Objetivos:** “El objetivo es representar la estructura administrativa de una empresa, aunque en forma esquemática e incompleta. Se lo utiliza con fines de análisis por los especialistas administrativos, para detectar posibles defectos y recomendar las modificaciones más apropiadas.

- Para los niveles jerárquicos, facilita el conocimiento de su campo de acción y de sus relaciones con las demás unidades.

- Para los funcionarios, les permite conocer su posición relativa dentro de la organización.

- Para los especialistas administrativos, les permite conocer su posición relativa dentro de la organización.

- Para el público les permite tener una visión de conjunto de la estructura.

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama Funcional:** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes, luego se registran aquellas de menor trascendencia”¹⁵
- **Organigrama de integración de puestos o posicional:** resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas.

¹⁵STEPHEN, Robbins, y DE CENSO, David. Fundamentos de la Administración- Conceptos y Aplicaciones. Tercera Edición. México DF, 1996. Págs. 98-100.

Manual de funciones

Es un libro que confiere todas las actividades relacionadas con el funcionamiento y operación del área correspondiente. Este manual documenta los conocimientos, experiencia y tecnología del área, para hacer frente a sus retos y funciones, con el propósito de cumplir adecuadamente con su misión.

El manual describe la organización formal, mencionado, para cada puesto de trabajo, los objetivos del mismo, funciones, autoridad y responsabilidades.

ESTUDIO FINANCIERO

Este plan consiste en mostrar una relación de las necesidades financieras de la nueva compañía y fuentes de financiamiento, y una proyección de sus ingresos, costos y utilidades.

Inversiones y Financiamiento

- **Inversiones:** “Se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre – operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de los activos, gastos de constitución y para capital de trabajo.
- **Activos Fijos-** “Los activos fijos se definen como los **bienes** que **una empresa** utiliza de manera continua en el curso normal de sus **operaciones**; representan al conjunto de **servicios** que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.” Por ejemplo, un camión es considerado como activo fijo para una empresa que vende artefactos eléctricos si es que lo usa para entregas de mercadería, así mismo maquinarias, instalaciones, muebles y enseres, terrenos, edificios, equipos, etc.
- **Activos Diferidos-** Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente

dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización. Entre los activos diferidos podemos mencionar los gastos de constitución: pagos que efectúa una empresa, antes de iniciar sus operaciones comerciales como por ejemplo: gastos de notaría, registro, honorarios, decoración y adecuación de espacios para el negocio; así mismo se puede citar los gastos de investigación: Gastos que realiza la empresa por pagos a profesionales para conocer mercados, analizar la situación socio-económica de la población de la cual van dirigidas las actividades de la empresa, al iniciar o ampliar el negocio.

- **Capital de Trabajo-** Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, y que se refiere a la totalidad de recursos y dinero necesario que facilitará el financiamiento de la operación del negocio, debido a que dicha inversión será indispensable para cubrir los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto. Estos recursos son considerados parte del patrimonio del inversionista y por ello tienden a ser recuperables.
- a. **Financiamiento:** Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos cuentas:
 - Cuenta interna, constituida por el aporte de los socios.
 - Cuenta externa, constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

Análisis de Costos

Para este análisis se vale de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto.

- **Costo total de producción**

$$CTP = COSTOS DE PRODUCCIÓN + COSTOS DE OPERACIÓN$$

- **Costos de Producción o Fabricación.-** Los costos de producción están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costos, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos. Por otro lado el costo está dado en base a una unidad de costos que es el factor que permite medir la producción de bienes y servicios.

$$CP = COSTO PRIMO + COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN$$

- **Costos de Operación.-**Comprenden los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.

$$CO = GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS \\ + GASTOS FINANCIEROS + OTROS GASTOS$$

- **La Depreciación y Obsolescencia.-**La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa se hace que los mismos sufran desgaste o pierdan vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto hace que deba preverse el remplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa”¹⁶

$$DPR = \frac{(VALOR TOTAL - VALOR RESIDUAL)}{VIDA ÚTIL}$$

$$VALOR RESIDUAL = VALOR TOTAL * \% DE DEPREC.$$

- **Clasificación de los Costos-** “De acuerdo con el comportamiento de los costos ante cambios en el volumen de producción, los costos se clasifican en:

¹⁶ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Loja – Ecuador, 2004. Págs. 64 – 72.

□ **Costos Variables.-** Son aquellos costos que varían en forma directa y proporcional ante los cambios en el volumen de producción; es decir, si el volumen de actividad aumenta, el costo también aumenta.

□ **Costos Fijos.-** Son aquellos costos que permanecen constantemente en un periodo, independientemente de que se presenten cambios en el nivel de producción”¹⁷

a. Costo unitario de producción

El costo unitario es el valor de un solo producto o pedido. Es el resultado final de la determinación o el cálculo de los costos, permite elaborar las cotizaciones de los diferentes trabajos, ya que si se cuenta con información de los costos se puede saber cuánto de utilidad añade a los productos y así fijar precios que sean competitivos en el mercado.

Para calcular el costo unitario de fabricación el empresario tiene que dividir el costo total de fabricación por el número de productos fabricados

$$CU = \frac{COSTO\ TOTAL\ DE\ PRODUCCIÓN}{UNIDADES\ PRODUCIDAS}$$

ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

- a. **Determinación del precio de venta-** se establece a partir del cálculo del costo unitario, a este se le determina un porcentaje de utilidad, tomando en cuenta aspectos importantes tales como la competencia.

$$PVP = CU * \% DE UTILIDAD$$

- b. **Establecimiento de ingresos-** los ingresos son establecidos por el número de unidades producidas con el precio de venta, lo cual permitirá evaluar el proyecto.

¹⁷ SINISTERRA VALENCIA, Gonzalo. Contabilidad de Costos. Primera Edición. ECOE Ediciones Ltda. Bogotá – Colombia, 2006. Págs. 17 – 18.

$$INGRESOS\ TOTALES = PVP * UNIDADES\ PRODUCIDAS$$

Presupuestos Projectados

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá con aplicaciones inflacionarias y volumen de producción.

Estado de Resultados Projectados

Se elabora en un momento determinado con el objeto de determinar la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la incorporación de ingresos y egresos utilizados en los presupuestos proyectados, se calcula a través de los siguientes formulas:

$$UTILIDAD\ OPERATIVA = INGRESOS - EGRESOS$$

$$UTILIDAD\ NETA = UTILIDAD\ OPERATIVA - 15\% UTILIDAD\ TRABAJADORES \\ - 25\% IMPUESTOS\ A\ LA\ RENTA - 10\% RESERVA\ LEGAL$$

Determinación del Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio es un elemento para el análisis y planeación empresarial, y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios. El punto de equilibrio resalta su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de la capacidad de producción sobre las ventas, costos y utilidades.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

a. En función de las Ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

PE= Punto de equilibrio.

CFT= Costo fijo total.

1= Constante matemática.

CVT= Costo variable total.

VT= Ventas totales.

b. En función de la capacidad Instalada

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE\ CI = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

En donde

PE= Punto de equilibrio.

CF= Costo fijo total.

100= Constante matemática.

CV= Costo variable total.

VT= Ventas totales.

c. En función a las unidades producidas

$$PE\ Uni. = \frac{CF}{P - CV}$$

PE= Punto de equilibrio.

CF= Costo fijo total.

P= Precio

CV= Costo variable total.

Representación gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

IMAGEN # 2



EVALUACIÓN DEL PROYECTO

“Busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto. Tienen la función de medir tres aspectos fundamentales:

- Estructurar el análisis de financiamiento
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión del proyecto
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión.

Flujo de Caja

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización constituyen una salida de dinero. Con el objetivo de analizar la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto, desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y generar efectivo para distribuir entre los socios

$$FLUJO DE CAJA = TOTAL DE INGRESOS - TOTAL DE EGRESOS$$

Valor Actual Neto (VAN)

Es la diferencia entre los ingresos y los gastos a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el **VAN** es **positivo** se puede aceptar el proyecto.
- Si el **VAN** es **negativo** se rechaza la inversión.
- Si el **VAN** es **igual** a cero, la inversión queda a criterio del inversionista.

La fórmula para el cálculo del Factor de actualización es la siguiente:

$$\text{Formula : FA} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

En donde:

i= la tasa de interés con la que estamos comparando

n= el número de años de la inversión”¹⁸

La fórmula para calcular el Valor Actual Neto es la siguiente:

$$VAN = \sum VAN - INVERSIÓN$$

En donde:

VAN= Valor actual neto del proyecto.

ΣVAN= Sumatoria de valores actuales de los años de vida del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Conocida como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil.

¹⁸http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_netto

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

- Si la **TIR > costo de oportunidad de capital** se aceptará el proyecto.
- Si la **TIR < costo de oportunidad de capital** se rechazará el proyecto.
- Si la **TIR = que el costo de oportunidad de capital** la inversión queda a criterio del inversionista.

Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero.

FÓRMULA:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

En donde:

Tm= Tasa menor de descuento para actualización

TIR= Tasa Interna de Retorno

Dt= Diferencia de tasas

VAN menor=Van menor obtenido

VAN mayor=Van mayor obtenido”¹⁹

Análisis de Sensibilidad

“Instrumento financiero que posibilita mostrar cómo se modifica la rentabilidad del proyecto bajo diferentes escenarios en los cuales se desenvolverá el mismo en las partes de inversión y operación. Entre los elementos de mayor importancia están: la inversión, los precios de venta unitarios, volúmenes de venta, etc.

¹⁹ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Loja – Ecuador, 2004. Págs. 93--94. 60

Para el siguiente proyecto debemos considerar los siguientes criterios:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1**, el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1**, el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1**, el proyecto no es sensible.

Para calcular el análisis de sensibilidad utilizaremos las siguientes fórmulas:²⁰

$$As = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación.

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \% V / N.TIR$$

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

“Se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido.”²¹

$$PRC = \frac{\Sigma \text{PRIMEROS FLUJOS} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO DEL ÚLTIMO AÑO}}$$

²⁰ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Loja – Ecuador, 2004. Págs. 95--97. 61

²¹ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Loja – Ecuador, 2004. Págs. 101--102

Relación Beneficio – Costo (RBC)

También llamado "índice de rendimiento". En un método de Evaluación de Proyectos, que se basa en el del Valor Presente, y que consiste en dividir el Valor Presente de los Ingresos entre el Valor Presente de los egresos. En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal, es decir, permite medir el rendimiento que se obtienen por cada cantidad monetaria invertida"²²

"El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- **B/C > 1** implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- **B/C = 1** implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- **B/C < 1** implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable."²³

La relación Beneficio/costo está representada por la relación:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} - 1$$

²² CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición. ECOE Ediciones Ltda. Bogotá – Colombia, 2006. Págs. 356 – 387.

²³ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Loja – Ecuador, 2004. Págs. 100.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente proyecto se ha creído necesaria la utilización de los materiales que se mencionarán a continuación y de la aplicación de métodos lógicos o generales y particulares o específicos los cuales ayudaron al desarrollo del mismo en diferentes aspectos, los principales métodos, técnicas y procedimientos se detallan continuación:

MATERIALES

Para la realización del presente trabajo de tesis fue necesario contar con los siguientes equipos y suministros de oficina.

Equipos de oficinaComputador

- Impresora

Suministros de oficina

- Resmas de papel
- Cartuchos
- Bloques de Facturas
- Grapadoras
- Esferos

MÉTODOS

- **Inductivo.**-Parte de lo particular a lo general. Este método se utilizó para determinar la demanda y la oferta, pues a partir de conclusiones específicas que se determinaron por medio de la encuesta, se llegó a conclusiones generales, y aplicables para el proyecto.
- **Deductivo.**- Parte de lo general a lo particular. Este método fue utilizado para desarrollar el marco teórico y la revisión de la literatura pues a través de los conceptos sobre proyectos de inversión se pudo llevar paso a paso la investigación.
- **Descriptivo - analítico.**-Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes. Este método permitió hacer un

correcto análisis de la información obtenida en las encuestas.

TECNICAS

Para el desarrollo de la tesis se utilizó algunas técnicas como son: revisión bibliográfica, cuestionarios encuestas, La misma que sirvió para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en esta empresa.

b. Revisión Bibliográfica

Se empleó como fuente de apoyo para la recopilación de la información necesaria e indispensable para el desarrollo investigativo, del cual se obtuvo conceptos y categorías fundamentales referentes al tema a través de: libros, folletos, revistas, tesis, internet.

c. Encuesta.

Instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta efectuada con la ayuda de un cuestionario previamente aplicado a la población Económicamente Activa y a los turistas que visitan a nuestra ciudad. Así como también la oferta para analizar las barreras de entrada al mercado al igual que sirvió para conocer la existencia de cafeterías en la ciudad la cual nos dio en conclusión que no existe este tipo de negocio

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.

Según el último censo poblacional del INEC del año 2010, la ciudad de Macará cuenta con una población de 12.587 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional del 0,8%

Dónde:

- P_0 = Población actual
- r = Tasa de crecimiento poblacional
- 1 = Constante
- n = Número de años.

$$Pf = Po (1+r)^n$$

$$Pf_{2015} = Po_{2010} (1+0,008)^5$$

$$Pf_{2015} = 12587 (1,008)^5$$

$$Pf_{2015} = 12587 (1,040645141)$$

$$Pf_{2015} = 13098,60$$

También se toma en consideración los turistas que visitan a la ciudad de Macará, los cuales según los datos del Ilustre Municipio de Macará se detallan en el siguiente cuadro con una tasa de crecimiento de 50%.

TURISTAS QUE VISITAN A MACARÁ
CUADRO N° 1

AÑOS	TURISTAS	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO
2012	50	
2013	75	50,00%
2014	113	50,66%

Fuente: Municipio de Macará

Elaborada: La Autora

El crecimiento es de 50,66% anual que proyectado al Año 2015 se tiene un total de 169 turistas.

POBLACIÓN

La Población Económicamente Activa de la ciudad de Macará como lo dijimos anteriormente es de 12.587 en el año 2010 según el INEC que proyectada al año 2015 es de 13099 habitantes, a esto se suman los 169 turistas que visitan Macará en el mismo año dando un total de 13268 habitantes; siendo este el universo de la población en estudio.

POBLACION Y MUESTREO

CUADRO N° 2

AÑO 2015	POBLACIÓN	N° DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Población Macará	13099	383	98,73 %
Turistas Macará	169	5	1,27 %
TOTAL	13268	388	100%

CÁLCULO DE LA MUESTRA.

Para determinar la muestra se consideró la Población Económicamente Activa proyectada para el año 2015 (13.099) y con un margen de error del 5%, es decir, que los resultados de la investigación tendrán un 95% de la confiabilidad.

En donde:

N= Universo Población

n= tamaño de la muestra

1= Constante

e= 5% de margen de error.

$$N = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

$$N = \frac{13268}{1 + (0,05)^2 13268}$$

$$n = \frac{13268}{34,17} \quad n = 388$$

f. RESULTADOS

1. ¿Cuál es su ingreso mensual?

CUADRO N° 3

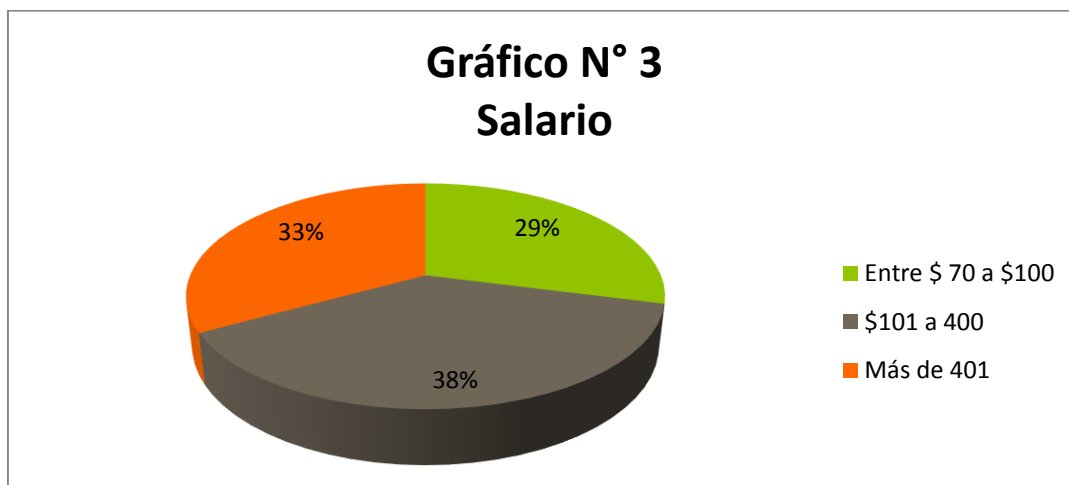
INGRESO MENSUAL				
VARIABLE	FRECUENCIA	Xm	(Xm)(f)	PORCENTAJE
Entre \$ 70 a \$100	113	120	13502,40	29%
\$101 a 400	147	301	44379,44	38%
Más de 401	128	701	89756,04	33%
TOTAL	388		147637,88	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: Los Autora

Para determinar el ingreso económico promedio mensual se aplicó una media aritmética

$$X_m = \frac{\sum(X_m)(f)}{n} = \frac{108064,84}{284} = \$ 380,51$$



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según el análisis realizado se determinó que los ingresos promedios de la población de la ciudad de Macará son de \$ 380,51 mensuales; significan que los posibles demandantes del proyecto si cuentan con poder adquisitivo.

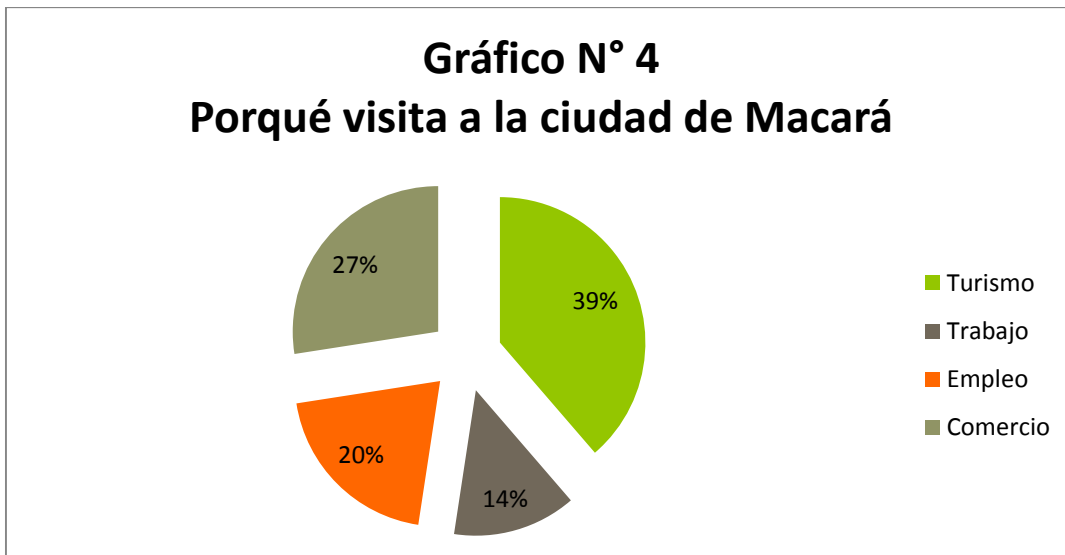
2. ¿Por qué visita la Ciudad de Macará?

CUADRO N° 4

POR QUE VISITA LA CIUDAD DE MACARÁ		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo	169	39%
Trabajo	60	14%
Empleo	88	20%
Comercio	120	27%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la población y turistas encuestadas en la ciudad de Macará, el 39% nos comentaron que visitan por turismo, la cual el 27% nos dijeron por comercio, un 20% por empleo y un 14% por trabajo. Esta pregunta es abierta por lo tanto no va a concebir con la población aplicada.

3. ¿Es el café una de sus bebidas preferidas?

CUADRO N°5

PREFERENCIA POR EL CAFÉ		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	291	75%
NO	97	25%
TOTAL	388	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las 388 de la población y turistas encuestadas en la ciudad de Macará, el 75% tienen preferencia ingerir café; y el 25% no beben café. Esta información nos muestra un grado alto de aceptabilidad del proyecto.

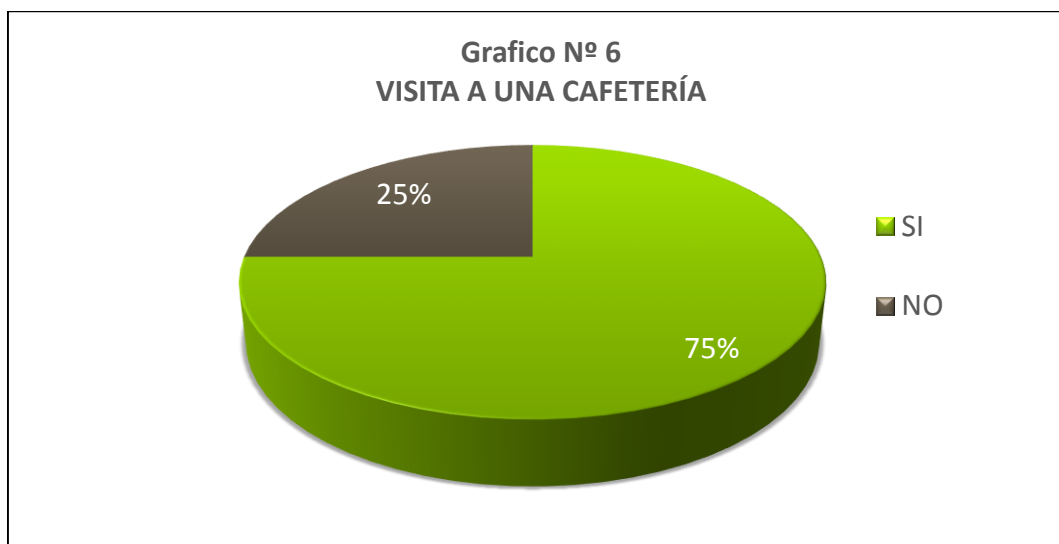
4. Conoce usted la existencia de alguna cafetería en la ciudad de Macará, que ofreciera este servicio?

CUADRO N° 6

EXISTENCIA DE UNA CAFETERÍA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	218	75%
NO	73	25%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de los encuestados el 75% nos comentan que si han visitado una cafetería, y el 25% no han frecuentado, esto nos demuestra que la mayoría de las personas tienen predilección en beber café.

5. ¿Con qué frecuencia asiste usted a una cafetería?

CUADRO N° 7

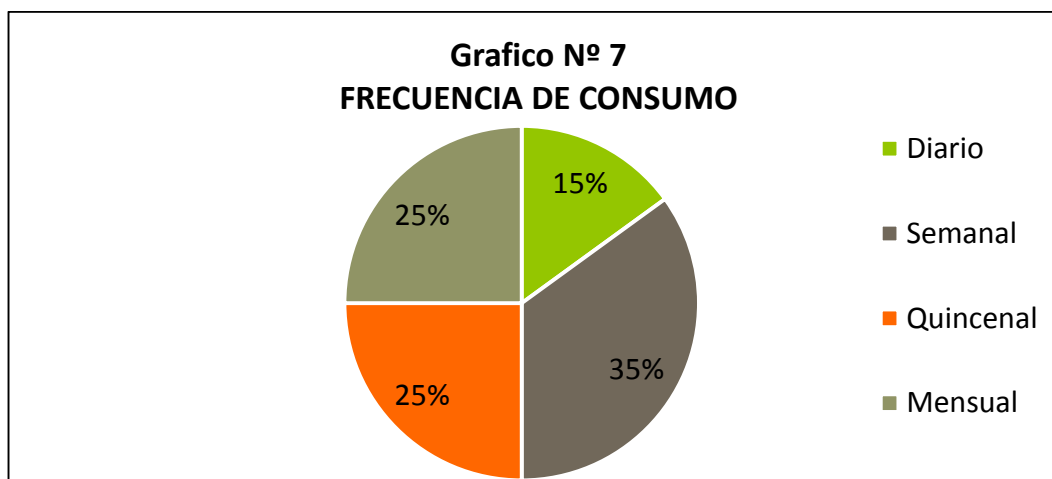
FRECUENCIA DE CONSUMO		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	44	15%
Semanal	102	35%
Quincenal	73	25%
Mensual	73	25%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

$$CP = \frac{EXm.f}{n}$$

$$C. Promedio = \frac{23.847}{291} = 81,95 = 82 \text{ visitas al mes}$$



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de los encuestados el 15% nos comentaron que comúnmente beben café diariamente, y el 35% toman café semanalmente mientras que el 25% lo hacen quincenal y mensualmente. Esto quiere decir que existe un alto nivel de consumo del servicio.

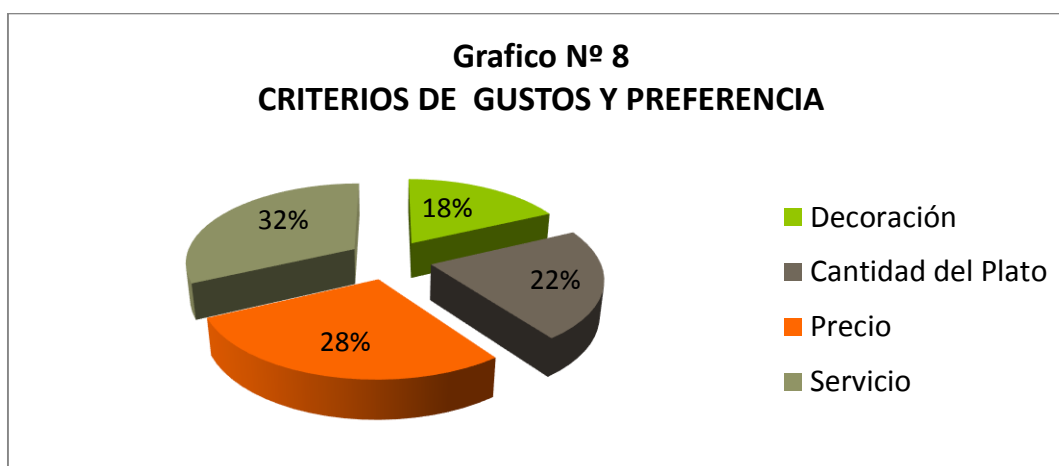
6. ¿De acuerdo a su preferencia cuales son las características que ve usted en una cafetería?

CUADRO N° 8

CRITERIOS DE GUSTOS Y PREFERENCIA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Decoración	52	18%
Cantidad del Plato	64	22%
Precio	81	28%
Servicio	93	32%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: Los Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Esta pregunta nos permite conocer qué características toma en cuenta la gente para ir a una cafetería, las personas prefieren un buen servicio que nos da un 32%, y el 28% visitan una cafetería de acuerdo al precio, el 22% prefieren por la cantidad del plato y el 18% por la decoración del lugar. Esto nos permite saber que las personas prefieren el buen servicio que debe tener las cafeterías a un precio razonable sin faltar la buena decoración, mientras que la cantidad del plato no es un factor muy importante en los encuestados.

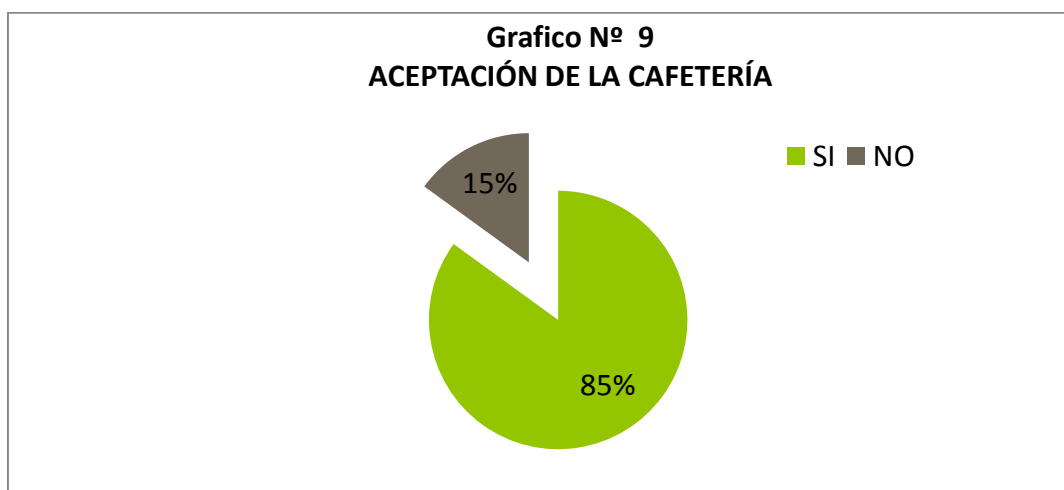
7. ¿Si se implementará una cafetería innovadora, de calidad con una variedad de productos encaminados a satisfacer de mejor manera sus necesidades, la visitaría?

CUADRO N° 9

ACEPTACIÓN DE LA CAFETERÍA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	247	85%
NO	44	15%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y turistas a la ciudad de Macara.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En el correspondiente gráfico podemos observar que el 85% piensan que una cafetería sería muy primordial porque podrán reunirse, compartir con familiares y amigos en un ambiente tranquilo y sano, con una atención personalizada, mientras que el 15% opinan que no sería necesario y rápidamente desaparecerá.

Esta pregunta es muy importante ya que nos permite conocer si el mercado está listo para la implementación de una cafetería de dichas características, disfrutando en familia y amigos de un lugar donde se sentirán a gusto.

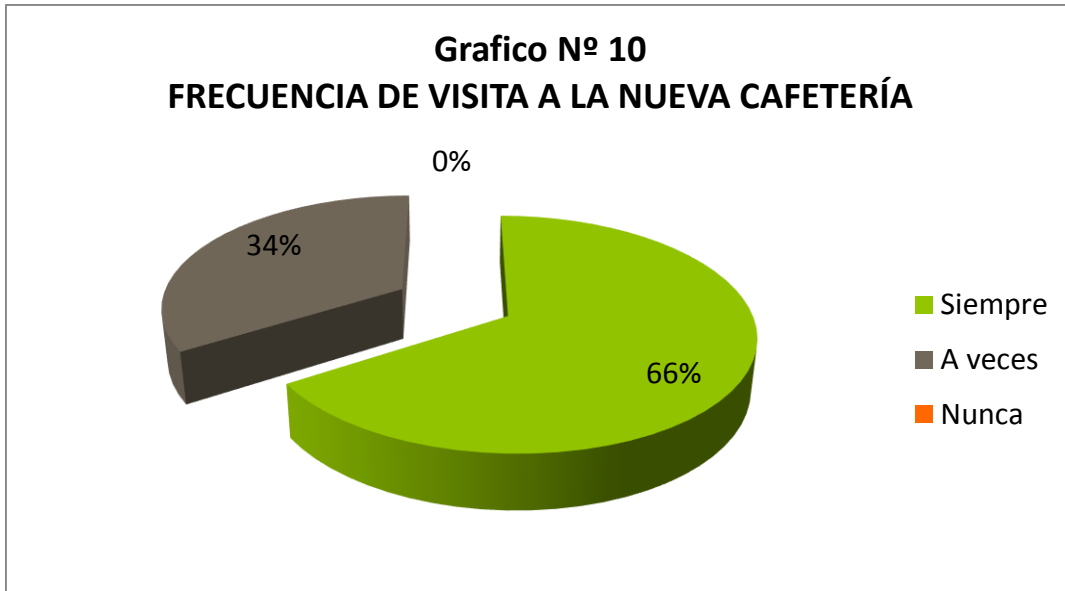
8. ¿Con qué frecuencia visitarías a nuestra cafetería?

CUADRO N° 10

FRECUENCIA DE VISITA A LA NUEVA CAFETERÍA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	163	66%
A veces	84	34%
Nunca	0	0%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según datos obtenidos el 66% siempre visitarán a nuestra cafetería, mientras que un 34% nos comentaron que no van a frecuentar en la cafetería, Esto quiere decir que tenemos la accesibilidad de clientes potenciales, lo cual nos permite visualizar la rentabilidad del proyecto, por su demanda.

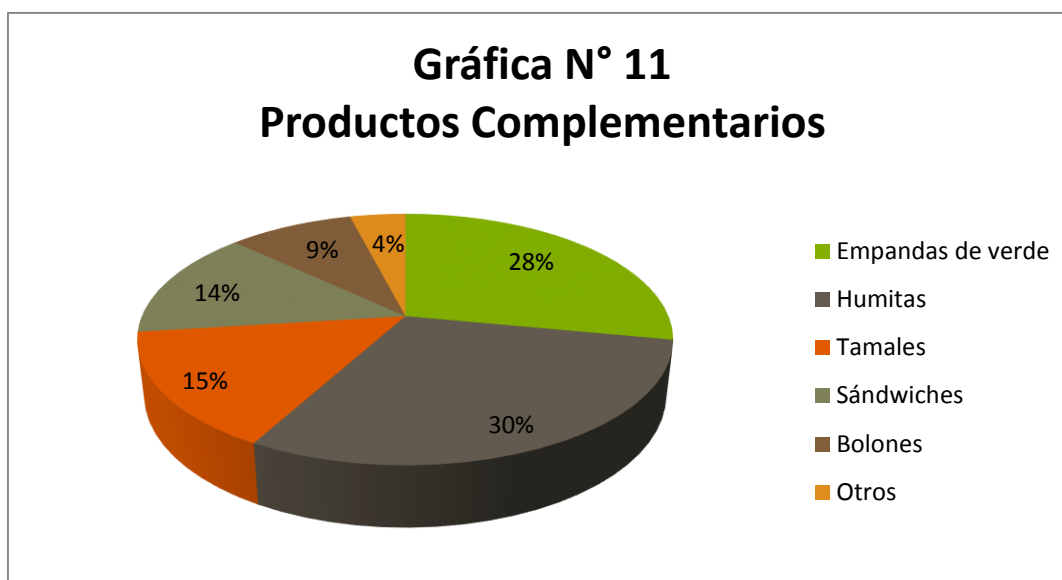
9. ¿Qué tipo de platillos preferiría consumir?

CUADRO N° 11

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empandas de verde	69	28%
Humitas	74	30%
Tamales	37	15%
Sándwiches	35	14%
Bolones	22	9%
Otros	10	4%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según datos obtenidos de las encuestas, el 30% nos prefieren consumir humitas mientras, que el 28% empanadas de verde, el 15% nos comentaron que consumirían tamales, el 14% sándwiches, el 9% bolones y el 4% entre otros platillos dándonos un 100%. Pregunta clave para determinar el menú de la cafetería.

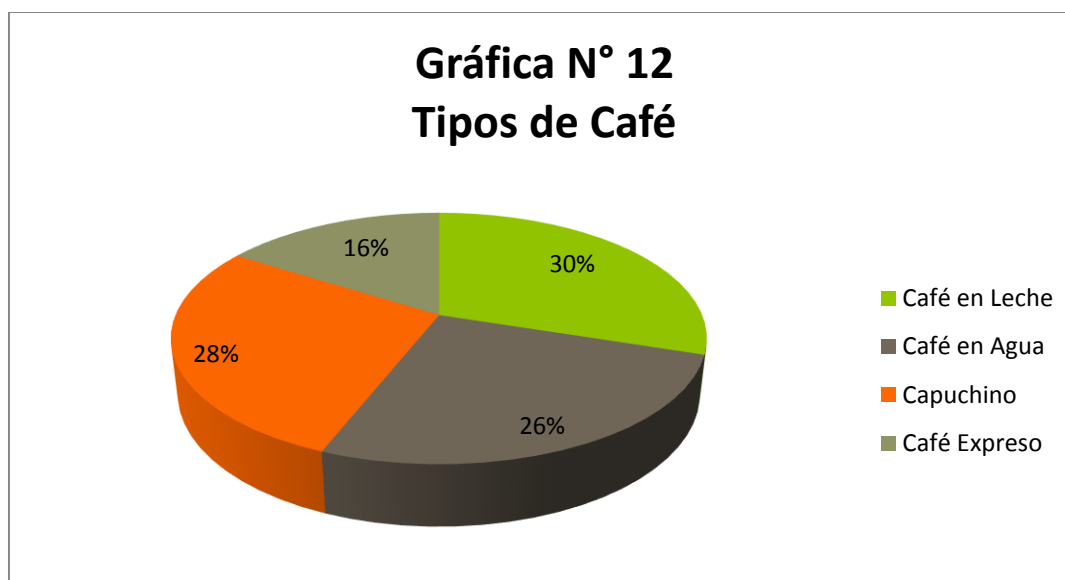
10. ¿Cuál de las siguientes opciones de café preferiría usted?

CUADRO N° 12

CUADRO N°11 TIPOS DE CAFÉS		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Café en Leche	74	30%
Café en Agua	64	26%
Capuchino	69	28%
Café Expreso	40	16%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según resultados obtenidos la variedad de bebidas es una ventaja competitiva de este tipo de negocio; el 30% prefieren café en leche, el 28% capuchino, el 26% café en agua, y el 16% café expreso dándonos un 100%.

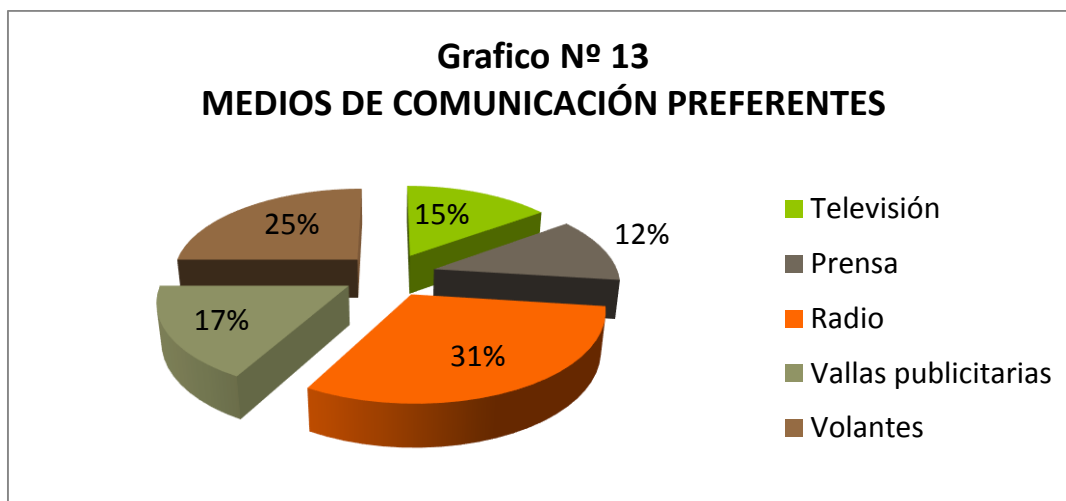
11. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información o promociones de la nueva cafetería?

CUADRO N° 13

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERENTES		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	37	15%
Prensa	30	12%
Radio	77	31%
Vallas publicitarias	42	17%
Volantes	62	25%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Después de haber analizado los resultado se determinó que el medio de comunicación más preferente es la radio con un 31%, el 25% les gustaría información por vallas publicitarias, el 15% por televisión ,12% por prensa, el 31% por radio y el 25% restante les gustaría recibir información por volantes. Esta pregunta nos permite ver cuál es el mejor medio para lograr nuestro objetivo en el mercado meta.

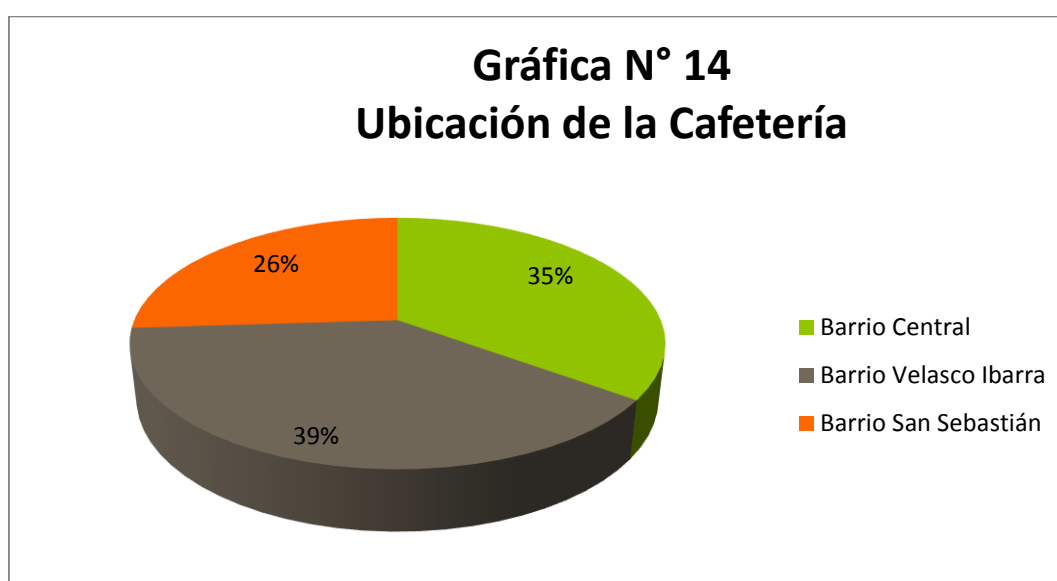
12. ¿En dónde le gustaría que se encuentre ubicada la cafetería?

CUADRO N° 14

UBICACIÓN DE LA CAFETERÍA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barrio Central	87	35%
Barrio Velasco Ibarra	96	39%
Barrio San Sebastián	64	26%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos se considera que el lugar de mayor preferencia para ubicar la cafetería en la ciudad de Macará es en el Barrio Velas Ybarra con 39%, mientras que el 35% prefieren en el Barrio Central y el 26% en el Barrio San Sebastián dándonos un 100%. Esta pregunta nos da a conocer lo importante que es la localización para implementar nuestro negocio y así mismo satisfacer las carencias de la ciudadanía en general.

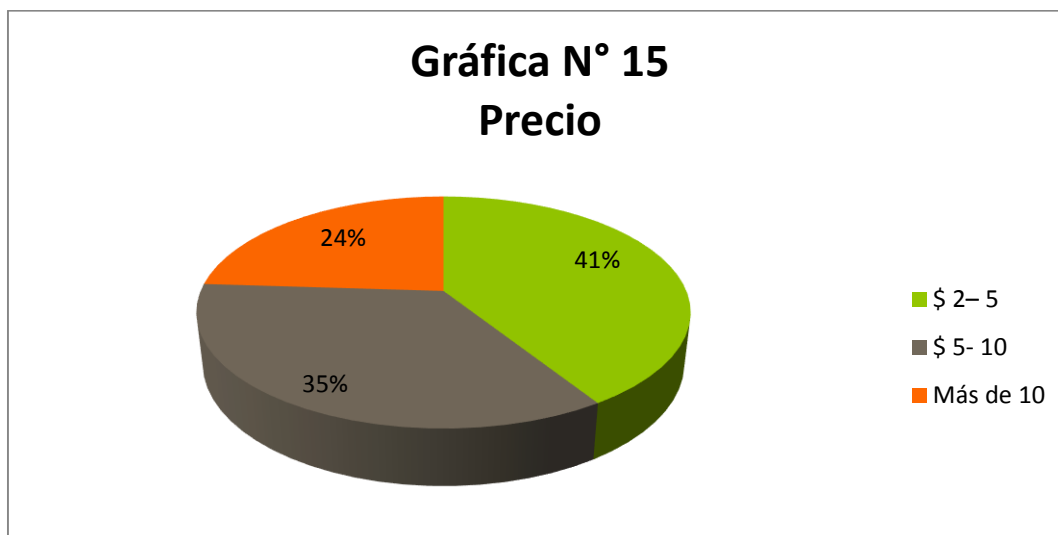
13. ¿Cuál es el precio que suele gastar por cada persona en una cafetería?

CUADRO N°15

PRECIO				
VARIABLE	FRECUENCIA	Xm	(Xm)(f)	PORCENTAJE
\$ 2– 5	101	4,5	456	41%
\$ 5- 10	87	10	866	35%
Más de 10	59	18	1039	24%
TOTAL	247		2361	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Precio promedio: } X_m = \frac{\sum(X_m)(f)}{n} = \frac{2361}{247} = \$ 9,56$$

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con respecto al precio, las personas encuestadas nos comentaron que gastan en una cafetería de \$ 2 a 5 dólares con porcentaje del 41%, mientras que el 35% nos dijeron que gastan de \$ 5 a 10 dólares y el 24% gastan más de 10 dólares. Y a través de la media aritmética se determinó que el precio promedio es \$ 9,56. Siendo nuestro objetivo satisfacer a la ciudadanía en general, acorde a sus necesidades y su bienestar económico.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Con la realización del estudio de mercado se pudo determinar la oferta y la demanda, para poder recopilar la información necesaria se hizo uso de las técnicas investigativas, el presente estudio tiene como finalidad conocer claramente las preferencias y gustos del consumidor para así satisfacer sus necesidades y deseos.

SERVICIO PRINCIPAL.

CAFETERÍA “COFFEE HOME”.

La empresa se dedicará a brindar el servicio de cafetería de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores de la Ciudad de Macará y su área de influencia.

El servicio que se ofrecerá, resulta de un largo proceso de investigación de mercado, que permitió conocer el porcentaje de la Población incluyendo el porcentaje de turistas que visitan a nuestra ciudad. La empresa ofrece a la clientela una variedad de productos que podrán ser degustados a cualquier hora del día independientemente de la variedad del tiempo, ya que se ofrecerá bebidas frías y calientes, así como empandas de verde, humitas, bolones y muchas variedades del servicio que se da en una cafetería.

SERVICIO SECUNDARIO.

En la actualidad en la ciudad de Macará solo hay negocios de restaurantes de la cual brindan variedades de comidas de acuerdo a los gustos y preferencia que necesitan los clientes. En conclusión se puede determinar la inexistencia

de cafeterías en la ciudad, de tal motivo que no cuenta con servicios secundarios.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los sustitutos de este producto lo constituyen los restaurantes, panaderías, Burgers y kioscos de comida rápida de la localidad.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Los productos complementarios del café son los productos de la canasta familiar, de tal manera que se lo puede preparar en diferentes variedades como puede ser en café en leche, leche con chocolate.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El proyecto tiene como objetivo a la población y turistas de la ciudad de Macará segmento meta al que se dirige el servicio. Se preguntó a los clientes que si se implementara una cafetería en la ciudad el 85% de los encuestados contestaron que sí.

Consultamos cuales son las preferencias de los clientes en productos de alimentos y bebidas y contestaron, empanadas de verde, Humitas, café con leche y Capuchinos que son los productos que solicitan más.

CONSUMO PROMEDIO

El consumo promedio es la división de la suma total del consumo de un producto o servicio, es decir número total de productos o servicios consumidos dividido para el total de personas que lo adquieren, como resultado nos da el consumo promedio.

Para determinar el consumo promedio del servicio se hizo de la siguiente manera: se tomó como referencia la información obtenida de las encuestas

aplicadas a la Población y a los turistas pregunta N° 5 ¿Con qué frecuencia asiste usted a una cafetería? Se lo obtiene con la siguiente formula:

$$CP = \frac{\sum TOTAL}{N^{\circ} RESPUESTAS}$$

CUADRO N° 16

CONSUMO PROMEDIO			
VARIABLE	FRECUENCIA (f)	TIEMPO (t)	ANUAL
Diario	44	365	15932,25
Semanal	102	52	5296,2
Quincenal	73	24	1746
Mensual	73	12	873
TOTAL	291		23.847

FUENTE: Preg. 3 (Encuesta demandantes)

ELABORACIÓN: La Autora

Cálculo matemático del servicio promedio por mes:

$$CP = \frac{\sum EXm.f}{n}$$

$$C. Promedio = \frac{23.847}{291} = 81,95 = \mathbf{82 \text{ visitas al mes}}$$

El análisis de la demanda actual, se realiza con el objetivo de determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores o usuarios actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Es decir, determinar la posibilidad de capturar una parte del mercado objetivo y ganar una participación en éste, que nos garantice el éxito de seguir adelante con el proyecto. Además, es útil para establecer si es posible justificar la creación de una nueva empresa o de ampliar la capacidad instalada, para el bien o servicio del proyecto.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.

Para determinar la demanda se debe tomar en cuenta los datos poblacionales proyectados para el 2016.

Demanda Potencial: Los demandantes potenciales están determinados para la Población y ciudad de Macará, Provincia de Loja, que están dispuestas a utilizar el servicio de una CAFETERÍA, en un tiempo y precio determinado.

Para el cálculo de la demanda potencial se considera la población en estudio que es de 9.951 de la población, lo cual nos muestra el 75%.

CUADRO N° 17

DEMANDA POTENCIAL					
NRO.	AÑO	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POETENCIALES	CONSUMO Promedio	DEMANDA POTENCIAL
		0,80%	75%	82 Visitas	
0	2015	13.268	9.951	82	815.982
1	2016	14.329	10.747	82	881.261
2	2017	15.476	11.607	82	951.761
3	2018	16.714	12.535	82	1.027.902
4	2019	18.051	13.538	82	1.110.135
5	2020	19.495	14.621	82	1.198.945

Fuente: Cuadro N° 5

Elaborado: La Autora

Demanda Actual o Real: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consume o se usa en específico en el mercado. Esta nos sirve para conocer el número de clientes que está asistiendo a nuestro servicio de cafetería. Al no existir demanda de este servicio, se calcula en base a la demanda potencial.

CUADRO N° 18

DEMANDA REAL					
NRO.	AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES	CONSUMO Promedio	DEMANDA REAL
			75%		
0	2015	9.951	7.463	82	611.987
1	2016	10.747	8.060	82	660.945
2	2017	11.607	8.705	82	713.821
3	2018	12.535	9.402	82	770.927
4	2019	13.538	10.154	82	832.601
5	2020	14.621	10.966	82	899.209

Fuente: Cuadro N° 6
Elaborado: La Autora

Demanda Efectiva: Para determinar la demanda efectiva de la cafetería se basa de la demanda real, con los resultados de la pregunta N°7, para saber la aceptación de la nueva empresa en el mercado, cuadro N° 8 con el porcentaje del 66% de aceptación.

CUADRO N° 19

DEMANDA EFECTIVA					
NRO.	AÑO	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS	CONSUMO Promedio	DEMANDA EFECTIVA
			85%		
0	2015	7.463	6.344	82	520.189
1	2016	8.060	6.851	82	561.804
2	2017	8.705	7.399	82	606.748
3	2018	9.402	7.991	82	655.288
4	2019	10.154	8.631	82	707.711
5	2020	10.966	9.321	82	764.328

Fuente: Cuadro N° 7-8
Elaborado: La Autora

CUADRO RESUMEN DE LAS DEMANDAS.

CUADRO N° 20

RESUMEN DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDAS						
NRO	AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS	CONSUMO Promedio	DEMANDA ESPERADA (# de clientes)
		75%	75%	85%	82 Visitas	
0	2015	9.951	7.463	6.344	82	520.189
1	2016	10.747	8.060	6.851	82	561.804
2	2017	11.607	8.705	7.399	82	606.748
3	2018	12.535	9.402	7.991	82	655.288
4	2019	13.538	10.154	8.631	82	707.711
5	2020	14.621	10.966	9.321	82	764.328

Fuente: Cuadro 17, 18,19 demandas.

Elaborado: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta constituye la cantidad de bienes y servicios que los fabricantes están dispuestos a vender en un mercado determinado, dependiendo de los precios, de la competencia y de la capacidad de la producción.

En cuanto a los ofertantes, no se ha realizado entrevistas o encuestas por la inexistencia de negocios que presten los servicios de Cafeterías.

Por tal razón no existe competencia alguna frente a la futura empresa, siendo esto una ventaja competitiva en el mercado local al querer lanzar al mercado un nuevo servicio de calidad. La ventaja competitiva de nuestro proyecto es lo que hace posible la existencia, diferenciación y crecimiento del negocio, porque es, innovadora, costosa, y presenta varias barreras de entrada. En resumen, la ventaja competitiva estará dada por: Una buena ubicación, gran valor con bajo precio, marketing, servicio al cliente, uso de tecnologías, producto único, personal capacitado. En la ciudad de Macará actualmente no cuenta con

negocios que brinden este tipo de servicio de cafeterías. Por tal razón la oferta es igual a cero.

BALANCE DEMANDA-OFERTA

El análisis de la oferta y la demanda nos permite determinar la demanda insatisfecha. Se llama demanda insatisfecha aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado de su totalidad, dicho de otro modo, existe de manda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Demanda Insatisfecha: Se la calcula restando la oferta existente en el mercado, de la demanda del proyecto, a continuación se muestra la operación:

CUADRO N° 21

BALANCE OFERTA- DEMANDA				
NRO	AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	2015	520.189	0	520.189
1	2016	561.804	0	561.804
2	2017	606.748	0	606.748
3	2018	655.288	0	655.288
4	2019	707.711	0	707.711
5	2020	764.328	0	764.328

Elaborado: La Autora

Fuente: Demanda Efectiva- Oferta igual cero

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

El plan de comercialización sirve para definir las estrategias de introducirse al mercado a la nueva empresa, en este se describe el tipo de servicio, el precio, la seguridad, la eficiencia y calidad de la empresa. Es muy importante que el servicio tenga un slogan que lo identifique y le asegure el posicionamiento en la mente de los consumidores y la ciudadanía en general.

EL SERVICIO

El proyecto precisa en una cafetería y está destinado a satisfacer el paladar de nuestra gente que reside en Macará al igual que los turistas que visitan nuestra ciudad. Este servicio se determinó en función a la encuesta que se realizó, así mismo deja como principal conclusión la preferencia de las personas en acudir a este tipo de servicios porque les brindamos confianza para relajarse, platicar y convivir con sus familiares y amigos.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Cafés.

Los cafés que servimos a nuestros clientes son elaborados con una de las mejores marcas de café del Ecuador, elaborado en las tierras altas Loja es el café Galleti, posee características superiores en sabor y aroma, es por esto que lo hemos escogido para nuestros cafés.

El café es molido en nuestro establecimiento y preparado con nuestra máquina cafetera, con la que calentamos la leche y sacamos la espuma para la decoración de los diferentes tipos de cafés. Y los productos que ofrecerá la cafetería Coffee Home son:

- Capuchino
- Mocachino
- Café con Leche
- Café Americano
- Café Espresso
- Café Bombón

Bebidas Calientes.

Dentro de las bebidas calientes que ofrecemos es en infusión de hierbas aromáticas como el:

- Té de manzanilla

- Té de cedrón
- Té de Hierba luisa,
- Y te de horchata

También ofrecemos el chocolate que es elaborado con cocoa, leche y decorado con la espuma de la leche y la canela.

Bebidas Frías.

Para las bebidas frías utilizamos fruta natural, que hace los jugos más saludables y nutritivos, por lo que nuestros clientes prefieren un jugo concentrado de fruta a los preparados de pulpa como son:

- Jugo de Mora
- Jugo de Frutilla
- Jugo de Naranja
- Jugo de Tomate de Árbol
- Batidos de Mora
- Batidos de Piña
- Batidos de Tomate de Árbol
- Batidos de Frutilla

También tenemos gaseosas, agua con gas y sin gas para aquellos clientes que prefieren consumir estos productos.

Aperitivos de Sal.

Dentro de los aperitivos de Sal que ofrece la Cafetería Coffee Home son:

- Empanadas de Verde
- Quesadilla
- Empanadas de Viento
- Tostada de Jamón
- Bolones de Chicharrón
- Tostada de Queso
- Tamal de pollo o chancho

- Tigrillo
- Humitas
- Mote Pillo
- Quimbolitos
- sanduche
- Pan de sal
- Pan de yuca

NOMBRE DE LA MARCA.

La marca de la cafetería será **“COFFEE HOME CÍA. LTDA.”**. Este nombre se lo da por la ubicación de la empresa que es en el Barrio Velasco Ybarra de la ciudad de Macará con la finalidad de ser diferenciada con los demás negocios de restaurantes que existen en la ciudad.



LOGOTIPO: Es un elemento indispensable y de mayor importancia en la conformación de la imagen corporativa, de la empresa. El logotipo de la empresa es la siguiente:



COFFEE HOME

“Tan Rico como lo haces en casa”

SLOGAN: Resalta las características que diferencian al servicio de los restaurantes que existen en la ciudad de Macará. Es una frase fácil de recordar, que resalta la calidad y la confianza del servicio a nuestros clientes.

POLÍTICAS DEL SERVICIO.

- Ofrecer servicio en el que haya rapidez, eficacia, honradez y confiabilidad
- Atención personalizada
- Buenas instalaciones físicas, y presentación del personal que transmiten imágenes del servicio de calidad a los clientes.

DECORACIÓN.

La decoración será muy modificada es por eso que la Cafetería tendrá una combinación de estilos: clásico y moderno dando un aspecto de calor de hogar, con mucha iluminación, con mesas y sillas cómodas y modernas, se ofrecerá una decoración adecuada dependiendo las necesidades de los clientes.

PRECIO

El precio es uno de los elementos más importantes dentro de la mezcla de mercado, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, más aun cuando se intenta ingresar un servicio nuevo al mercado local.

Para establecer los precios de venta se ha tomado en cuenta el análisis de costos, hemos revisado precios que tienen los negocios de cafeterías en la ciudad de Loja, que ofrece aperitivos como son Tamales, Humitas, Quimbolitos entre otros.

PROMOCIÓN

El promocionar o dar a conocer el servicio es para estimular la demanda mediante la publicidad, ventas personales y otras formas de promoción y mantener una calidad estable y adecuada.

Nuestra de cafetería va ofrecer que en los días de menor concurrencia: por la compra de 2 cafés más aperitivo el cliente tendrá opción a llevar gratis cualquiera de los siguientes productos: humitas, tamales, y empanadas de verde.

PUBLICIDAD.

Es una forma pagada de comunicación impersonal de los productos o servicios de una organización, se transmite a una audiencia seleccionada de personas. Se utiliza para dar a conocer sus productos o servicios, entre los medios masivos para transmitir la publicidad:

La publicidad que se aplicará es mediante folletos entregados en los distintos mercados, restaurantes, supermercados en el cual se dé a conocer la cafetería.

La implementación de una página web que permita interactuar con los clientes, con la información del servicio de cafetería, envío de pedidos y proformas, etc.

➤ **Estrategias de Publicidad**

Las estrategias de marketing y ventas se basan en desarrollar una clara identificación de la cafetería y su mercado meta para esto designar un presupuesto. La publicidad será dirigida directamente al consumidor, ya que se debe concentrar los pocos recursos para dirigirlo al mercado objetivo informando sobre los productos, de una manera efectiva creando así una imagen de prestigio sobre la calidad de la cafetería tales como:

- **LETRERO LUMINOSO.**- El cartel o letrero luminoso es aquel que se ilumina en la oscuridad por una serie de tubos de neón colocados dentro de una carcasa plástica. Dicho soporte traslúcido reproduce en varios colores el logotipo, la marca y otros mensajes gracias a la luz interior. Colocaremos este letrero con el fin de que a nuestros clientes se les haga más fácil de memorizar y recordar nuestro servicio de cafetería.
- También se utilizará una excelente **CARTA DE PRESENTACIÓN** o menú de los productos con sus respectivos precios.

- El **UNIFORME DEL PERSONAL** a utilizarse, estará acorde con el puesto que cada cual desempeña.

Se difundirá la existencia de la nueva cafetería a través de **SPOTS RADIALES** en las emisoras de mayor difusión de la localidad. Para el proyecto de nuestro servicio se trabajará con una estación de radio, la misma que dará a conocer la información en mensajes breves aparecidos en los espacios diseñados a la publicidad del programa o a los bloques entre programas.

La estación de radio seleccionada para el anuncio de la Cafetería es:

- **Radio 99.7 Estéreo Macará FM** es una estación radial que se transmite desde la ciudad, las 24 horas del día.

PLAZA.

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas las actividades de la empresa que ponen el producto o servicio a disposición del mercado objetivo.

Según la población encuestada, desea que la nueva cafetería este ubicada en el barrio Velasco Ybarra, la cual está a la entrada a la ciudad y frente al colegio Técnico. Los canales de comercialización que la empresa va a utilizar, son proveedores a clientes por cuanto este llevara el servicio directamente al consumidor y se lo presenta a continuación:



ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se realizara un análisis del sector para seleccionar la mejor ubicación del proyecto y tamaño del proyecto, así como también un estudio para la utilización y aprovechamiento óptimo de los materiales para el funcionamiento de la Cafetería y su respectivo Diseño Organizacional.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Se refiere al tamaño total de la planta, es decir con recursos humanos y materiales que se estiman en la producción.

TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de la planta o la capacidad instalada lo sacamos en función de número de sillas y mesas, en la cafetería será de 5 mesas, con capacidad de 4 personas y 5 mesas con capacidad de 2 personas cada una, dando un total de 30 personas, en promedio cada persona estará en la cafetería una hora.

CAPACIDAD INSTALADA DEL SERVICIO.

La capacidad instalada es la actividad máxima de producción posible de alcanzar con recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada.

Por lo tanto la capacidad del proyecto es:

Se considera la capacidad de la planta en este caso se tiene 30 silla, por lo cual se atenderá a 30 personas, se considera las 8 horas laborables por ser una empresa en la que trabaja la mano de hombre mas no las maquinas.

Cuadro N° 22

Calculo de la capacidad Instalada

PERSONAS POR DIA	HORAS DIARIAS	TOTAL DE PERSONAS POR DÍA	DÍAS DEL AÑO	SERVICIO ANUAL
30	8	720	365	262.800

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

Para poder determinar la cantidad anual de las personas diariamente atendidas, las 720 personas por día se las multiplica por los 365 días del año, lo que da como resultado la capacidad instalada que es el 100%.

Esta capacidad constituye el rendimiento o el nivel máximo que la empresa contara al trabajar los materiales, equipos y recurso humano el cual trabajara al 100%. Correspondiendo en si a la capacidad máxima disponible permanentemente de la empresa.

Cuadro N° 23

Participación de Mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada	% Participación de Mercado
1	520.189	262.800	51
2	561.804	262.800	47
3	606.748	262.800	43
4	655.288	262.800	40
5	707.711	262.800	37

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

En la capacidad utilizada se tomará en consideración el componente tecnológico y la capacidad que se va a ofertar para cubrir la demanda insatisfecha, se consideró los siguientes aspectos:

- La empresa laborará 8 horas diarias.
- Se trabajará de lunes a viernes.

Para determinar la capacidad utilizada se multiplicó los 5 días que se laborará por las 52 semanas del año: 6x52 semanas que da como resultado 260 días laborables.

CUADRO N° 24

CAPACIDAD UTILIZADA			
HORAS DIARIAS	DÍAS LABORABLES	TOTAL DE SILLAS	SERVICIO ANUAL
8	260	30	62.400

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

A continuación se presenta un cuadro resumen del tamaño de la planta:

Cuadro N° 25

RESUMEN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA				
NRO.	AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	%
1	2016	262800	62400	24%
2	2017	262800	74880	28%
3	2018	262800	89856	34%
4	2019	262800	107827	41%
5	2020	262800	129393	49%

FUENTE: Cuadros 26-27

ELABORACIÓN: La Autora

El porcentaje de la capacidad utilizada es de 24% en el primer año y llegando al quinto año con un porcentaje del 49%.

a. CAPACIDAD FINANCIERA.

Para la realización del proyecto es importante destinar la asignación de los recursos de manera adecuada, por lo cual el financiamiento del proyecto se lo realizará a través de fuentes propias, es decir, a las aportaciones de los inversionistas sean en efectivo o en activos y fuentes secundarias, correspondientes a préstamos bancarios de instituciones públicas y privadas, por la cual se buscare las tasas de interés más accesibles del mercado financiero que facilite el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y garantice la ejecución del proyecto, por lo tanto la empresa cuenta con capacidad financiera para llevarse a cabo.

LOCALIZACIÓN.

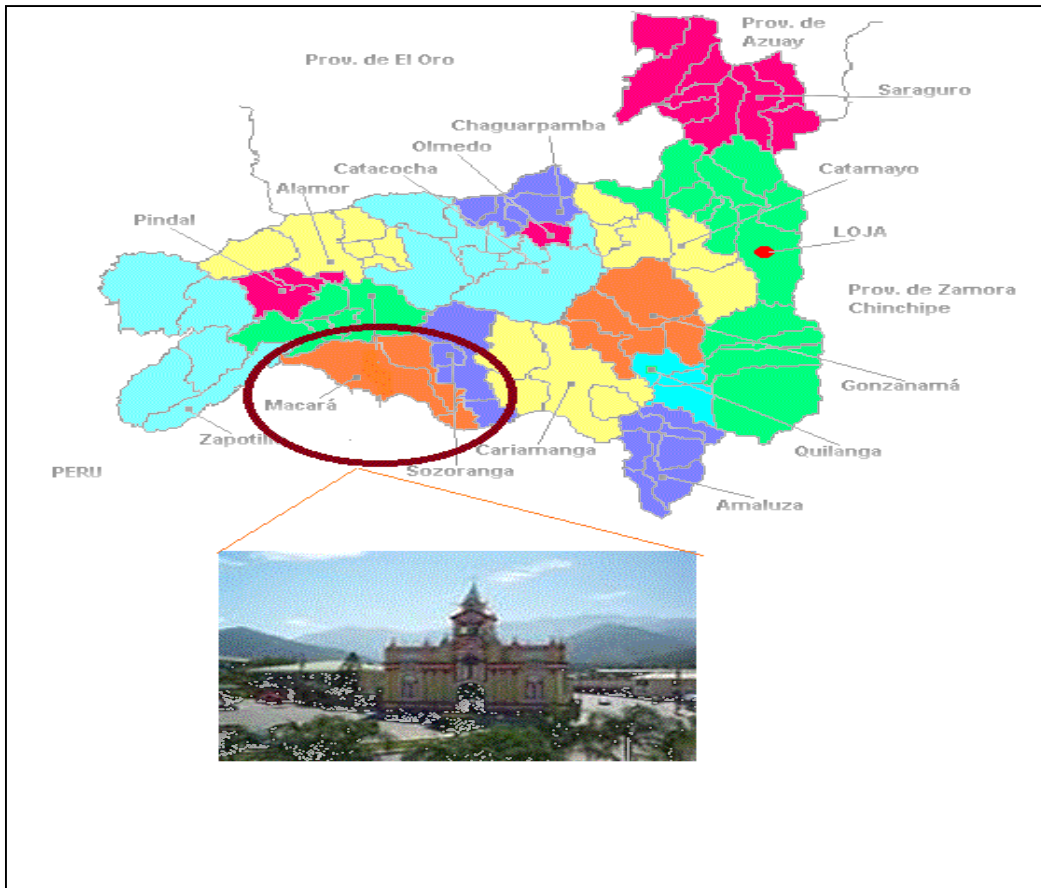
La localización del negocio es parte fundamental e importante, donde será la mejor opción de instalarla y saber si es en ese sitio va generar rentabilidad del mismo. La selección de la localización del proyecto se definió en dos ámbitos: El de la macro localización donde se eligió la zona más atractiva para el proyecto y el micro-localización, que determinó el lugar específico donde se instalará el proyecto.

MACROLOCALIZACIÓN.

La cafetería “**COFFEE HOME CIA LTDA**” se ubicará en la República de Ecuador, ubicada al Noroeste de América del Sur. Está conformado por 24 provincias, una de ellas es la provincia de Loja de la cual está conformada por 16 cantones una de sus cantones es la ciudad de Macará y sus límites son: al Norte, con el cantón Celica; al Sur, con el Perú; al Este, con Sozoranga y al Oeste con Zapotillo.

Gráfico N° 25

PROVINCIA DE LOJA



MICROLOCALIZACIÓN.

La ubicación del negocio es fundamental tener en cuenta para obtener una buena influencia de clientes, en la investigación de campo, la mayoría de los encuestados surgieron mencionar que la nueva cafetería este ubicada en el Barrio Velasco Ibarra, porque es un lugar estratégico para implementar mi proyecto, la cual se encuentra ubicado cerca de instituciones educativas y a entrada de la ciudad donde los estudiantes y visitantes podrán de disfrutar de nuestro servicio.

Gráfico N° 26

BARRIO VELAZCO IBARRA



FACTORES PARA DETERMINAR LA MICROLOCALIZACIÓN

➤ MERCADO

La cercanía al mercado, es un factor que permitirá mantener bajos costos de transporte, fácil accesibilidad para los consumidores y una mejor comunicación con los clientes por la cercanía a ellos. Al ser Macará una zona fronteriza con el vecino país, Perú favorecen el intercambio cultural, comercial e incrementa el turismo de la Ciudad especialmente por el libre paso. Se puede llegar mediante bus, camioneta o vehículo propio.

➤ PROVEEDORES

Para la elaboración de nuestros productos hemos elegido proveedores que tengan mucha experiencia en el mercado, que ofrezcan productos de calidad, y que cumplan con las normas y leyes establecidas y los proveedores que nos ayudaran a distribuir sus servicios son supermercados de la localidad como también de la ciudad de Loja tales como:

Supermaxi. Por su localización nos provee de productos como: Milano de chocolate, maní, leche, artículos desechables, productos para la limpieza, entre otros.

Café Galleti. El café Galleti es un café que ya tiene algunos años de experiencia en el mercado ofreciendo productos de alta calidad, su café es criado, elaborado y producido en el las tierras altas del Ecuador con tecnología Italiana.

Trabajan directamente con la Asociación de Artesanos El Colmenar localizada en la ciudad de Loja. El café es cosechado a mano y cuidadosamente seleccionado, se lo seca al sol hasta que tenga el nivel de humedad apropiado, se seleccionan los granos que no tengan la calidad que se necesita y son desechados para que no afecten el producto, luego se lo almacena en un lugar seco, frío y con ventilación en sacos hasta que se los lleva a tostar en la planta ubicada en la Mitad del Mundo y finalmente se empaca el café para la venta.

Coca Cola. La Coca Cola es una compañía dedicada a la comercialización y distribución de bebidas no alcohólicas, empleando una red de socios embotelladores para elaborar más de 400 marcas de bebidas. Nos distribuirá colas, gatorade, entre otras bebidas.

PROVEEDORES DE LA LOCALIDAD.

Comercial Ortiz.- Esta ubicado en la localidad, el cual me distribuirá todas las frutas y verduras que se necesitan para las ensaladas y jugos que servimos. Y también algunos productos de primera necesidad.

Senagua.- Dirigir la gestión integral de los recursos hídricos en todo el territorio nacional a través de políticas, normas, control y gestión desconcentrada para generar una eficiente administración del uso y aprovechamiento del agua. Esta empresa nos distribuirá aguas naturales.

Y nuestra empresa **COFFEE HOME** Ofrecerá toda la variedad de productos aperitivos como empanadas, tamales, humitas y quimbolitos entre otros.

➤ **SERVICIOS BÁSICOS.**

Como se mencionaba anteriormente que la ubicación de la cafetería es en una zona frecuentada de la ciudad de Macará en la cual está dotada de todos los servicios básicos como son: luz eléctrica agua potable, telefonía y disponibilidad para la adecuación de otros servicios como son internet televisión satelital.

➤ **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

Una vez que se ha determinado el tamaño y localización de la planta, es necesario realizar un estudio técnico del proceso del servicio, se trata de dimensionar que materias primas intervienen en el mismo, la mano de obra necesaria, los insumos indirectos y principalmente la definición de la maquinaria y equipo.

Además es necesario diseñar la infraestructura física, distribución de los equipos en la planta, proceso del servicio, diseño el menú y el flujo grama de procesos.

➤ **COMPONENTE TECNOLÓGICO**

La tecnología que se utilizará, está representada por la maquinaria y equipo requeridos para brindar el servicio de cafetería, su descripción a continuación.

Gráfico N° 27

COCINA INDUNCCIÓN

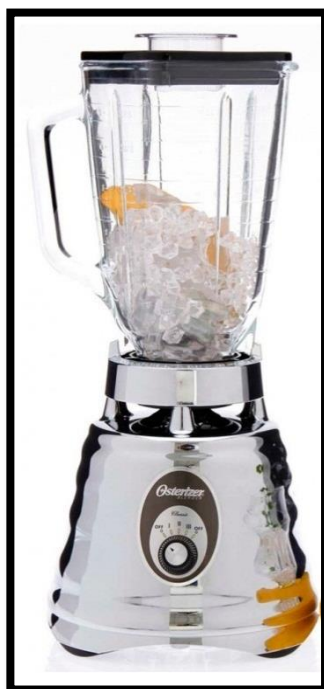


Cuadro No. 26		FICHA TÉCNICA	
Característica General:	Cocina de Inducción electrolux 4 Inductores, 24 Pulgadas, Grill Eléctrico, Timer mecánico, Full Booster, Sensores Inteligentes, Blanco		
Código	100047303		
Marca	Electrolux		
Modelo	Andalucia		
Inductores	4		
Voltaje	220V		
Potencia	6800-8240 w potencia		
Temporizador	Sí		
Bloqueo infantil	Sí		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Touch Control • Vidrio vitrocerámico • Temporizador • Sensor de recipiente/Bloqueo para niños • Cuatro Inductores(4 booster) <p>Características del Horno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resistencia: Horno1400/ Grill 1200w • Luz en el interior/ Parrilla autodeslizable • Doble Vidrio templado • Timer mecánico 		
Inductores	<ul style="list-style-type: none"> • 3 inductores de 14,5 cm • 1 inductor de 21 cm 		
Ancho	60 cm		
Alto	94 cm		
Profundidad	58 cm		
Precio	\$ 704.00		

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

**Gráfico N°28
LICUADORA**



Cuadro No. 27 FICHA TÉCNICA	
Característica General:	Licuadora Cromada Oster 4655 Clásica 3 velocidades, 1.25 litros, Sistema All-Metal Drive.
Potencia	600W
Material de jarra	Vidrio refractario
Velocidades	3 velocidades
Tipo de controles	Perilla
Otros	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño clásico • Estructura corpulenta • Sistema totalmente metálico All Metal Drive • Cuchilla pica hielo • Tapa de vinyl
Capacidad	1.25 litros
Color	Cromado
Precio	\$ 129.00

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

Gráfico N° 29
CAFETERA



Cuadro No. 28 FICHA TÉCNICA	
Característica General	Cafetera Oster BVSTEM6601S-013, Color Silver
Marca	Oster
Código:	100047684
Modelo	BVSTEM6601S-013
Color	Silver
Capacidad	300ml.
Voltaje	110v
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Bomba italiana de 15 bares de presión. -Tanque de reserva de leche fresca de 300ml. -Fácil de limpiar. -Se puede guardar en el refrigerador. -Selección de bebidas automáticas en un solo toque. -Modo manual. -Modo de solo espuma. -Función de limpieza. -Tanque de reserva de agua de 1.5 litros. -Bandeja de goteo removible. -Sistema de termo Block. -Perilla para control de espuma de leche. -Depósito desmontable. -Opciones pre-programadas. -Bandeja ajustable. -2 Filtros -Sistema de filtro abierto. -Voltaje: 1050 Watts.
Precio	\$ 280.00

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

Gráfico N° 30
REFRIGERADORA



Cuadro No. 29		FICHA TÉCNICA	
Característica General	Refrigeradora Durex RDE7170FYJSE0, Capacidad 369 Litros No Frost, 13 Pies, Dispensador de agua, Color Gris		
Marca	Durex		
Código	100036890		
Pies	13		
Modelo	RDE7170FYJSE0		
Capacidad (litros)	369 litros		
Color	Gris		
Gaveta interior para frutas y vegetales	Sí		
Estantes en la puerta	Sí		
Luz Interna	Sí		
Estantes en refrigerador	3 Vidrio templado		
Dispensador de agua	Sí		
Dispensador de hielo	No		
Compartimiento para Huevos	Sí		
Control de Humedad	Sí		
Refrigerador	<ul style="list-style-type: none"> • Dispensador de agua de 2.2 litros (Hidrozone) • Dos parrillas de cristal templado antiderrames en el refrigerador • Bandeja transparente para frutas y vegetales con cristal templado • Una bandeja para carnes “gourmet” en el refrigerador • Cinco anaqueles de gran capacidad en la contrapuerta • Control de temperatura individual • Anaqueles de gran capacidad • Estantes de cristal templado resistentes (hasta 25 kg) • Estantes anti-derrame 		
Congelador	<ul style="list-style-type: none"> • Hielo express en el congelador • Amplio congelador • Una parrilla de alambón en el congelador • 2 anaqueles en la puerta • Control de temperatura individual 		
Alto	179 cm		
Ancho	66 cm		
Profundidad	65 cm		
Precio	\$ 987.00		

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

Gráfico N° 31
VITRINA



Cuadro No. 30 FICHA TÉCNICA	
Característica General	Vitrina Indurama Arian VFV-520
Marca	Indurama
Código	100034785-1L
Pies	13 pies
Capacidad	374 ltrs
Color	Blanco
Ahorrador de energía	No
Otros	<ul style="list-style-type: none"> • Control de temperatura • Iluminación Led en la puerta • Parrillas evaporadas • Triple vidrio panorámico • Desempañador • Luz Interior
Precio	\$ 1200.00

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

**Gráfico N° 32
TOSTADORA**

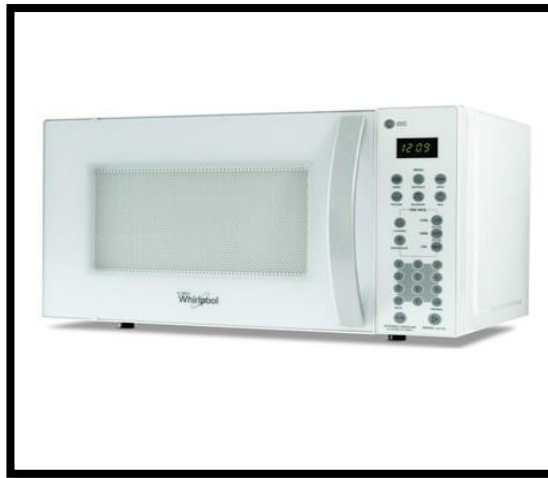


Cuadro No. 31 FICHA TÉCNICA	
Característica General	Tostadora Oster 6544, Potencia 750W, 2 Panes, 7 Niveles de Tostado, Color Blanco.
Marca	Oster
Código:	100045866
Modelo	6544-013
Potencia	750 Watts
Color	Blanco
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Tostado parejo y consistente • 7 niveles de tostado • Paredes laterales frías al tacto • Bandeja para migas removible • Botón para cancelar función • Ranuras anchas para todo tipo de pan • Para 2 rebanadas
Precio	\$ 45.00

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

**Gráfico N° 33
MICROONDA**



Cuadro No. 32		FICHA TÉCNICA	
Característica General	Microonda Whirlpool S11WMS07ZWTS ! Color blanco capacidad 20 litros		
Marca	Whirlpool		
Código:	100032439		
Color	Blanco		
Precio	\$ 149.00		

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

**Gráfico N° 34
MOLINO ELÉCTRICO**



Cuadro No. 33	FICHA TÉCNICA
Característica General	<ul style="list-style-type: none"> • Potencia de motor 175 w/1640 rpm. • Producción 3.5 - 4.5 kg./hr. • Voltaje 110 Vac • Capacidad De Molienda 9kg/hr • Capacidad café molida de. 2 kg • Alto: 63.5 cm. • Ancho: 21 cm. • Profundidad: 36.5 cm.
Marca	Bellini
Código:	100028385
Color	Blanco
Precio	\$ 1100.00

FUENTE: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

ELABORACIÓN: Pág. Web COMANDATO

ANÁLISIS DE COSTOS.

TIPO : CAFÉ

NOMBR: CAPUCHINO



ALIMENTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Leche	ml	130	0,0049	0,64
Café	gr	60	0,005	0,30
Canela	gr	5	0,002	0,02
			Costo Unitario =	0,96

TIPO : CAFÉ

NOMBRE: MOCACHINO



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Leche		ml	130	0,0015	0,20
Café		gr	60	0,006	0,36
Chocolate	Jarabe de Chocolate	ml	15	0,0035	0,05
Chocolate	en Polvo	gr	5	0,0031	0,02
				Costo Unitario	0,63

TIPO : CAFÉ

NOMBRE: ESPRESSO



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Café	-	ml	75	0,010	0,75
				Costo Unitario	0,75

TIPO : CAFÉ

NOMBRE: CON LECHE O LATEE



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Leche	-	ml	130	0,0015	0,20
Café	-	gr	60	0,006	0,36
				Costo Unitario	0,56

TIPO : CAFÉ

NOMBRE: CON AGUA O AMERICANO



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Café	-	ml	60	0,0051	0,31
Agua	-	ml (u)	250	0,0000	0,00
				Costo Unitario	0,31

TIPO : CAFÉ

NOMBRE: BOMBÓN



ALIMENTOS	OBSERV.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Leche	-	ml	250	0,0025	0,63
Café	-	gr	60	0,0050	0,30
Leche Condensada	-	ml	30	0,0050	0,15
				Costo Unitario	1,08

TIPO : INFUSIÓN

NOMBRE: INFUSIÓN AROMÁTICA



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Agua	-	ml	250	0,0000	0,00
Sobre	-	und	1	0,025	0,25
				Costo Unitario	0,25

TIPO : CHOCOLATE

NOMBRE: CHOCOLATE



ALIMENTOS	OBSERV.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Leche	-	ml	250	0,0008	0,20
Chocolate	-	gr	30	0,0039	0,12
Canela	-	gr	5	0,0050	0,03
				Costo Unitario	0,35

TIPO : EMPANADA

NOMBRE: EMPANADAS DE VERDE



ALIMENTOS	OBSERV.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Empanada	-	und	1	0,8000	0,80
Zanahoria	-	gr	15	0,0055	0,08
Vinagreta	-	ml	5	0,0070	0,04
Perejil	-	gr	5	0,0060	0,03
				Costo Unitario	0,95

TIPO : EMPANADA

NOMBRE: EMPANADAS DE QUESO



ALIMENTOS	OBSERV.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Empanada	-	und	1	0,1000	0,10
Queso	-	gr	250	0,00018	0,05
Huevo	-	gr	15	0,0035	0,04
Levadura	-	gr	5	0,0020	0,01
				Costo Unitario	0,20

TIPO : BOLÓN

NOMBRE: BOLÓN DE CHICHARRÓN



ALIMENTOS	OBSERV.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Bolón	-	und	1	0,9000	0,90
Zanahoria	-	gr	15	0,0042	0,06
Vinagreta	-	ml	5	0,0060	0,03
Perejil	-	gr	5	0,0060	0,03
				Costo Unitario	1,02

TIPO : QUIMBOLITO

NOMBRE: QUIMBOLITO



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Quimbolito	-	und	1	0,70	0,70
				Costo Unitario	0,70

TIPO : HUMITA

NOMBRE: HUMITA



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Humita	-	und	1	0,31	0,31
				Costo Unitario	0,31

TIPO : TAMAL

NOMBRE: TAMAL DE POLLO O DE CHANCHO



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Tamal	-	und	1	0,65	0,65
				Costo Unitario	0,65

TIPO : QUESADILLAS

NOMBRE: QUESADILLAS DE POLLO



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Quesadillas	-	und	1	0,95	0,95
				Costo Unitario	0,95

TIPO : PAN

NOMBRE: PAN DE SAL



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Pan de Sal	-	und	1	0,15	0,15
				Costo Unitario	0,15

TIPO : TOSTADA

NOMBRE: TOSTADA DE QUESO



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Tostada de Queso	-	und	1	0,32	0,32
				Costo Unitario	0,32

TIPO : TOSTADA

NOMBRE: TOSTADA MIXTO



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Tostada de Queso Y Jamón	-	und	1	0,50	0,50
				Costo Unitario	0,50

TIPO : TIGRILLO

NOMBRE: TIGRILLO



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Tigrillo	-	und	1	1,00	1,00
				Costo Unitario	1,00

TIPO : MOTE

NOMBRE: MOTE PILLO



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Mote Pillo	-	und	1	0,95	0,95
				Costo Unitario	0,95

TIPO : PAN

NOMBRE: PAN DE YUCA



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Pan de Yuca	-	und	1	0,15	0,15
				Costo Unitario	0,15

TIPO : SANDUCHES

NOMBRE: SANDUCHES



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Sanduches	-	und	1	0,50	0,50
				Costo Unitario	0,50

TIPO : JUGO

NOMBRE: JUGO DE MORA



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Mora	-	gr	60	0,0065	0,39
Azúcar	-	gr	30	0,0045	0,14
				Costo Unitario	0,53

TIPO : JUGO

NOMBRE: JUGO DE FRUTILLA



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Frutilla	-	gr	60	0,0065	0,39
Azúcar	-	gr	30	0,0045	0,14
				Costo Unitario	0,53

TIPO : JUGO

NOMBRE: JUGO DE NARANJILLA



ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Naranjilla	Tamizada	und	4	0,1000	0,40
Azúcar	-	gr	20	0,0065	0,13
				Costo Unitario	0,53

TIPO : JUGO

NOMBRE: JUGO DE TOMATE DE ÁRBOL



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Tomate de árbol	Tamizada	und	2	0,2000	0,40
Azúcar	-	gr	20	0,0065	0,13
				Costo Unitario	0,53

TIPO : BATIDOS

NOMBRE: BATIDO DE MORA



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Mora	Tamizada	500 gr	4	0,1000	0,40
leche		650 ml	1	0,1500	0,15
Azúcar	-	gr	20	0,0113	0,23
				Costo Unitario	0,78

TIPO : BATIDOS

NOMBRE: BATIDOS DE PIÑA



ALIMENTOS	OBSERVA.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND USO	COSTO TOTAL
Piña	Tamizada	und	1	0,4500	0,45
Yogures	Sabor a piña	gr	4	0,0400	0,16
naranjas		und	4	0,0350	0,14
miel		(cucharadas)	4	0,0084	0,03
hielo	-	gr	150	0,0009	0,13
				Costo Unitario	0,91

INFRAESTRUCTURA FISICA DE LA PLANTA

La infraestructura es la base material que determina la estructura adecuada para la cafetería Coffee Home la cual se arrendara.

La cafetería “**COFFEE HOME CIA. LTDA**”, estará ubicada en la propiedad del Señor Johe Astudillo posee una dimensión de 300 m² Distribuidos en las siguientes áreas:

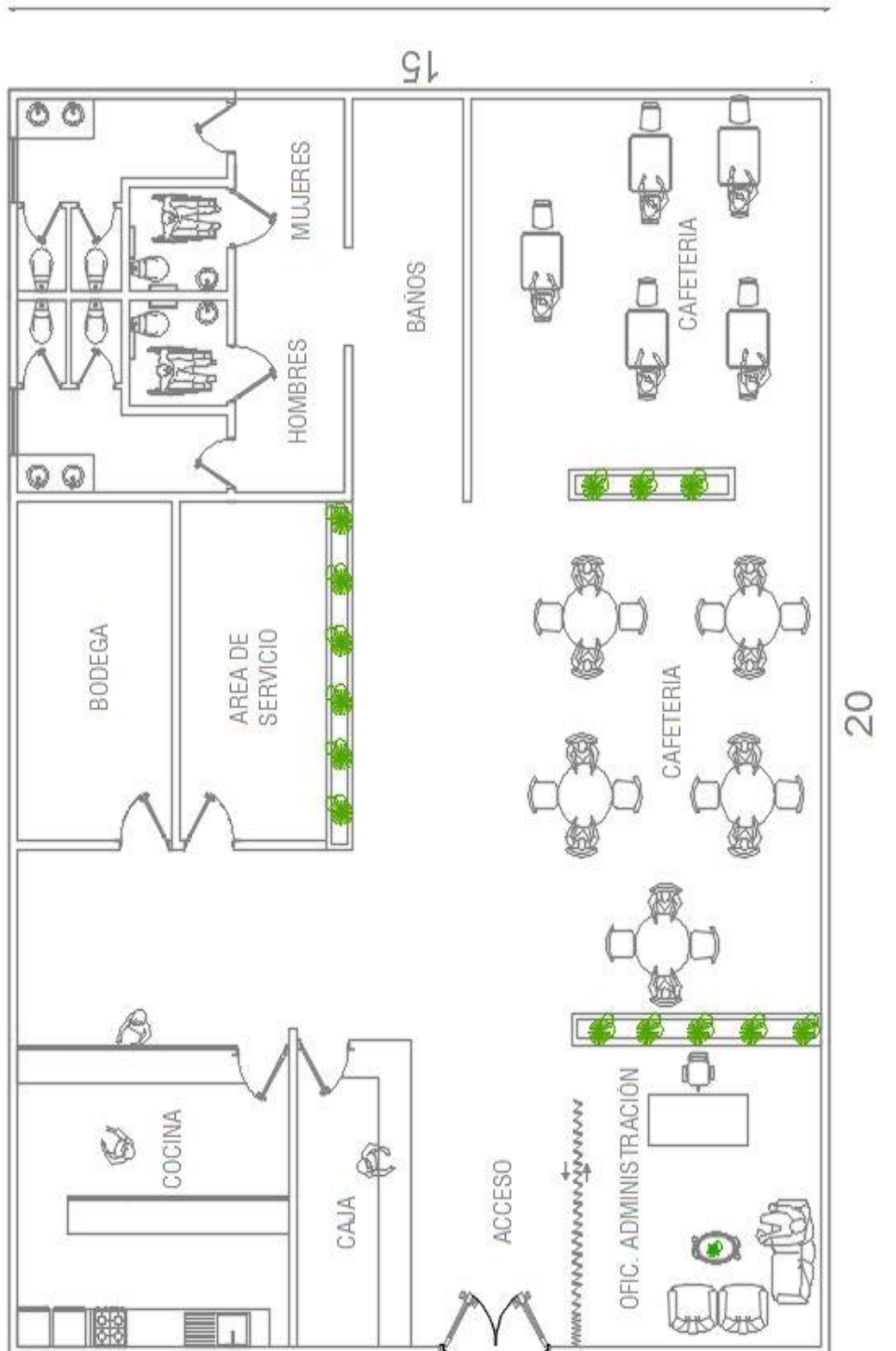
- Entrada
- Baños
- Cocina
- Cafetería
- Bodega
- Área de Servicio
- Oficina de Administración

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para el presente proyecto de factibilidad se ha considerado la distribución de “**COFFE HOME**”, en distintas áreas destinadas a cada sección, es la más idónea y adecuada para satisfacción del cliente. Además brinda las condiciones ergonómicas para los trabajadores y las situaciones óptimas de trabajo haciendo más económico la operación del servicio.

En el siguiente gráfico se muestra la distribución de las instalaciones que la empresa debe tomar en cuenta para su implementación:

Gráfico N° 35



PROCESO PRODUCTIVO.

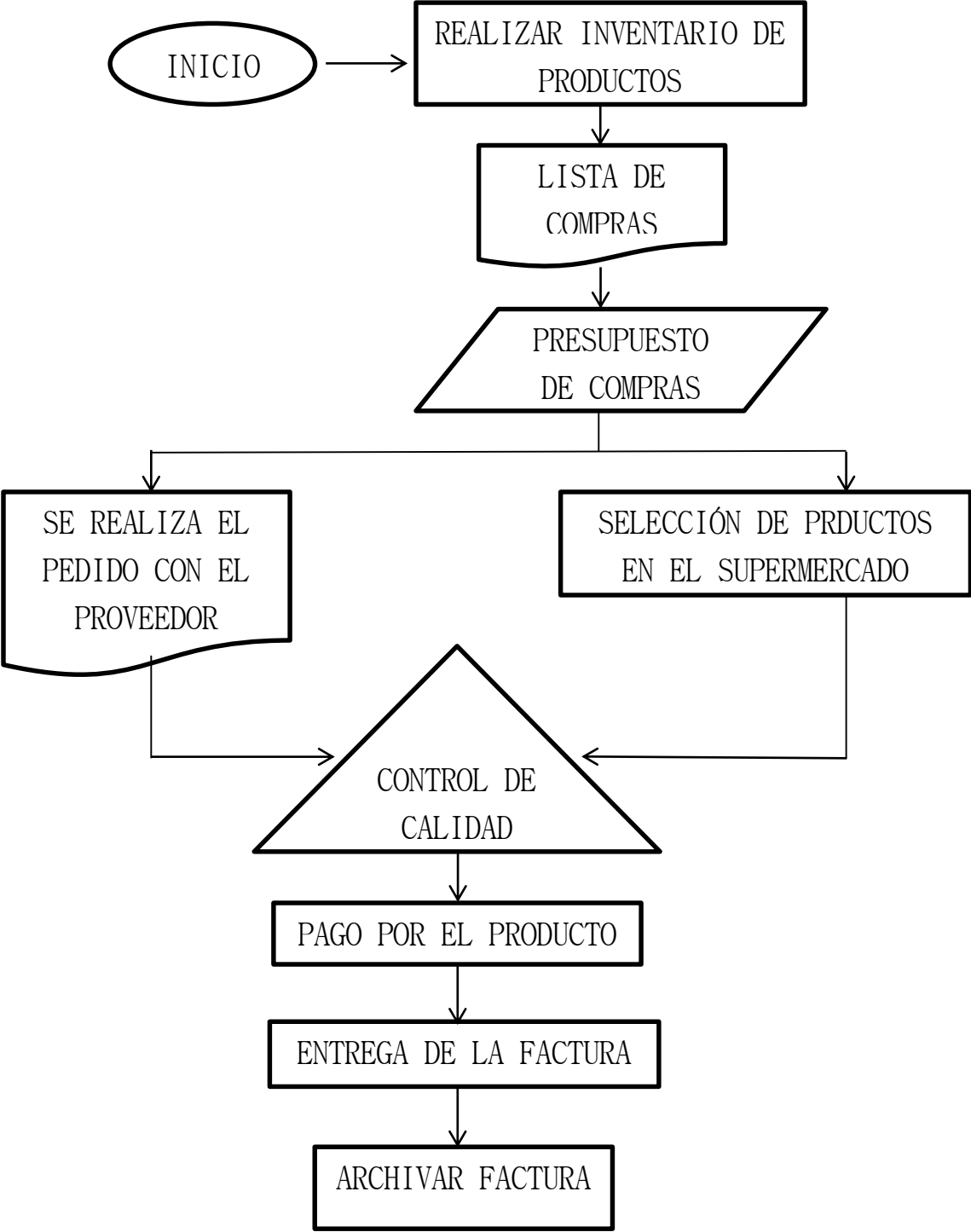
El proceso productivo es de gran trascendencia dentro de la ejecución del proyecto, ya que el mismo permite describir técnica y sistemáticamente los métodos y secuencias de operaciones que se deben considerar para cumplir con los requerimientos y necesidades de los clientes que favorezcan para brindar un servicio de calidad. Entre los procesos que se toma en cuenta en la cafetería son:

PROCESO DE COMPRAS.

En todas las compras que se realizan en la *Cafetería Coffee Home* aplicamos la teoría del justo a tiempo esta filosofía se la ha aplicado en grandes empresas y les ha permitido ofrecer un mejor servicio a sus clientes optimizando los recursos y minimizando los porcentajes de desperdicio.

Es por esto que aplicamos este método en nuestro trabajo de esta forma podemos tener la cantidad de productos que se requieran en el día brindando de esta forma a nuestros clientes un producto fresco y más sano, y también nos permite minimizar los costos de merma y de productos que son dados de baja.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE COMPRAS



DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Proceso de entrada del cliente

- **Entrada del cliente:** se recibe al cliente de una manera atenta y cordial para que el cliente se sienta a gusto
- **Manejo al lugar de ubicación:** El mesero conduce al cliente a la mesa que el cliente desee estar más cómodo.
- **Entrega de la carta:** se entrega la carta al cliente dándole a conocer los requisitos bebidas de café y aperitivos que ofrece la cafetería.
- **Toma de pedido:** Después de haber esperado que el cliente decida qué es lo que va a consumir, el mesero toma la orden.

Proceso del pedido en la cocina

- **El mesero entrega el pedido al cocinero:** la mesera entrega la orden con el pedido que el cliente desea al cocinero.
- **El cocinero elabora las picaditas:** El cocinero receipta la orden revisa el pedido e inmediatamente elabora las picaditas que el cliente hay pedido
- **Entrega el pedido al mesero:** el cocinero realiza la entrega del pedido al mesero para que este le entrega al cliente.
- **El mesero realiza la entrega del pedido:** el mesero muy gentil mente entrega el pedido al cliente y debe preguntar si el cliente se siente conforme con el pedido realizado.

Proceso de Facturación

- **Proceso de facturación de la cuenta:** La cajera realiza la factura del consumo realizado por los clientes.
- **Entrega de factura al cliente:** la cajera se encarga de entregar la factura al cliente
- **El cliente Cancela la cuenta:** la cajera se hace a cargo de realizar el cobro respectivo del consumo del cliente.
- **Salida del cliente:** se lo despide al cliente de un amenera atenta.

DISEÑO DEL PRODUCTO.

El desarrollo y la introducción de nuevos productos que valoren los clientes es un importante factor para la prosperidad y crecimiento de una organización.

En la cafetería Coffee Home se basó en las características más preferentes que el consumidor desea adquirir. A continuación se presenta el diseño del Menú.

CAFETERÍA COFFEE HOME

CAFÉS

Coffee HOME

	1. Capuchinos	\$ 1,50
	2. Mocachino	\$ 1,00
	3. Café latte	\$ 0,90
	4. Café Americano	\$ 0,50
	5. Café expresso	\$ 1,20
	6. Café bombón	\$ 1,70

BEBIDAS CALIENTES

	1. Infusión de Aguas Aromáticas	\$ 0,40
	2. Chocolates	\$ 0,50



BEBIDAS FRÍAS



- | | |
|----------------------------------|---------|
| 1. Jugo de Mora | \$ 0,85 |
| 2. Jugo de Fresa | \$ 0,85 |
| 3. Jugo de Naranja | \$ 0,85 |
| 4. Jugo de Tomate de árbol | \$ 0,85 |
| 5. Gaseosa | \$ 0,75 |
| 6. Aguas con gas y sin gas | \$ 0,50 |

BATIDOS

- | | |
|-------------------------------------|---------|
| 1. Batido de Mora | \$ 1,25 |
| 2. Batidos Piña | \$ 1,45 |
| 3. Batidos de Frutilla | \$ 1,25 |
| 4. Batidos de Tomate de árbol | \$ 1,45 |



APERITIVOS DE SAL



1. Empanadas de verde \$ 1,50



2. Empanadas de queso \$ 0,30



3. Bolón de chicharrón \$ 1,60



4. Quimbolitos \$ 1,00



5. Humitas \$ 0,50



6. Tamales \$ 1,00



7. Quesadillas de Pollo \$ 1,50



8. Pan de Sal \$ 0,20



9. Tostada de Queso \$ 0,50



10. Tostada Mixta \$ 0,80



11. Tigrillo \$ 1,60


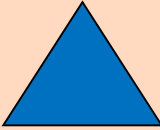

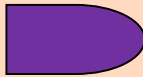
12. Mote Pillo \$ 1,50

13. Pan de Yuca \$ 0,20

14. Sandwiches \$ 0,80



SIMBOLOGÍA



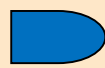

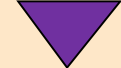


SIMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	OPERACIÓN	Se produce o se realiza algo.
	TRANSPORTE	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación.
	ALMACENAMIENTO	EL producto es guardado y será trasladado previa autorización.
	INSPECCIÓN	Representa la ejecución de una o más actividades o procedimientos.
	ESPERA	Cuando se requiere la ejecución de una actividad anterior, o que debe esperar a ser realizado.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

El Flujo grama constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades que consta el proceso operativo.

CUADRO N. 30

PROCESO/TIEMPO – SERVICIO DE CAFETERÍA “COFFEE HOME”

DESCRIPCION		TIEMPO (Minutos)	SIMBOLO					
								
	Atender al Cliente	5						
	Entrega de la carta al Cliente	3						
PROCESO DE SERVICIO	La mesera reserva el pedido.	15						
	Espera	5						
	Preparación del pedido	15						
	Control de calidad	5						
	Servicio de la cafetería al cliente	5						
	Cuenta total del consumo	3						
	Se recoge la mesa y se hace la limpieza del área	4						
TOTAL	60 m							

DISEÑO ORGANIZACIONAL

Este componente se propone aportar elementos de juicio necesario para decidir qué tipo de organización legal, si es que requiere, se debe constituir y cuál debe ser su estructura organizacional para la implementación del proyecto.

La empresa es una unidad económica que, mediante la combinación de los factores de la producción, actúan como un elemento dinámico en la fabricación, rotación / compra-venta) o prestación de servicios con el objetivo de obtener un beneficio económico social.

La cafetería Coffee Home pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la ciudad de Macará.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizacional se representa a través de organigramas que son la representación de la estructura orgánica de cómo funciona la empresa y cada una de sus áreas, en donde se muestran las relaciones que se guardan entre sí los órganos que la componen.

La estructura organizacional que se utiliza en el presente proyecto, se ha utilizado en base a la tipología lineal.

Relación lineal. Es aquella en la que la transmisión de la autoridad y la responsabilidad son correlativas a través de una sola línea, establece una relación de subordinación entre las diferentes unidades que aparecen en el organigrama. Los organigramas que se presentan en la estructura organizacional de la empresa proporcionan:

- Imagen formal de la empresa
- Fuente de consulta oficial de cómo está integrada la empresa
- Las relaciones jerárquicas que existe dentro de la empresa

BASE LEGAL

en lo referente a la base legal de la empresa nos permite identificar las exigencias, normas y reglamentos que condicionaran el funcionamiento del centro de terapia física para mujeres embarazadas, y la vez ayudara a la organización a tomar acciones anticipadas, con la finalidad de obtener ventaja competitiva en el mercado.

a) CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

- * La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince.
- * Por las obligaciones sociales los socios responden hasta por el monto individual de sus aportes. (Responsabilidad limitada).
- * El capital estará dividido en participaciones de un dólar, o múltiplos de dólar.
- * Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. (Apertura de cuenta de integración de capital como mínimo USD 200,00).
- * El capital no podrá estar representado por títulos negociables, a cada socio se entrega un certificado de aportación, en el que constará necesariamente su carácter de no negociable.
- * La transferencia de las participaciones requiere el consentimiento unánime del capital social y que la sesión se haga por escritura pública;
- * Cada participación (pagada en su totalidad o no) dará al socio derecho a un voto;
- * Las participaciones no son susceptibles de embargo.
- * La escritura pública de formación será aprobada por la Superintendencia de Compañías;
- * Están sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías. La vigilancia y control puede ser total o parcial.

Ventajas:

Estos puntos que caracterizan a este tipo de compañía, se pueden tomar como ventajas, ya que la mayoría de las empresas adquieren esta personería Jurídica por la limitación de los socios y la responsabilidad del capital.

Desventajas:

- * Si la compañía, requiere aumentar el número de socios (más de 15 socios), se deberá transformar en otra clase de compañía o liquidarse.
- * El capital está dividido en participaciones no negociables.

Para la constitución de dicha empresa, se tendrá que considerar y cumplir con el marco legal, normas y procedimientos prescritos por la Ley de la Superintendencia de Compañías, para crear sociedades. Adicionalmente, como va a ser servicio de cafetería, debe contar con todos los permisos municipales de funcionamiento, además de los permisos otorgados por el Ministerio de Salud Pública.

b) RAZÓN SOCIAL

Teniendo en cuenta que la razón social no pueda coincidir con alguna otra sociedad inscrita en la Superintendencia de Compañías, el nombre bajo la cual la empresa pondrá sus servicios a consideración del mercado será:

“CAFETERÍA COFFE HOME CIA.LTDA”

c) OBJETO

“CAFETERÍA COFFE HOME CIA.LTDA”, El objetivo principal es ofrecer un lugar donde se puede dar a conocer nuestro servicio de cafetería a nivel local, y al mismo tiempo crear un modelo de cafetería que le proporcionará la “fachada”, donde se puede lucir con un lugar diferente y distinguido.

d) NACIONALIDAD

La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por lo tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que elaboren en la misma.

e) CAPITAL SOCIAL

Las aportaciones para constituir el capital de la empresa, puede ser numéricos, el mismo que se depositara el 61% de la inversión será el aporte de la socia, y el 39% restantes se realizara préstamo Bancario en un plazo determinado.

f) DURACIÓN

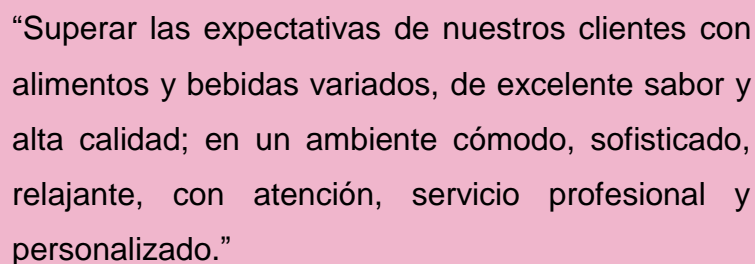
El plazo por el cual se constituye la compañía es de 5 años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el registro mercantil y autorizado por la superintendencia de compañías, plazo que se podrá ser ampliado y restringido, procedimiento en la forma que determine la ley de compañías y estos estatutos.

ESTRUCTURA ESTRATÉGICA

■ FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

La cafetería Coffee Home tiene la finalidad de que al ser escuchada o vista por nuestros clientes relacionen un buen servicio en un ambiente de alegría, distracción y respeto, en el que el servicio al cliente se lo realiza con persistencia y disciplina, con atención especial a todos los detalles, marcando de esta manera una gran diferencia con los demás establecimientos. Los valores morales siempre serán nuestra absoluta prioridad, toda la gente será tratada con igualdad, dignidad y honestidad, para llegar a satisfacer sus necesidades, con el fin de obtener beneficios mutuos.

■ MISIÓN



“Superar las expectativas de nuestros clientes con alimentos y bebidas variados, de excelente sabor y alta calidad; en un ambiente cómodo, sofisticado, relajante, con atención, servicio profesional y personalizado.”

■ VISIÓN

“Propender a ofrecer a todos sus clientes una atención eficiente oportuna y ágil, prestando toda la seguridad, comodidad, calidad y precios justos en los productos y servicios adquiridos.”

VALORES Y PRINCIPIOS EMPRESARIALES.

Los valores y principios de la empresa que se debe preservar en ella son los siguientes:

- **Liderazgo óptimo**, se dará cuando la empresa tenga un buen líder, el cual los subordinados lo miren como ejemplo a seguir, en donde todos trabajen por el buen desenvolvimiento de la empresa y el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados.
- **Cooperación**, que nuestros trabajadores se sientan que son parte de la familia y así estén dispuestos a colaborar en el momento que sea necesario sin ninguna objeción.
- **Atención al cliente**, el eje principal para el progreso de la empresa, en base a la calidad del servicio, buen trato desde el momento mismo de la solicitud de información en recepción, dando la información respectiva debe ser clara precisa para cumplir con todas las expectativas del cliente.
- **Con los empleados**, la empresa debe rescatar, mantener y profundizar valores éticos y morales como el respeto mutuo entre los integrantes de la empresa, logrando así solución óptima a los problemas mediante el diálogo y la razón, ya que ellos constituyen la base de nuestro éxito.
- **Con la Institución**, la calidad del servicio será responsabilidad de sus integrantes, ya que el éxito de toda empresa depende de su compromiso con la misma en la realización y desarrollo de todas y cada una de las actividades laborales a desempeñarse.

VALORES MORALES

- ✚ **Disciplina en el trabajo.-** Es necesario lograr que las labores cotidianas en la empresa se las lleve con total orden, serenidad y disciplina con el único afán de sacar adelante a la empresa.
- ✚ **Calidad.-** Hacer bien las cosas, en busca de satisfacer al cliente con servicio de primera calidad.
- ✚ **Respeto.-** Colaborar para la aplicación de los principios éticos y morales.
- ✚ **Integridad.-** Ser congruente entre el pensar, decir y hacer. Servimos con respeto, Integridad y eficiencia, empleando responsabilidades, compromiso y trabajo en equipo.
- ✚ **Ética.-** Esto indica el comportamiento las costumbres y la determinación de la conducta humana llamada moral, en el cual la empresa debe desenvolverse en esto facilitando y apoyando el trabajo en equipo, señalando además el respeto que se debe mantener a las cláusulas acordadas entre las partes contratantes, cualidades que son de preferencia para asegurar a los actuales y potenciales clientes.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL O ADMINISTRATIVA

El estudio Administrativo busca estructurar la organización de la empresa con las funciones de cada puesto.

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la ley de compañías en cuanto a la administración, más los que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

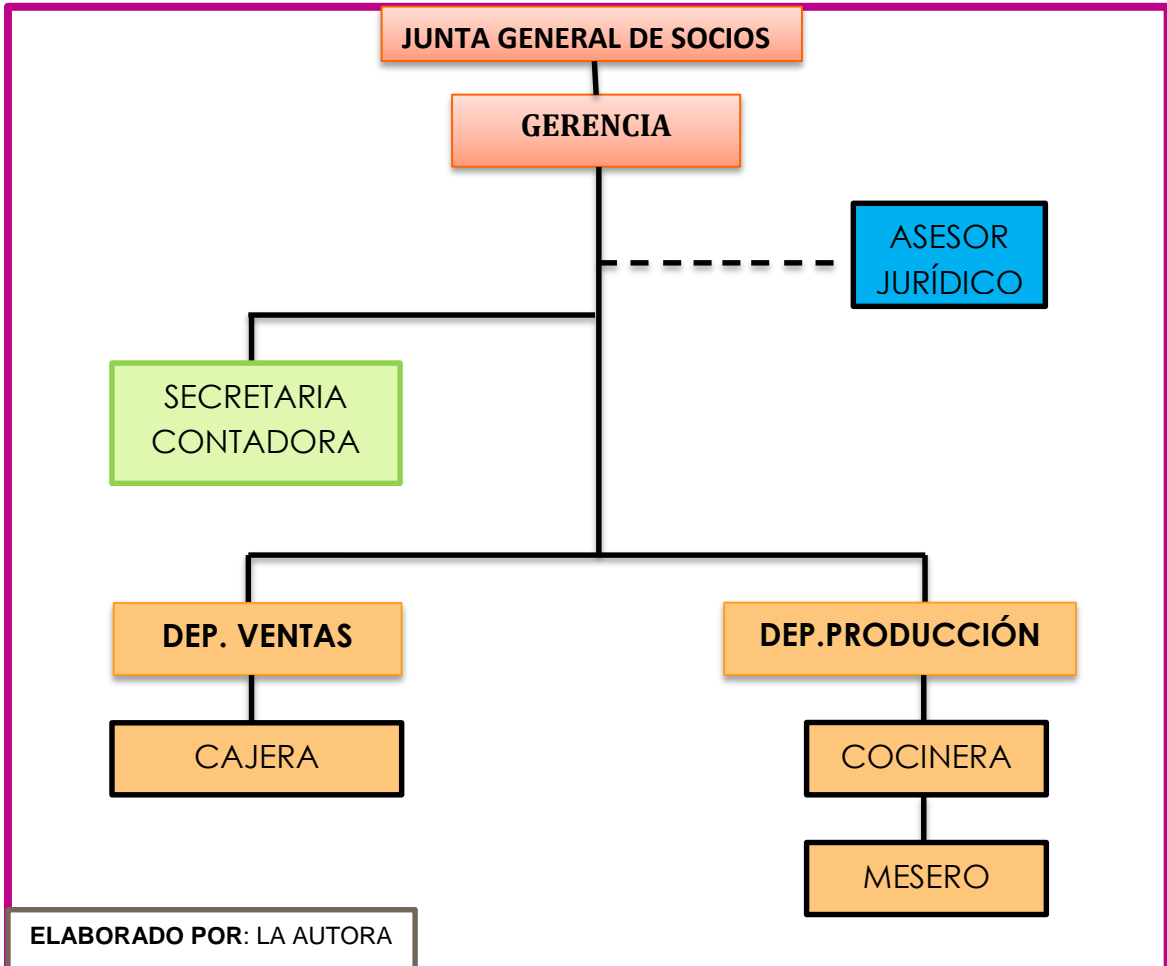
- a) **Nivel Ejecutivo.-** Es el máximo nivel de representación de la empresa, sus decisiones pueden hacer triunfar o fracasar; este nivel lo ocupara un Gerente Propietario.

- b) Nivel Asesor.-** Este nivel está constituido por el representante jurídico quien aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad o empresa a la cual están asesorando. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto, no toma decisiones, no ordena, pues para transformarlos en ordenes, requieren necesariamente decisión de un jefe con mando ejecutivo.
- c) Nivel Auxiliar.-** Consta de una secretaria contadora quien ayudara a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia además llevara la contabilidad de la empresa también consta de un conserje quien se encargara de la limpieza, acceso a las instalaciones y tareas de quien las necesite.
- d) Nivel operativo.-** en este nivel se ubican las personas que tienen relación directa con el servicio al cliente.

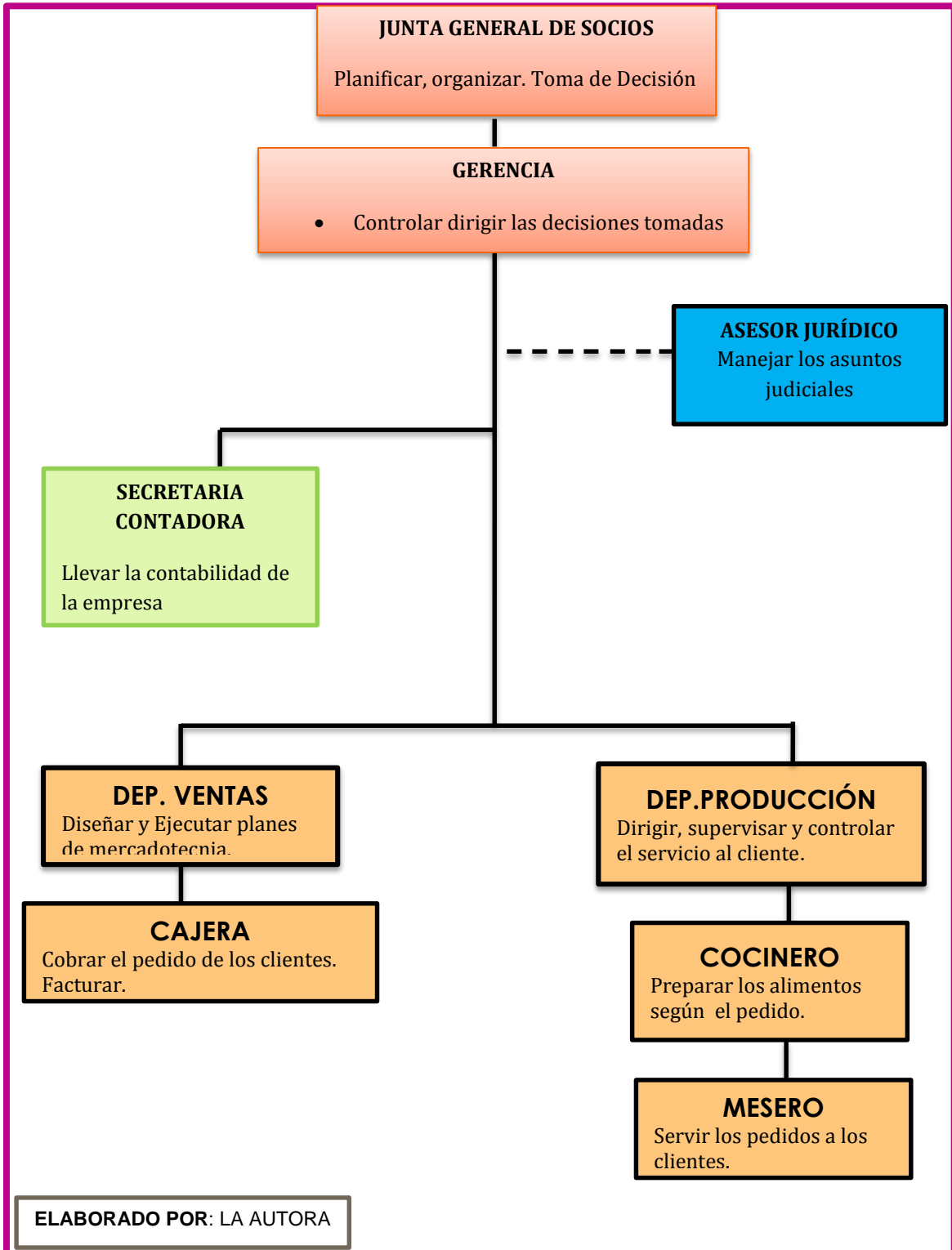
ORGANIGRAMAS.

Permitirá identificar gráficamente como se encuentra estructurado el negocio, de acuerdo a su nivel jerárquico y a sus diferentes áreas de trabajo. La estructura de la organización adoptada es vertical, debido a que la jerarquía suprema se ubica en la parte superior del gráfico, y están unidos por líneas de conexión que representan comunicación y autoridad hacia abajo, las jerarquías inferiores se las ubica de acuerdo a como decrecen en importancia. Para el nuevo negocio de cafetería se determinará los siguientes organigramas por su contenido: estructural, funcional y posicional.

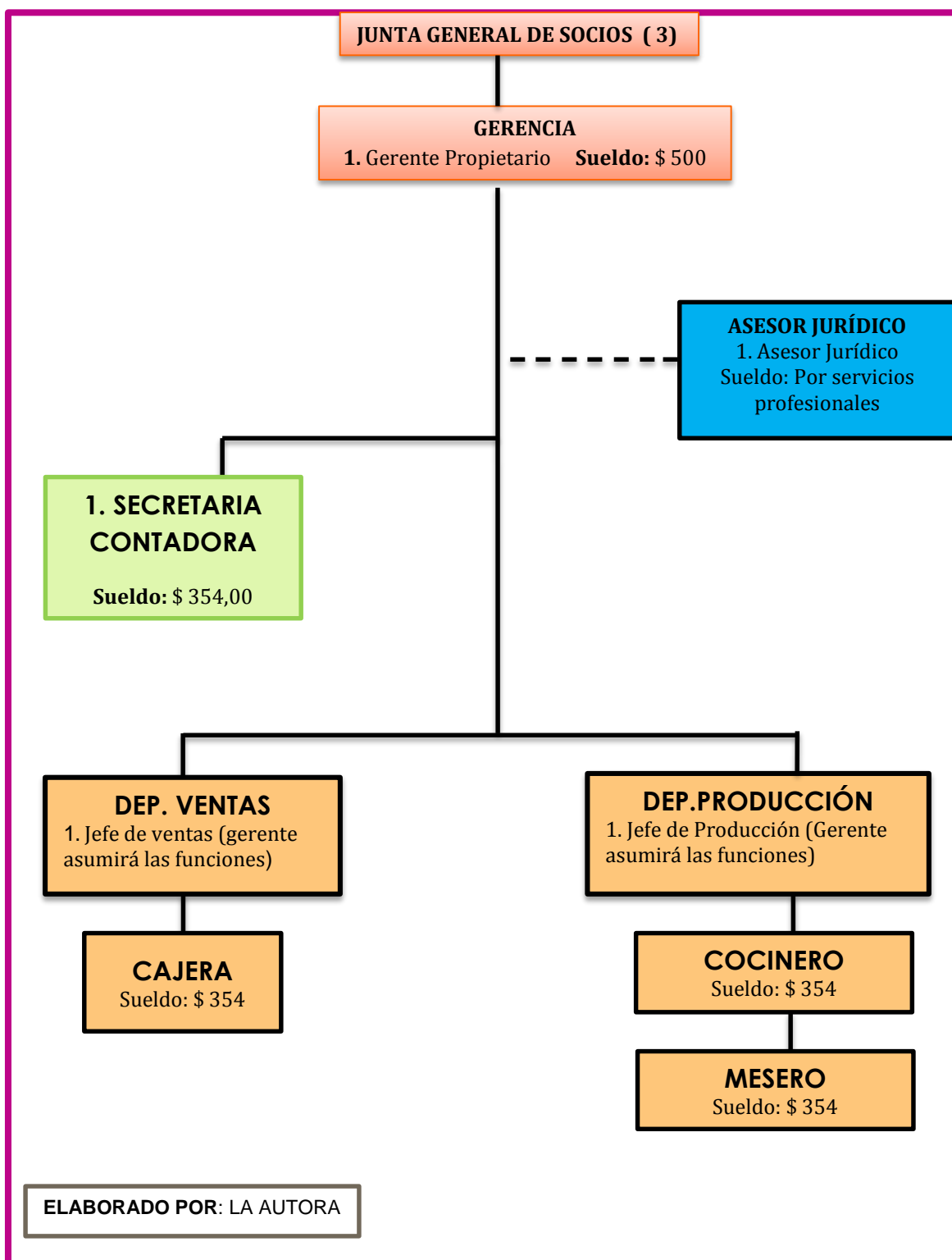
**ORGANIGAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “COFFEE HOME CIA.
LTDA”**



**ORGANIGAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “COFFEE HOME CIA.
LTDA.”**



**ORGANIGAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “COFFEE HOME CIA.
LTDA”**



MANUAL DE FUNCIONES.



CAFETERÍA COFFEE HOME”

CÓDIGO	001	Nivel Ejecutivo	Nº de personas: 1
CARGO	Gerente-Administrador		
SUPERIOR INMEDIATO	NO APLICA	SUPERVISA	TODO EL PERSONAL
PERFIL	Ing. en Área Administrativa		
OBJETIVO	Dirigir y formular la política de la compañía. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de socios. Gestionar, planificar, coordinar poner en marcha y cumplir las actividades generales de la Compañía, en colaboración con sus respectivos Directores. Representar legalmente a la compañía ante otras empresas o Instituciones, en forma judicial y extrajudicial.		
PRESTACIONES LABORALES	Experiencia mínima un año en cargos similares		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Es el representante legal de la empresa • Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. • Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. • Evaluar mensualmente el desempeño de los empleados • Crear un ambiente en que el personal pueda lograr las metas de grupo, con la menor cantidad de: tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles • Elaborar el presupuesto trimestral. • Elaborar un cronograma de capacitaciones de los empleados de acuerdo a la actividad que desempeña. • Pago a los proveedores y al personal. 		



CAFETERÍA COFFEE HOME”

CÓDIGO	002	Nivel Asesor	Nº de personas: 1
CARGO	Asesor Jurídico		
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente	SUPERVISA	No- Aplica
PERFIL	Doctor en Jurisprudencia o Abogado		
OBJETIVO	Representar conjuntamente con el gerente de labores judicial y extrajudicialmente a la empresa.		
PRESTACIONES LABORALES	Experiencia mínima un año en cargos similares		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Asumir la defensa de la institución y de sus servidores en asuntos oficiales. • Legalizar los documentos para contratar personal. • Asesorar en materia legal a funcionarios, directivos y ejecutivos. • Participar en sesiones de junta de accionistas. • Elaborar, estudiar contratos y proyectos de reforma a la ley, reglamentos, decretos, acuerdos y resoluciones. 		



CAFETERÍA COFFEE HOME''

CÓDIGO	003	Nivel Operativo	Nº de personas: 1
CARGO	Contador		
SUPERIOR INMEDIATO	GERENTE	SUPERVISA	No- Aplica
PERFIL	Licenciado (a) en Contabilidad y Auditoria		
OBJETIVO	Supervisar, controlar, vigilar al personal de contabilidad para que cumplan sus tareas correctamente. Diseñar e implementar recuperación de cartera, brindar una atención de calidad y fidelización al cliente.		
PRESTACIONES LABORALES	Experiencia mínima un año en cargos similares		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y Supervisar las actividades del Departamento de finanzas. • Diseñar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad de la empresa. • Análisis de datos financieros, de manera que puedan utilizarse en el posicionamiento óptimo o de la empresa. • Atender situaciones especiales de los clientes en el área de finanzas. • Revisar los informes de cierre de caja diarios • Distribución de utilidades. • Realizar y enviar recibos de pago a la institución que lo solicite. • Realizar funciones de atención al cliente; que implica orientarlo al respectivo departamento y/o proporcionarle información sobre los servicios que ofrece la empresa. • Apoyar a la jefatura de ventas en Marketing para la fidelización del cliente. 		



CAFETERÍA COFFEE HOME

CÓDIGO	004	Nivel Operativo	Nº de personas: 1
CARGO	Cajera		
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente	SUPERVISA	Mesero
PERFIL	Bachiller o egresada en área administrativa		
OBJETIVO	Procesar todas las operaciones según lo establecen las Normas Operativas correspondientes al área de Caja, las Normas sobre Seguridad de la Información y las Directivas que se publiquen.		
PRESTACIONES LABORALES	Experiencia mínima un año en cargos similares		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio y cierre de caja • Cobrar la cuenta a los clientes • Hacer la entrega del dinero y el reporte diario de lo recaudado al gerente-administrador. • Cuidar de no dar la clave asignada a ninguna persona, ya que las operaciones realizadas será responsabilidad únicamente del dueño de la clave. • Vela porque los procesos y procedimientos establecidos para las operaciones sistematizadas de caja, se ejecuten de acuerdo a las instrucciones, e indicaciones establecidas para tal fin. • Realiza y entrega diariamente el cuadro de caja a su jefe inmediato, conjuntamente con el dinero, y demás relaciones que soporten el movimiento diario. • Revisar y verificar la existencia de disponibilidad de dinero en la caja, para ofrecer un buen servicio a los clientes. • Comunica a su jefe inmediato los problemas de orden interno y externo que se presenten y atenten contra el desempeño eficiente de labores del cargo. • Realiza otras labores relacionadas al cargo solicitadas por su inmediato superior. 		



CAFETERÍA COFFEE HOME”

CÓDIGO	005	Nivel Operativo	Nº de personas: 1
CARGO	Mesero		
SUPERIOR INMEDIATO	Cajera	SUPERVISA	No- Aplica
PERFIL	Técnico profesional en mesa		
OBJETIVO	Brindar una distinguida atención a los clientes.		
PRESTACIONES LABORALES	Experiencia mínima un año en cargos similares		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Servir los pedidos a los clientes. • Limpiar, lavar e higienizar utensilios y equipos • Recepción y despedida de los clientes. • Almacenar y organizar utensilios. • Cuidar de la seguridad alimentaria. • Apoyar en los inventarios de utensilios. • Cuidar el área de trabajo. • Cuidar de la presentación personal. • Apoyar a todo el equipo. • Dejar limpio todo el local para el inicio de la nueva jornada del siguiente día. 		



CAFETERÍA COFFEE HOME”

CÓDIGO	006	Nivel Operativo	Nº de personas: 1
CARGO	Cocinero (a)		
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente	SUPERVISA	No- Aplica
PERFIL	Cocinera (o)		
OBJETIVO	Preparar los alimentos con calidad e higiene y de buen gusto para la satisfacción del paladar de los clientes.		
PRESTACIONES LABORALES	Experiencia en comidas típicas de Macará, bocaditos de sal y dulce y bebidas frías y calientes y manipulación de alimentos.		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y controlar la cocina en compañía del propietario. • Elaborar menú o carta diariamente según los pedidos de los clientes. • Preparación de alimentos y bebidas. • Mantener la cocina en perfecto orden. • Realizar sus labores en forma ordenada e higiénica. • Dejar limpio todo el sector de la cocina, al terminar su jornada de trabajo. 		

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales del negocio.

El objetivo de este capítulo es evaluar el desempeño financiero y operacional de la empresa, ayudando así a los administradores, inversionistas y acreedores a tomar decisiones.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Una vez conocido los diversos requerimientos para el proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros, considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

INVERSIONES

Para el presente proyecto, y para que la empresa cuente con las condiciones adecuadas se requiere de los siguientes activos: activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos constituyen aquellos bienes permanentes exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas. Dentro de los activos fijos se encuentran los activos fijos tangibles los que a su vez pueden ser depreciables, no depreciables y agotables

La cuantificación de los montos de los bienes tangibles del proyecto, se respaldan en los correspondientes presupuestos parciales.

Maquinaria y Equipo: Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el mantenimiento, proceso de transformación. Se detalla a continuación:

Cuadro Nº 34

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
COCINA INDUCCIÓN ELECTROLUX	1	\$ 704,00	\$ 704,00
LICUADORA OSTER	1	\$ 129,00	\$ 129,00
CAFETERA EXPRESSO OSTER	2	\$ 280,00	\$ 560,00
REFRIGERADORA ELECTROLUX	1	\$ 987,00	\$ 987,00
MICROONDA WHIRLPOOL	2	\$ 149,00	\$ 298,00
VITRINA REFRIGERADORA	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
MOLINO	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
TOSTADORA ELECTROLUX	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Total			\$ 5.068,00

Fuente: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

Elaboración: La Autora

Utensilios: Para ciertos procesos, además de maquinaria y equipos, es necesario utilizar herramientas que ayuden a la correcta realización del proceso de producción de los productos a ofrecer, entre estos son:

Cuadro Nº 35

HERRAMIENTAS				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unt.	Costo total
JUEGO DE OLLAS TRAMONTINA	Conjunto	2	\$ 62,54	\$ 125,08
SARTÉN TRAMONTINA	Unidad	2	\$ 8,87	\$ 17,74
JUEGOS DE CUBIERTOS	12 Piezas	3	\$ 75,66	\$ 226,98
Bandeja para servir 50x30	Unidad	10	\$ 10,20	\$ 102,00
Cuchillo Cebollero	Unidad	2	\$ 3,60	\$ 7,20
Abrelatas	Unidad	1	\$ 5,80	\$ 5,80
Cucharon mediano	Unidad	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Picador Miracle Chop	Unidad	1	\$ 10,90	\$ 10,90
Jarras expreso	Unidad	30	\$ 1,60	\$ 48,00
Jarros con platillo	32 PZ	10	\$ 1,91	\$ 19,10
Vasos de cristal	Unidad	30	\$ 0,90	\$ 27,00
Jarra para jugos	1 L	10	\$ 4,90	\$ 49,00
Jarro espumante coffee	Unidad	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Cacerola redonda	Unidad	4	\$ 2,95	\$ 11,80
Platos cuadrados	12 PZ	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Vajilla Corella (plato con tazas)	16PZ	2	\$ 79,00	\$ 158,00
Cuchillos Ozter	14 PZ	1	\$ 39,00	\$ 39,00
Tetera cafetera	Unidad	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Salseras	Unidad	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Azucareros cerámica home life	Unidad	10	\$ 11,00	\$ 110,00
Salero	Unidad	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Ensaladeras	Unidad	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Total				\$ 1.366,60

Fuente: Tienda de Electrodomésticos COMANDATO.

Elaboración: La Autora

Equipo de Seguridad y Aseo: Sirven para la seguridad de los empleados, empresa e higiene en la producción, así tenemos:

Cuadro N° 36

Equipo de Seguridad y Aseo			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Extintor	2	\$35,00	\$70,00
Basureros	2	\$15,00	\$30,00
Escobas	4	\$2,75	\$11,00
Recogedor	4	\$3,00	\$12,00
Trapeador	4	\$3,50	\$14,00
TOTAL			\$137,00

Fuente: Local de la Ciudad de Macara

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina: Son los bienes que serán utilizados para labores cotidianas en el área administrativa y operativa.

Cuadro N° 37

EQUIPO DE OFICINA				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Teléfono	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Blok de facturas	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Caja Registradora moderna	Unidad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Rollos para caja registradora	Unidad	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Mini Componente Sony	Unidad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Televisor LG - Plasma 32 pulgadas	Unidad	2	\$ 680,00	\$ 1.360,00
libretas de pedidos	Unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Esferos	Unidad	3	\$ 0,40	\$ 1,20
Total				\$ 4.309,20

Fuente: Centro y Almacenes de la Provincia

Elaboración: La Autora

Equipo de Cómputo: El costo para el equipo de cómputo asciende a \$968,90 cuyo rubro se detalla a continuación:

CUADRO N°38

EQUIPO DE COMPUTO				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora Core I5 de mesa	Unidad	1	\$ 559,00	\$ 559,00
Impresora Epson Lc-4zbu1 12mm	Unidad	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Cartuchos Epson	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Tinta Epson	Unidad	1	\$ 39,90	\$ 39,90
Total				\$ 968,90

FUENTE: Master PC

ELABORACIÓN: La Autora

Muebles y enseres de oficina: Son los muebles que hacen posible la ejecución de actividades en el ámbito administrativo, los mismos que aportarán al desarrollo eficiente y ordenado de la empresa:

Cuadro N° 39

MUEBLES Y ENSERES				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Comedor 3 Piezas	Conjunto	5	\$ 150,00	\$ 750,00
Comedor 5 Piezas	Conjunto	5	\$ 350,00	\$ 1.750,00
Mueble en L para caja	Unidad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Sillas de plástico	Unidad	2	\$ 9,00	\$ 18,00
Sillas de madera	Unidad	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Fregador industrial	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Ventanilla para despachar	Unidad	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Mesón de Trabajo	Unidad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Escritorio	Unidad	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Total				\$ 4.033,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

Resumen de los Activos Fijos

Cuadro N° 40

ACTIVOS	V. TOTAL
Maquinaria Y Equipo	\$ 5.068,00
Utensilios	\$ 1.366,60
Equipo de Oficina	\$ 4.309,20
Equipo de Computo	\$ 968,90
Equipo de Seguridad Y Aseo	\$ 137,00
Muebles y Enseres	\$ 4.033,00
Total	\$ 15.882,70

Elaboración: La Autora

Resumen de Depreciaciones

Cuadro N° 41

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria Y Equipo	\$ 5.068,00	10,00%	\$506,80	10	\$456,12
Utensilios	\$ 1.366,60	10,00%	\$136,66	10	\$122,99
Equipo De Oficina	\$ 4.309,20	10,00%	\$430,92	10	\$387,83
Equipo De Computo	\$ 968,90	33,33%	\$322,93	3	\$215,32
Equipo De Seguridad Y Aseo	\$ 137,00	10,00%	\$13,70	10	\$12,33
Muebles Y Enseres	\$ 4.033,00	10,00%	\$403,30	10	\$362,97
Total			\$1.814,31		\$1.557,56

Elaboración: La Autora

Formula:

$$Vr = Va \frac{100\%}{N^{\circ} \text{ años}}$$

$$Dp = \frac{Va - Vr}{N^{\circ} \text{ años}}$$

Nomenclatura

Vr= Valor Residual; **Va**= Valor Actual; **Dp**= Depreciación del Activo

Inversiones en Activos Diferidos: Son aquellos desembolsos que se deben realizar para operar normalmente y garantizar la estabilidad de la empresa. A continuación se describe esta inversión:

Cuadro N° 42

PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Estudio preliminar	Unidad	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Constitución de la empresa	Unidad	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Permiso de funcionamiento	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL				\$ 930,00

Fuente: Asesoramiento profesional

Elaboración: La Autora

Amortización de activo diferido: Se lo calcula proporcionalmente para los años de vida útil del proyecto, en este caso son 5 años. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 43

Amortización de activo diferido			
Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	\$930,00	\$186,00

Fuente: Cuadro N° 42

Elaboración: La Autora

Inversiones en Activos Circulantes: Es la parte de las inversiones que se destina para resolver los costos de producción y de operación al inicio del funcionamiento del proyecto; es el dinero que se dispone para trabajar y en función del mismo proceder a realizar la rotación de inventarios.

Este capital se lo ha calculado para un mes, puesto que luego de este lapso se generará ingresos por la venta de los productos que la empresa ofrecerá.

Materia Prima Directa: Es el material que se utiliza para la transformación de un producto. Para producir pinchos de mariscos, se requiere de la siguiente materia prima.

Cuadro N° 44

MATERIA PRIMA DIRECTA				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Empanadas de verde de queso	Funda	100	\$ 5,00	\$ 500,00
Empanadas de Queso de viento	Paquete	100	\$ 3,00	\$ 300,00
Empanadas de verde de carne	Funda	80	\$ 2,00	\$ 160,00
Humitas	Funda	100	\$ 8,00	\$ 800,00
Tamales	Funda	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Bolones	Funda	50	\$ 5,00	\$ 250,00
Pan de Yuca	Funda	25	\$ 0,40	\$ 10,00
Mote Pillo	Libra	50	\$ 1,75	\$ 87,50
Gaseosas	Java	100	\$ 0,50	\$ 50,00
cartones y fundas de leche	Litros	50	\$ 0,60	\$ 30,00
Pulpa de fruta	Kg	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Pan	Unidad.	100	\$ 0,12	\$ 12,00
Frutas	Kg	250	\$ 1,00	\$ 250,00
Supan	Paquete	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Huevos	Cubeta	15	\$ 3,60	\$ 54,00
Mantequilla	Kg	10	\$ 2,75	\$ 27,50
Chocolate liquida y en polvo	Kg	50	\$ 3,20	\$ 160,00
Café gourmet(en grano, molido y descafeinado)	Kg	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Sal	Kg	5	\$ 0,60	\$ 3,00
Azucar	Kg	35	\$ 1,00	\$ 35,00
Aceite	Litros	20	\$ 1,80	\$ 36,00
Aceite de oliva	Litros	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Te soluble ricco remix	unidades	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Jarabe extracto ricco frutal	unidades	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Cebolla Blanca	Atado	15	\$ 0,68	\$ 10,20
Cebolla paiteña	Atado	10	\$ 0,60	\$ 6,00
Culantro	Atado	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Harina	Kg	10	\$ 0,35	\$ 3,50
Queso	Kg	60	\$ 2,00	\$ 120,00
Aguas con Gas	Paca	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Aguas sin Gas	Paca	3	\$ 4,80	\$ 14,40
Jugos Procesados	Paca	3	\$ 8,00	\$ 24,00
TOTAL MENSUAL				\$ 3.505,35
TOTAL ANUAL				\$ 42.064,20

Fuente: Proveedores

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa: En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción es decir, aquellos que con su trabajo transforman la materia prima

en producto terminado. La mano de obra directa estará integrada por 1 cocinera y un mesero la primera prepara los platillos y el segundo los sirve.

Cuadro N° 45

Especificaciones	Valor
Sueldo Básico	354,00
Décimo Tercero (S.B./12)	29,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50
Vacaciones (S.B./24)	14,75
Aporte Patronal IEES (12,15%)	43,01
Fondo de Reserva 9,45%	33,45
Total Remuneración (I-E)	504,21
Nº Obreros	2
Total Mensual	1.008,43
TOTAL ANUAL	12.101,14

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: La Autora

Materia Prima Indirecta: Constituyen todos los gastos de materia prima que complementan al producto en forma. Ayudan a perfeccionar el servicio. A continuación se detallan estos rubros:

Cuadro N° 46
Materia Prima Indirecta

MATERIALES INDIRECTOS				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Servilletas	100 Unidades	50	\$ 1,00	\$ 50,00
Sorbetes	100 Unidades	10	\$ 1,00	\$ 10,00
platos y platillos pequeños desechables	100 Unidades	50	\$ 3,00	\$ 150,00
Vasos y Tapas desechables	100 Unidades	50	\$ 3,00	\$ 150,00
TOTAL MENSUAL				\$360,00
TOTAL ANUAL				\$4.320,00

Fuente: Bodegas Distribuidoras

Elaboración: La Autora

Suministros de Producción: Necesarios para llevar a cabo la preparación de los platillos de la cafetería con eficiencia y eficacia:

CUADRO N° 47

SUMINISTROS DE PRODUCCION				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Uniforme Personal	Unidad	\$ 4,00	\$ 30,00	\$ 120,00
Manteles	Unidad	\$ 5,00	\$ 0,50	\$ 2,50
Franelas	Unidad	\$ 2,00	\$ 1,00	\$ 2,00
Delantales	Unidad	\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Mallas cabello	Unidad	\$ 0,25	\$ 10,00	\$ 2,50
TOTAL MENSUAL				\$ 133,00
TOTAL ANUAL				\$ 1.596,00

Fuente: Bodegas Distribuidoras

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Indirecta: Son los Gastos de contratación de empleados que intervienen de forma indirecta en el proceso de producción, la mano de obra indirecta estará a cargo de un jefe de producción (en esta empresa este cargo será reemplazado por el Gerente).

Gas: Este rubro es el combustible para la cocción de los alimentos. Se describe a continuación:

Cuadro N° 48

Gas				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Gas	4	2,50	10,00	120,00
Total			10,00	120,00

Fuente: Distribuidores de gas

Elaboración: La Autora

Servicios Básicos: Son todos los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y el teléfono.

Cuadro N° 49

Servicios Básicos Producción				
Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable m3*	60	\$ 0,19	\$ 11,40	\$ 136,80
Energía eléctrica Kw	370	\$ 0,28	\$ 103,60	\$ 1.243,20
Total			\$ 115,00	\$ 1.380,00

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 50

Servicios Básicos Administración				
Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable m3*	30	\$ 0,19	\$ 5,70	\$ 68,40
Energía eléctrica Kw	245	\$ 0,28	\$ 68,60	\$ 823,20
Teléfono (minutos)	150	\$ 0,17	\$ 25,50	\$ 306,00
Internet	1	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 252,00
Total			\$ 120,80	\$ 1.449,60

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.

Elaboración: La Autora

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso de producción, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N° 51

Sueldos Administrativos

Especificaciones	Gerente	Secretaria-Contadora	Asesor
Sueldo Básico	\$ 700,00	\$ 400,00	
Décimo Tercero (S.B./12)	\$ 58,33	\$ 33,33	
Décimo Cuarto (S.B./12)	\$ 29,50	\$ 29,50	
Vacaciones (S.B./24)	\$ 29,17	\$ 16,67	
Aporte Patronal IEES (12,15%)	\$ 85,05	\$ 48,60	
Fondos de Reserva 9,45%	\$ 66,15	\$ 37,80	
Total Remuneración (I-E)	\$ 968,20	\$ 565,90	\$ 50,00
TOTAL ANUAL	\$ 11.618,40	\$ 6.790,80	\$ 600,00
TOTAL		\$ 19.009,20	

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: La Autora

Nota: El Asesor Jurídico tiene una remuneración, por servicios ocasionales e carácter temporal, en tanto en resto del personal son fijos en la empresa.

Arriendo: Se requiere rentar un local de en el Barrio Velazco Ibarra de 300 metros cuadrados, el mismo que está valorado en \$300,00:

Cuadro Nº 52

ARRIENDO DEL LOCAL				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arriendo	Unidad	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL MENSUAL				\$300,00
TOTAL ANUAL				\$3600,00

Fuente: Propietario

Elaboración: La Autora

Suministros de Oficina: Los suministros de oficina corresponden a los recursos didácticos, que se requieren para llevar a cabo las actividades administrativas. A continuación se detalla el costo mensual de estos recursos.

Cuadro Nº 53

SUMINISTROS DE OFICINA				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Resma de papel	Unidad	1	\$3,50	\$3,50
Cartuchos negros	Unidad	1	\$7,50	\$7,50
Bloques de facturas	Unidad	3	\$6,00	\$18,00
Grapadoras	Unidad	1	\$1,00	\$1,00
Esferos	Unidad	3	\$0,30	\$0,90
TOTAL MENSUAL				\$30,90
TOTAL ANUAL				\$370,80

Fuente: Reforma

Elaboración: La Autora

Útiles de Aseo: Son los recursos necesarios que se van a utilizar para mantener limpia el área de trabajo de la cafetería. A continuación se detalla el presupuesto correspondiente.

Cuadro N° 54

MATERIAL DE ASEO				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escobas	Unidad	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Recogedores	Unidad	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Trapeadores	Unidad	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Resmas de papel higiénico Familia	Six Pack	5	\$ 2,80	\$ 14,00
Jabón Macho	Unidad	5	\$ 0,40	\$ 2,00
Estropajo	Unidad	4	\$ 0,50	\$ 2,00
Algodones de Esponja	Unidad	4	\$ 0,40	\$ 1,60
Jabón Líquido	litro	4	\$ 3,80	\$ 15,20
Ambiental	litro	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Paquete de fundas de basura	Paca	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Detergente	kg	3	\$ 2,25	\$ 6,75
Pares de guantes	Unidad	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Basureros	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00
TOTAL MENSUAL				\$ 61,30
TOTAL ANUAL				\$ 735,60

Fuente: Almacenes Locales

Elaboración: La Autora

Sueldos de venta: Son los valores que se pagan a los empleados que hacen que el producto llegue a manos del consumidor. En este caso se requiere de una cajera. A continuación se detalla la remuneración correspondiente:

Cuadro N° 55

Sueldo venta	
Especificaciones	Valor
Sueldo Básico	354,00
Décimo Tercero (S.B./12)	29,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50
Vacaciones (S.B./24)	14,75
Aporte Patronal IEES (12,15%)	43,01
Fondo de Reserva 9,45%	33,45
Total Remuneración (I-E)	504,21
Nº Obreros	1
Total Mensual	504,21
TOTAL ANUAL	6.050,57

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: La Autora

Publicidad: Es el medio de comunicación entre la empresa y los clientes; en este caso para la inauguración de la cafetería se brindará degustaciones de todos los platillos a los asistentes, se promocionará la cafetería a través de

cuñas radiales, de cartillas con el menú que ofrece la cafetería y un llamativo letrero luminoso y el presupuesto mensual se detalla a continuación:

Cuadro Nº 56

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD			
Descripción	Costo	Costo	Costo
	Unitario	Mensual	Anual
Libretas	\$ 0,50	\$ 25,00	\$ 300,00
Tarjetas	\$ 0,05	\$ 50,00	\$ 600,00
Volantes	\$ 0,04	\$ 20,00	\$ 240,00
Cuñas Radiales	\$ 15,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Total		\$ 545,00	\$ 6.540,00

Fuente: Agencia de publicidad y Radios

Elaboración: La Autora

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro Nº 57

Activos	Monto 1 Meses	Monto Anual
Materia Prima Directa	\$ 3.505,35	\$ 42.064,20
Mano de Obra Directa	\$ 1.008,43	\$ 12.101,14
Materia Prima Indirecta	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Suministros de producción	\$ 133,00	\$ 1.596,00
Gas	\$ 10,00	\$ 120,00
Servicios Básicos Producción	\$ 115,00	\$ 1.380,00
Servicios Básicos Administración	\$ 120,80	\$ 1.449,60
Sueldo Administrativo	\$ 1.584,10	\$ 19.009,20
Arriendo	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Suministros de oficina	\$ 30,90	\$ 370,80
Útiles de Aseo	\$ 61,30	\$ 735,60
Sueldos de Venta	\$ 504,21	\$ 6.050,57
Publicidad	\$ 545,00	\$ 6.540,00
Imprevisto 3%	\$ 248,34	\$ 2.980,11
Total	\$ 8.526,43	\$ 102.317,22

Elaboración: La Autora

Para efectos del presente proyecto el activo circulante o capital de trabajo se ha determinado para un mes, tiempo en el cual la empresa entra en funcionamiento.

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Cuadro N° 58

Especificación	Valor Total
Activo Fijo	\$ 15.882,70
Activo Diferido	\$ 930,00
Activo Circulante o capital	\$ 8.526,43
Total	\$ 25.339,13

Fuente: Cuadro N° 36,38 y 66

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para poner en funcionamiento la presente empresa se requieren \$25.339,13, mismos que serán suministrados de la siguiente manera; el 61% con capital propio, por medio del aporte de las accionistas de la empresa; el 39% restante a través de un crédito concebido por el Banco Nacional del Fomento (BNF) a una tasa de interés del 15% anual.

Cuadro N° 59

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	\$ 15.339,13	61%
Capital Externo	\$ 10.000,00	39%
Total	\$ 25.339,13	100%

Fuente: Banco Nacional del Fomento

Elaboración: La Autora

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 10.000

Interés: $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) $\rightarrow 6 \text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

10.000,00 / 10 # de pagos = 1000,00

Para sacar el interés se multiplica:

\$ 10.000,00 x 0,5 x 0,15 = 1000,00

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 10.000,00

Interés: 15% **Amortización:** Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

Cuadro N° 60

AMORTIZACIÓN							
AÑO	SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	10.000,00	1.000,00	750,00	1.750,00	3.425,00	9.000,00
	2	9.000,00	1.000,00	675,00	1.675,00		8.000,00
2	1	8.000,00	1.000,00	600,00	1.600,00	3.125,00	7.000,00
	2	7.000,00	1.000,00	525,00	1.525,00		6.000,00
3	1	6.000,00	1.000,00	450,00	1.450,00	2.825,00	5.000,00
	2	5.000,00	1.000,00	375,00	1.375,00		4.000,00
4	1	4.000,00	1.000,00	300,00	1.300,00	2.525,00	3.000,00
	2	3.000,00	1.000,00	225,00	1.225,00		2.000,00
5	1	2.000,00	1.000,00	150,00	1.150,00	2.225,00	1.000,00
	2	1.000,00	1.000,00	75,00	1.075,00		0

Fuente: Banco Nacional del Fomento

Elaboración: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es necesario tomar como base la producción programada en relación con la capacidad utilizada del proyecto.

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 3,67% del año 2014.

PRESUPUESTO DE COSTOS

Cuadro N° 61

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 63.138,90	\$ 65.398,93	\$ 67.741,91	\$ 70.170,88	\$ 72.688,99
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	\$ 42.064,20	\$ 43.607,96	\$ 45.208,37	\$ 46.867,52	\$ 48.587,55
Mano de Obra Directa	\$ 12.101,14	\$ 12.545,25	\$ 13.005,66	\$ 13.482,97	\$ 13.977,79
Total de costos primos	\$ 54.165,34	\$ 56.153,20	\$ 58.214,03	\$ 60.350,48	\$ 62.565,34
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Materia prima Indirecta	\$ 4.320,00	\$ 4.478,54	\$ 4.642,91	\$ 4.813,30	\$ 4.989,95
Suministros de producción	\$ 1.596,00	\$ 1.654,57	\$ 1.715,30	\$ 1.778,25	\$ 1.843,51
Depreciaciones	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56
Servicios Básicos Producción	\$ 1.380,00	\$ 1.430,65	\$ 1.483,15	\$ 1.537,58	\$ 1.594,01
Gas	\$ 120,00	\$ 124,40	\$ 128,97	\$ 133,70	\$ 138,61
Total de gastos de fabricación	\$ 8.973,56	\$ 9.245,73	\$ 9.527,89	\$ 9.820,40	\$ 10.123,64
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 39.366,77	\$ 40.452,40	\$ 41.588,89	\$ 42.778,10	\$ 44.021,97
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	\$ 19.009,20	\$ 19.706,84	\$ 20.430,08	\$ 21.179,86	\$ 21.957,16
Suministro de Oficina	\$ 370,80	\$ 384,41	\$ 398,52	\$ 413,14	\$ 428,30
Útiles de Aseo	\$ 735,60	\$ 762,60	\$ 790,58	\$ 819,60	\$ 849,68
Servicios Básicos Administración	\$ 1.449,60	\$ 1.502,80	\$ 1.557,95	\$ 1.615,13	\$ 1.674,41
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.732,12	\$ 3.869,09	\$ 4.011,08	\$ 4.158,29
Total Gastos Administrativos	\$ 25.165,20	\$ 26.088,76	\$ 27.046,22	\$ 28.038,82	\$ 29.067,84
GASTOS DE VENTA					
Sueldo de venta	\$ 6.050,57	\$ 6.272,62	\$ 6.502,83	\$ 6.741,48	\$ 6.988,90
Publicidad	\$ 6.540,00	\$ 6.780,02	\$ 7.028,84	\$ 7.286,80	\$ 7.554,23
Total Gasto de Venta	\$ 12.590,57	\$ 13.052,64	\$ 13.531,67	\$ 14.028,29	\$ 14.543,12
GASTO FINANCIERO					
Amortizaciones de activo diferido	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00
Interés del préstamo	\$ 1.425,00	\$ 1.125,00	\$ 825,00	\$ 525,00	\$ 225,00
Total Gasto Financiero	\$ 1.611,00	\$ 1.311,00	\$ 1.011,00	\$ 711,00	\$ 411,00
TOTAL DE COSTOS	\$ 102.505,67	\$ 105.851,34	\$ 109.330,81	\$ 112.948,98	\$ 116.710,95

Elaboración: La Autor

COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se los obtiene dividiendo los costos totales para el número de visitas (se obtiene un promedio de cuanto puede gastar cada persona), como lo demuestra la siguiente tabla:

Formula:

$$C.U = \frac{\text{Costo Total}}{\text{N}^\circ \text{ de servicios}}$$

$$C.U = \frac{102.505,67}{62.400}$$

$$C.U = 1,64$$

Cuadro N° 62
Costo Unitario

Años	Costos Totales	Nº de visitas al año	Costo Unitario
1	\$ 102.505,67	62.400	\$ 1,64
2	\$ 105.851,34	74.880	\$ 1,41
3	\$ 109.330,81	89.856	\$ 1,22
4	\$ 112.948,98	107.827	\$ 1,05
5	\$ 116.710,95	129.393	\$ 0,90

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: La Autora

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

El precio de venta al público se lo obtiene aumentándole un margen de utilidad al costo unitario, el margen de utilidad se lo pone de acuerdo a la empresa y a la competencia. En este caso será el gasto mínimo que debe tener cada persona, tendrá un 23.50% para el primer año.

Formula:

$$P.V.P = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de utilidad}$$

$$P.V.P = \$1,64 + 15,50\% (\$0,24)$$

$$P.V.P = 1,90$$

Cuadro N° 63
P.V.P

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad %	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	\$ 1,64	15,50%	\$ 0,24	\$ 1,90
2	\$ 1,41	34,50%	\$ 0,49	\$ 1,90
3	\$ 1,22	56,00%	\$ 0,68	\$ 1,90
4	\$ 1,05	81,00%	\$ 0,85	\$ 1,90
5	\$ 0,90	111,00%	\$ 1,00	\$ 1,90

Fuente: Cuadro N° 62
Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Para determinar los ingresos, se procedió a multiplicar el precio de venta al público por las unidades producidas como se demuestra en la siguiente tabla:

Formula:

$$I.T = \text{Precio de venta al público} * N^{\circ} \text{deservicios}$$

$$P.V.P = 1,90 * 62.400$$

$$P.V.P = 118.560,00$$

Cuadro N° 64
Ingresos

Años	Precio de Venta al Público	Unid. Producidas al año	Ingresos Totales
1	\$ 1,90	62.400	\$ 118.560,00
2	\$ 1,90	74.880	\$ 142.272,00
3	\$ 1,90	89.856	\$ 170.726,40
4	\$ 1,90	107.827	\$ 204.871,30
5	\$ 1,90	129.393	\$ 245.846,70

Fuente: Cuadro N° 63
Elaboración: La Autora

Distribución de Costos.

Costos Fijos: Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen de producción.

Costos Variables: Varían de acuerdo con el volumen de producción, ya que se presenta cuando hay producción y ventas.

COSTO TOTAL (años 1 y 5) Cuadro N° 65

RUBROS	Año 1		Año 5	
	C-F	C-v	C-F	C-v
COSTO DE PRODUCCIÓN				
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		\$42.064,20		\$48.587,55
Mano de Obra Directa	\$12.101,14		\$13.977,79	
GASTOS DE FABRICACIÓN				
Materia prima Indirecta		\$4.320,00		\$4.989,95
Suministros de producción		\$1.596,00		\$1.843,51
Depreciaciones	\$1.557,56		\$1.557,56	
Servicios Básicos Producción		\$1.380,00		\$1.594,01
Gas		\$120,00		\$138,61
COSTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos	\$19.009,20		\$21.957,16	
Suministro de Oficina	\$370,80		\$428,30	
Útiles de Aseo		\$735,60		\$849,68
Servicios Básicos Administración		\$1.449,60		\$1.674,41
Arriendo		\$3.600,00		\$4.158,29
GASTOS DE VENTA				
Sueldo de venta	\$6.050,57		\$6.988,90	
Publicidad	\$6.540,00		\$7.554,23	
GASTO FINANCIERO				
Amortizaciones de activo diferido	\$186,00		\$186,00	
Interés del préstamo	\$1.425,00		\$225,00	
TOTAL DE COSTOS	\$47.240,27	\$55.265,40	\$52.874,95	\$63.836,01
Costo Total	\$102.505,67		\$116.710,95	

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que se igualan los ingresos con los costos, es decir no existe ni pérdidas ni ganancias, conocido como el punto muerto.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.E = \frac{47.240,27}{1 - \frac{55.265,40}{118.560,00}}$$

$$P.E = \frac{47.240,27}{1 - 0,4661}$$

$$P.E = \frac{47.240,27}{0,5339}$$

$$P.E = 88.487,90$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

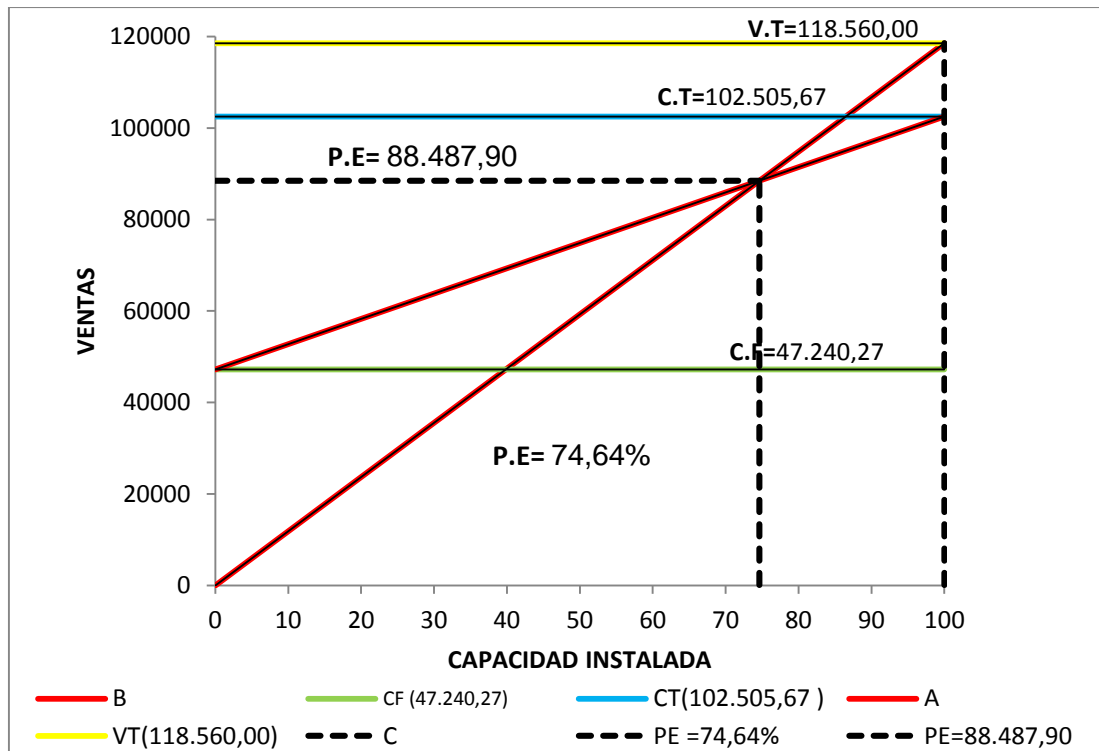
$$P.E = \frac{47.240,27}{118.560,00 - 55.265,40} \times 100$$

$$P.E = \frac{47.240,27}{63.294,60} \times 100$$

$$P.E = 0,7464 \times 100$$

$$P.E = 74,64\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 1



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$88.487,90 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 74,64% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

Método matemático

c. En función de las ventas

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.E = \frac{52.874,95}{1 - \frac{63.836,01}{245.846,70}}$$

$$P.E = \frac{52.874,95}{1 - 0,2597}$$

$$P.E = \frac{52.874,95}{0,7403}$$

$$P.E = 71.419,61$$

d. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

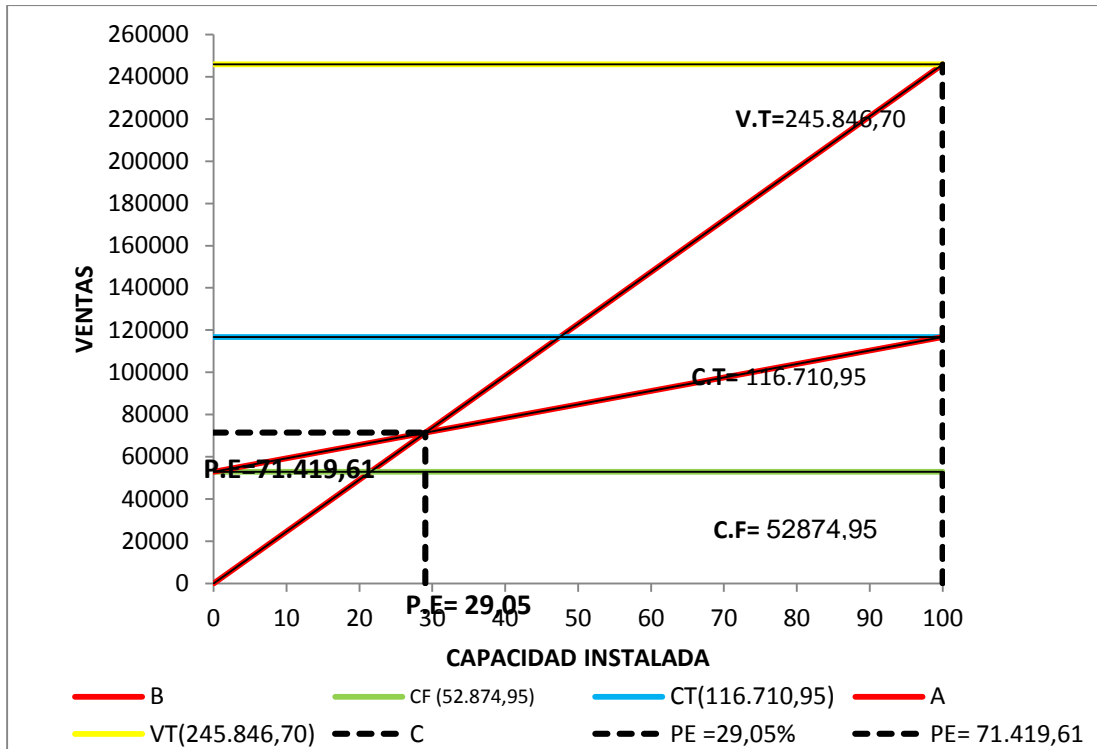
$$P.E = \frac{52.874,95}{245.846,70 - 63.836,01} \times 100$$

$$P.E = \frac{52.874,95}{182.010,69} \times 100$$

$$P.E = 0,2905 \times 100$$

$$P.E = 29,05\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$71.419,61 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 29,05 % de capacidad instalada.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Cuadro N° 66

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA EMPRESA					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 118.560,00	\$ 142.272,00	\$ 170.726,40	\$ 204.871,30	\$ 245.846,70
Valor Residual			\$ 322,93		\$ 1.491,38
Otros ingresos					
Total Ingresos	\$ 118.560,00	\$ 142.272,00	\$ 171.049,33	\$ 204.871,30	\$ 247.338,08
Egresos					
Costos de Producción	\$ 63.138,90	\$ 65.398,93	\$ 67.741,91	\$ 70.170,88	\$ 72.688,99
Costos de operación	\$ 39.366,77	\$ 40.452,40	\$ 41.588,89	\$ 42.778,10	\$ 44.021,97
Total Egresos	\$ 102.505,67	\$ 105.851,34	\$ 109.330,81	\$ 112.948,98	\$ 116.710,95
Utilidad Bruta	\$ 16.054,33	\$ 36.420,66	\$ 61.718,53	\$ 91.922,32	\$ 130.627,13
(-)15% utilidad trabajadores	\$ 2.408,15	\$ 5.463,10	\$ 9.257,78	\$ 13.788,35	\$ 19.594,07
Utilidad antes de impuestos	\$ 13.646,18	\$ 30.957,56	\$ 52.460,75	\$ 78.133,97	\$ 111.033,06
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 3.411,55	\$ 7.739,39	\$ 13.115,19	\$ 19.533,49	\$ 27.758,26
Utilidad antes de reserva	\$ 10.234,64	\$ 23.218,17	\$ 39.345,56	\$ 58.600,48	\$ 83.274,79
(-)10% Reserva Legal	\$ 1.023,46	\$ 2.321,82	\$ 3.934,56	\$ 5.860,05	\$ 8.327,48
Utilidad Líquida	\$ 9.211,17	\$ 20.896,35	\$ 35.411,00	\$ 52.740,43	\$ 74.947,31

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

FLUJO DE CAJA

Es aquel que representa los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y si disponibilidad para pagar deudas o comprar activos.

Cuadro N° 67

FLUJO DE CAJA					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas	\$118.560,00	\$142.272,00	\$170.726,40	\$204.871,30	\$245.846,70
Valor residual			\$ 322,93		\$ 1.491,38
Otros ingresos					
Total Ingresos	\$ 118.560,00	\$ 142.272,00	\$ 171.049,33	\$ 204.871,30	\$247.338,08
Egresos					
Costos de producción	\$ 63.138,90	\$ 65.398,93	\$ 67.741,91	\$ 70.170,88	\$ 72.688,99
Costos de operación	\$ 39.366,77	\$ 40.452,40	\$ 41.588,89	\$ 42.778,10	\$ 44.021,97
Reinversión				\$ 968,90	
Total Egresos	\$102.505,67	\$105.851,34	\$109.330,81	\$113.917,88	\$116.710,95
Valor Gravable (Ingresos-Egresos)	\$ 16.054,33	\$ 36.420,66	\$ 61.718,53	\$ 90.953,42	\$ 130.627,13
(-)15% utilidad trabajadores	\$ 2.408,15	\$ 5.463,10	\$ 9.257,78	\$ 13.643,01	\$ 19.594,07
Utilidad antes de impuestos	\$ 13.646,18	\$ 30.957,56	\$ 52.460,75	\$ 77.310,41	\$ 111.033,06
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 3.411,55	\$ 7.739,39	\$ 13.115,19	\$ 0,00	\$ 27.758,26
Utilidad después de impuestos	\$ 10.234,64	\$ 23.218,17	\$ 39.345,56	\$ 77.310,41	\$ 83.274,79
(+) Depreciaciones	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56	\$ 1.557,56
(+) Amortización de activos diferidos	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00
(-) Amortización del crédito	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
FLUJO DE CAJA	\$ 9.978,20	\$ 22.961,73	\$ 39.089,12	\$ 77.053,97	\$ 83.018,36

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logre calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Cuadro N° 68
Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Fact. Actual 10%	Flujo descontado
0	-25.339,13		
1	9.978,20	0,909091	9.071,09
2	22.961,73	0,826446	18.976,64
3	39.089,12	0,751315	29.368,24
4	77.053,97	0,683013	52.628,90
5	83.018,36	0,620921	51.547,87
		Total	161.592,74
		Inversión	-25.339,13
		VAN	136.253,60

Elaboración: La Autora

Formula del Factor de Actualización:

$$f = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

F= Factor de actualización; **i**= Interés del préstamo; **n**= Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN =161.592,74– 25.339,13

VAN = **136.253,60**

El valor actual neto en el presente proyecto es de \$136.253,60 dólares; por lo tanto se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

Cuadro N° 69
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		92,24%	Tm	93,24%	TM
0	-25.339,13		-25.339,13		-25.339,13
1	9.978,20	0,520183	5.190,49	0,5174912	5.163,63
2	22.961,73	0,270590	6.213,23	0,2677971	6.149,09
3	39.089,12	0,140757	5.502,05	0,1385827	5.417,08
4	77.053,97	0,073219	5.641,83	0,0717153	5.525,95
5	83.018,36	0,038087	3.161,95	0,0371120	3.080,98
VAN Tm			370,42	VAN TM	-2,41

Elaboración: La Autora

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 92,24 + 1 \left(\frac{370,42}{370,42 - (-2,41)} \right)$$

$$TIR = 93,23\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 93,23% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto rembolsará el desembolso original de capital.

Cuadro N° 70
Periodo de Recuperación de Capital

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	-25.339,13		
1		9.978,20	9.978,20
2		22.961,73	32.939,94
3		39.089,12	72.029,06
4		77.053,97	149.083,03
5		83.018,36	232.101,39
TOTAL		232.101,39	

Elaboración: La Autora

Su fórmula es:

**PRC = Año que se supera la inversión + (Inversión - \sum Primeros Flujos /
flujo de año que supera la inversión)**

$$\text{PRC} = 2 + ((25.339,13 - 32.939,94) / 22.961,73)$$

$$\text{PRC} = 1,67$$

- 1 año
- 0,67*12 meses= 8,04
- 0,04*30 días= 1 día

Esto me indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 1 año, 8 meses y 1 día.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ~ B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.
- ~ B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.
- ~ B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Cuadro Nº 71
Relación Beneficio / Costo

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	118560	102505,67	0,909091	107781,82	93186,97
2	142272	105851,34	0,826446	117580,17	87480,45
3	170726	109330,81	0,751315	128269,27	82141,85
4	204871	112948,98	0,683013	139929,85	77145,67
5	245847	116710,95	0,620921	152651,46	72468,32
				646212,57	412423,26

Elaboración: La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{646212,57}{412423,26}$$

$$RBC = 1,57$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 57 centavos de dólar.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 30,15%
Cuadro N° 72

Años	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
		Aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		30,15%			47,83%		48,84%	
0				-25.339,13				
1	102505,67	133.411,13	118560,00	-14.851,13	0,67645268	-10.046,08	0,6718624	-9.977,91
2	105851,34	137.765,52	142272,00	4.506,48	0,45758823	2.062,11	0,4513991	2.034,22
3	109330,81	142.294,05	170726,40	28.432,35	0,30953679	8.800,86	0,3032781	8.622,91
4	112948,98	147.003,10	204871,30	57.868,20	0,20938699	12.116,85	0,2037611	11.791,29
5	116710,95	151.899,31	245846,70	93.947,39	0,14164039	13.306,75	0,1368994	12.861,35
					Total	26.240,48	Total	25.331,85
					Inversión	-25.339,13	Inversión	-25.339,13
					VAN Tm	901,35	VAN TM	-7,28

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 93,23%

NUEVA TIR = 48,83

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 47,83 + 1 \left(\frac{901,35}{901,35 - (-7,28)} \right)$$

NUEVA TIR = 48,83%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 93,23 – 48,83 = 44,40%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (44,40% / 93,23%) * 100

% Variación = 47,62%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 47,62/48,83

Sensibilidad = 0,98

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Análisis de Sensibilidad con Disminución del 21,07% en los Ingresos
Cuadro Nº 73

Años	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		21,07%			47,83%	Tm	48,84%	TM
0				-25.339,13				
1	118.560,00	93.579,41	102.505,67	-8.926,26	0,67645268	-6.038,19	0,6718624	-5.997,22
2	142.272,00	112.295,29	105.851,34	6.443,95	0,45758823	2.948,68	0,4513991	2.908,79
3	170.726,40	134.754,35	109.330,81	25.423,54	0,30953679	7.869,52	0,3032781	7.710,40
4	204.871,30	161.704,92	112.948,98	48.755,94	0,20938699	10.208,86	0,2037611	9.934,56
5	245.846,70	194.046,80	116.710,95	77.335,85	0,14164039	10.953,88	0,1368994	10.587,23
					Total	25.942,74	Total	25.143,78
					Inversión	-25.339,13	Inversión	-25.339,13
					VAN	603,61	VAN	-195,36

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 93,23%

NUEVA TIR = 48,59

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 47,83 + 1 \left(\frac{603,61}{603,61 - (-195,36)} \right)$$

NUEVA TIR = 48,59%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 93,23 – 48,59 = 44,64%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (44,64% / 93,23%) * 100

% Variación = 47,88%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 47,88 / 48,59

Sensibilidad = 0,99

h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente estudio, y tomando en cuenta como base los resultados obtenidos del mismo, se presenta a continuación las respectivas conclusiones a las que se ha llegado:

- ✚ Es factible la implementación de la empresa, así lo establece los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero, permitiendo una recuperación de la inversión con aceptables márgenes de utilidad.

- ✚ Del estudio de mercado realizado en la ciudad de Macará se demostró que existe una demanda insatisfecha de: 561.804 para el primer año 2016. De este total la empresa cubrirá el 85% que representa la cantidad de 62.400 servicios para el año 1.

- ✚ Para la implementación de la empresa se requiere de una inversión total de 25.339,13 dólares, de este total el 61% que equivale a 15.339,13 dólares del capital propio, el 39% que pertenece a fuentes externas que representa a 10.000,00 dólares serán financiados por el Banco Nacional de Fomento para un plazo de 5 años con una tasa de interés anual del 15%.

- ✚ El punto equilibrio de la empresa en función de las ventas es de \$ 88.487,90 por ventas del servicio en el primer año, y alcanza el 100% de la capacidad instalada. Y para el quinto año en función de las ventas alcanza \$ 71.419,61 dando un porcentaje del 29,05%.

✚ Según la evaluación financiera se evidencia la factibilidad del proyecto por los siguientes indicadores:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN) = 136.253,60
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR) = 93,23 %.
- ✓ Relación Beneficio Costo (RBC) = 1.57
- ✓ Periodo de Recuperación de Capital (PRC) = 1 años 8 meses y 1 día
- ✓ Análisis de Sensibilidad.
- ✓ Incremento en los costos del 30,15 %.
- ✓ Disminución de los ingresos del 21,07%

i. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda poner en ejecución y funcionamiento lo más pronto posible la empresa ya que permite generar y crear fuentes de trabajo.

- ✚ La inversión que se necesita para el presente proyecto no es muy elevada, por lo que es factible de tomar la decisión de riesgo de los inversionistas.

- ✚ El estudio refleja muy buena aceptación del servicio que se pretende ofrecer, por lo tanto se recomienda que la atención al cliente sea de calidad, rápida, en forma responsable y honesta.

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- BACA URBINA GABRIEL, Sexta edición EVALUACION DE PROYECTOS.
- CHIAVENATO IDALBERTO, Administración de Recursos Humanos. Novena edición, México
- LARA D. BYRON, Como elaborar proyectos de inversión paso a paso.
- PASACA MORA MANUEL ENRIQUE, Manual para la Elaboración de Proyectos de Graduación a nivel superior. Editorial. Offset Imagen Loja – Ecuador 2009
- PASACA MORA MANUEL ENRIQUE, Formulación y evaluación de proyectos de inversión 2004.
- SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión editorial NASSIR MC GRAW HILL Año: 2007
- SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión editorial NASSIR MC GRAW HILL Año: 2007 / Páginas: 445

PÁGINAS DE INTERNET:

- http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_marketing
- <http://www.inec.gov.ec>. INEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Población Y Vivienda) 2010.
- <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php%3Ftbl%3Dinflacion>.
- <http://mimacara.com.ec/macara/turismo/>. Macará: Población por parroquias MACARÁ | Escrito el 01 febrero 2011 | Por Gobierno Provincial de Loja.

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cafeter%C3%ADa>. Antecedentes de la cafetería
- http://es.wikipedia.org/wiki/Coste_total
- http://es.wikipedia.org/wiki/Bien_complementario
- <http://definicion.de/proceso-de-produccion/#ixzz2wAyfxTk9>
- <http://www.fce.unam.edu.ar/pma/Modulo1/FLEquilCostoIngreso>.
- http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/fuentesformasfinanciamiento_empresarial.
- <http://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#ixzz2hfsWTCan>

k. ANEXOS

Anexo 1)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Le saludamos afectuosamente con el objeto de realizar un estudio sobre la factibilidad de una cafetería en la ciudad de Macará, nos dirigimos a usted para solicitarle su mayor sinceridad al contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es su ingreso mensual?

CUADRO N° 3

INGRESO MENSUAL				
VARIABLE	FRECUENCIA	Xm	(Xm)(f)	PORCENTAJE
Entre \$ 70 a \$100	113	120	13502,40	29%
\$101 a 400	147	301	44379,44	38%
Más de 401	128	701	89756,04	33%
TOTAL	388		147637,88	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: Los Autora

Para determinar el ingreso económico promedio mensual se aplicó una media aritmética

$$X_m = \frac{\sum(X_m)(f)}{n} = \frac{108064,84}{284} = \$ 380,51$$

2. ¿Por qué visita la Ciudad de Macará?

CUADRO N° 4

POR QUE VISITA LA CIUDAD DE MACARÁ		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo	169	39%
Trabajo	60	14%
Empleo	88	20%
Comercio	120	27%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

3. ¿Es el café una de sus bebidas preferidas?

CUADRO N°5

PREFERENCIA POR EL CAFÉ		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	291	75%
NO	97	25%
TOTAL	388	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

4. Conoce usted la existencia de alguna cafetería en la ciudad de Macará, que ofreciera este servicio?

CUADRO N° 6

EXISTENCIA DE UNA CAFETERÍA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	218	75%
NO	73	25%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

5. ¿Con qué frecuencia asiste usted a una cafetería?

CUADRO N° 7

FRECUENCIA DE CONSUMO		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	44	15%
Semanal	102	35%
Quincenal	73	25%
Mensual	73	25%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

$$CP = \frac{EXm.f}{n}$$

$$C. Promedio = \frac{23.847}{291} = 81,95 = 82 \text{ visitas al mes}$$

6. ¿De acuerdo a su preferencia cuales son las características que ve usted en una cafetería?

CUADRO N° 8

CRITERIOS DE GUSTOS Y PREFERENCIA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Decoración	52	18%
Cantidad del Plato	64	22%
Precio	81	28%
Servicio	93	32%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

7. ¿Si se implementará una cafetería innovadora, de calidad con una variedad de productos encaminados a satisfacer de mejor manera sus necesidades, la visitaría?

CUADRO N° 9

ACEPTACIÓN DE LA CAFETERÍA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	247	85%
NO	44	15%
TOTAL	291	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

8. ¿Con qué frecuencia visitaría a nuestra cafetería?

CUADRO N° 10

FRECUENCIA DE VISITA A LA NUEVA CAFETERÍA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	163	66%
A veces	84	34%
Nunca	0	0%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

9. ¿Qué tipo de platillos preferiría consumir?

CUADRO N° 11

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empandas de verde	69	28%
Humitas	74	30%
Tamales	37	15%
Sándwiches	35	14%
Bolones	22	9%
Otros	10	4%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

10. ¿Cuál de las siguientes opciones de café preferiría usted?

CUADRO N° 12

CUADRO N°11 TIPOS DE CAFÉS		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Café en Leche	74	30%
Café en Agua	64	26%
Capuchino	69	28%
Café Expreso	40	16%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

11. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información o promociones de la nueva cafetería?

CUADRO N° 13

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERENTES		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	37	15%
Prensa	30	12%
Radio	77	31%
Vallas publicitarias	42	17%
Volantes	62	25%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

12. ¿En dónde le gustaría que se encuentre ubicada la cafetería?

CUADRO N° 14

UBICACIÓN DE LA CAFETERÍA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barrio Central	87	35%
Barrio Velasco Ibarra	96	39%
Barrio San Sebastián	64	26%
TOTAL	247	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

13. ¿Cuál es el precio que suele gastar por cada persona en una cafetería?

CUADRO N°15

PRECIO				
VARIABLE	FRECUENCIA	Xm	(Xm)(f)	PORCENTAJE
\$ 2- 5	101	4,5	456	41%
\$ 5- 10	87	10	866	35%
Más de 10	59	18	1039	24%
TOTAL	247		2361	100%

FUENTE: Encuesta Realizada a la Población y Turistas a la ciudad de Macará.

ELABORACIÓN: La Autora

Compañía de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad limitada es la que se constituye entre tres o más personas quienes responderán solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, destinada a ejecutar negocios bajo una misma denominación objetiva a la que se añadirá las palabras “compañía limitada” o su abreviatura “Cía. Ltda.”; en esta compañía el capital estará representado por participaciones transferibles.

Socios.- Pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada las personas naturales o jurídicas con capacidad civil para contratar; empero, no podrá constituirse entre padres e hijos no emancipados, ni entre cónyuges.

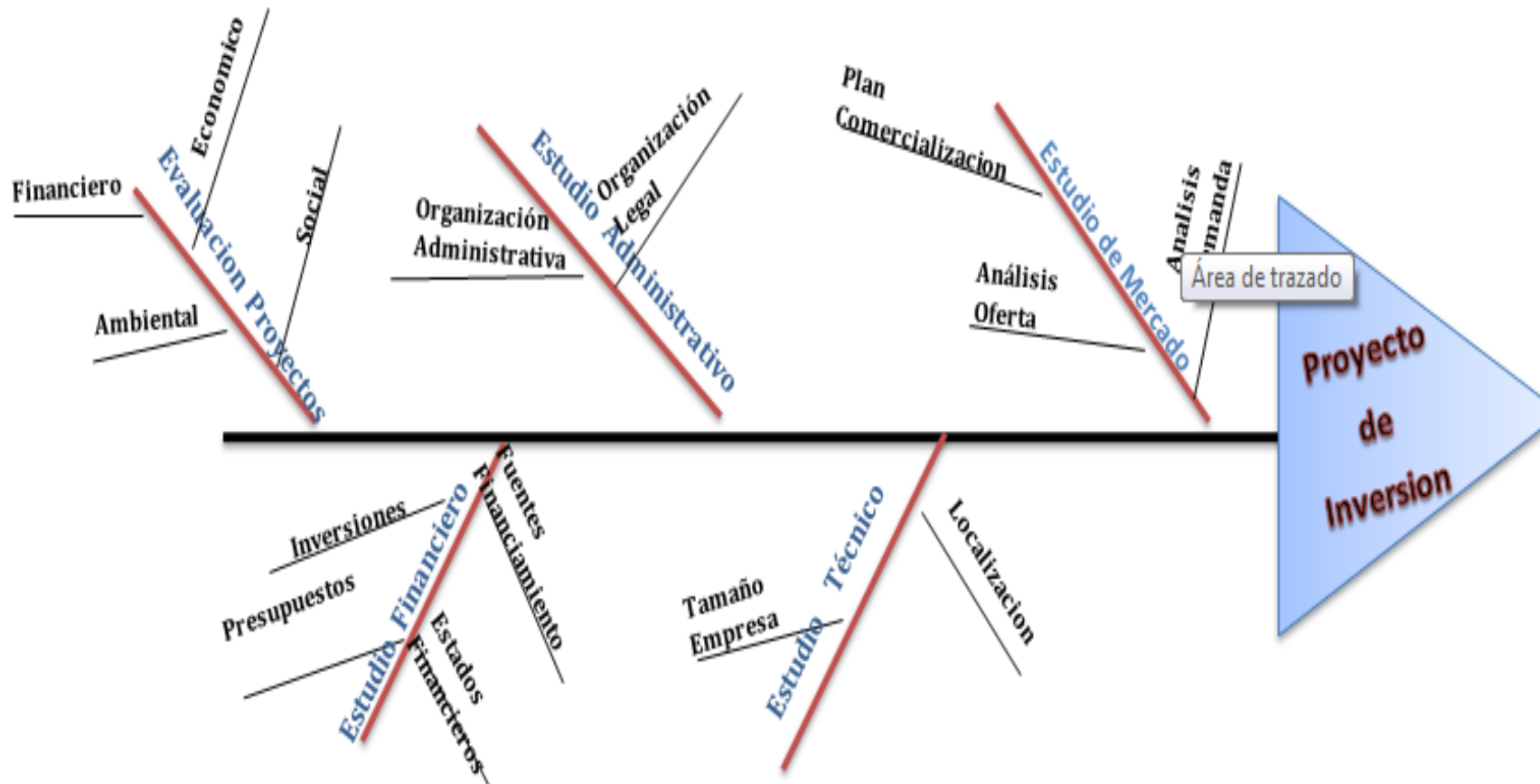
Capital.- El capital de esta compañía está constituida por las aportaciones de los socios, no será inferior a cuatrocientos dólares, dividido en participaciones de mil sucres (0.04 dólares) o múltiplos de esa cantidad. Tales aportaciones pueden ser en numerario (dinero) o en especies (bienes muebles o inmuebles). El cincuenta por ciento del capital social debe ser pagado al momento de constitución, en una “Cuenta de Integración” y el saldo debe ser pagado hasta un plazo máximo de 12 meses. Cuando el aporte es en bienes, se realiza previamente un avalúo para fijar su valor y los mismos pasan a ser de propiedad de la empresa.

Administración.- Comprende la organización interna de la empresa, la forma de administración de los negocios, la representación judicial y extrajudicial y la fiscalización.

El órgano supremo de las compañías mercantiles es la Junta General de Accionistas a quien compete decidir sobre los aspectos fundamentales relativos a la marcha de la empresa como son: nombrar a gerente y representante legal, al consejo de vigilancia, así como la aprobación de las cuentas y balances; reparto de utilidades, venta de inmuebles, aumento de capital, entre los principales.

La representación legal de la empresa es ejercida principalmente por el gerente o administrador, sin embargo, esta atribución en ciertas

Anexo 3)



Anexo 4)

TASA DE INFLACIÓN DEL ECUADOR

FECHA	VALOR
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %

Fuente: BCE <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php%3Ftbl%3Dinflacion>

Anexo 5)

POBLACIÓN DEL CANTÓN MACARA				
	PARROQUIAS	URBANO	RURAL	Total
	LA VICTORIA	-	1.557	1.557
MACARA	LARAMA	-	1.080	1.080
	MACARA	12.587	3.143	15.730
	SABIANGO (LA CAPILLA)	-	651	651
	Total	12.587	6.431	19.018

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaboración: La Autora

ÍNDICE

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
a.-TITULO	1
b.-RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c.-INTRODUCCIÓN	7
d.-REVISIÓN DE LITERATURA	10
e.- MATERIALES Y MÉTODOS	37
f.- RESULTADOS	41
g.- DISCUSIÓN	54
ESTUDIO DE MERCADO	54
ESTUDIO TÉCNICO	67
ESTUDIO FINANCIERO	125
EVALUACIÓN FINANCIERA	149
h.-CONCLUSIONES	158
i.- RECOMENDACIONES	160
j.-BIBLIOGRAFÍA	161
k.-ANEXOS	163
ÍNDICE	171