



# Universidad Nacional De Loja

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

*Carrera de Administración de Empresas*

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN EL CANTÓN GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**

Tesis previa a la obtención de grado de Ingeniera Comercial

**AUTORA:**

**Jessica Daniela Correa Lojano**

**DIRECTORA:**

Ing. Com. Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE

LOJA-ECUADOR

2012 -2013

Ing. Com. Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE

**DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**DIRECTORA DE TESIS**

**CERTIFICA:**

Que luego de haber dirigido y revisado detenidamente el contenido de este proyecto, el cual se ajusta a la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión la misma que titula **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERÍA EN EL CANTÓN GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”** de la autoría de la señorita: Jessica Daniela Correa Lojano, y habiendo cumplido con los requerimientos exigidos, autorizo su presentación para los fines legales consiguientes.

Loja, 18 de Octubre del 2012

.....

Ing. Com. Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE

**DIRECTORA DE TESIS**

## **AUTORIA**

Las opiniones y conceptos, vertidos durante

La realización del presente proyecto,

Son de responsabilidad propia y exclusiva de la autora.

.....

**Jessica Daniela Correa Lojano**

## DEDICATORIA

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su apoyo en las diferentes etapas de mi vida.

A Dios que me dio la oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa.

A mis padres Timoteo y Elsa que me dieron la vida y que estuvieron conmigo en todo momento y apoyándome incondicionalmente. A mis abuelitos Agripina, Elías y a ti en especial abuelita Teresa que aunque estés en el cielo me diste la fuerza para seguir adelante a mis hermanos Edison, Christian, Carla y Alex a mis sobrinos Joseph, Cielo, Fernanda y Kenneth que fueron mi inspiración para seguir adelante a la vez vean en mí un ejemplo.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero hacer extensivo mi eterno y profundo agradecimiento a todas las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, personal Docente y Administrativo del Área Jurídica Social y Administrativa por haberme permitido superarme en mi carrera universitaria.

Expreso un sincero y especial reconocimiento de gratitud para la Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, docente de la Carrera de Administración de Empresas y Directora de Tesis, quien con su orientación y valioso conocimiento supo guiarme en el desarrollo de mi proyecto de tesis.

## **LA AUTORA**

# **a. TEMA**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMETACIÓN DE  
UNA CAFETERÍA EN EL CANTÓN GUALAQUIZA, PROVINCIA DE  
MORONA SANTIAGO”**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo ha sido desarrollado con datos del cantón Gualaquiza, provincia de Morona Santiago con el objetivo de realizar un “Proyecto de Factibilidad para la implementación de una Cafetería, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad a precios accesibles que satisfaga las necesidades de alimentación de la ciudadanía.

El estudio inicia con la redacción de una Introducción, donde consta la comparación del componente histórico sobre el desarrollo de la actividad a realizarse, seguido de esto se realizó la Revisión de Literatura, en la cual constan todos los términos utilizados en el presente proyecto, luego se detalla los Materiales y Métodos como: método analítico, descriptivo, estadístico y matemático al igual que las técnicas como: La encuesta, revisión bibliográfica y la determinación de la muestra en donde se tomó la población total que es de 6.291 habitantes, mismo que se dividió para el tipo de familia que son de 5 miembros dándonos como resultado 1.267 familias. Dato que permitió determinar el número de la muestra que fue de 292 encuestas.

Se ejecutó el Estudio de Mercado en el cual se establece las condiciones de la Oferta, para lo cual se aplicó encuestas a los 10 locales que ofrecen el servicio, conocer cuál es la Demanda potencial, real y efectiva, además de indicar cuál es la demanda insatisfecha que en este caso es de 242.263 y se diseñó las estrategias de marketing, que se establecieron de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

Se elaboró el Estudio Técnico para establecer los procesos necesarios, Tamaño de la Planta en cual se estableció la capacidad instalada que es de 219.000 la capacidad utilizada que es de 52.800 para determinar cuál será la producción anual del servicio y de esta manera satisfacer la demanda existente que se encuentra en el mercado, dentro de la localización se determinó cual va a ser el lugar para llevar a cabo el servicio, misma que se encontrará ubicada en la Provincia de Morona Santiago, cantón Gualaquiza en las calles Gonzalo Pesantez y Domingo Comín. Se estableció la Ingeniería del proyecto, el proceso productivo, en el que se detallan las etapas a realizarse.

Además de Efectuar un Estudio Administrativo Legal en donde se definió la Visión, Misión, objetivos y Valores de la Empresa, así como también se indica la Estructura organizativa empresarial y las Funciones sobre las cuales se desarrolla, los organigramas correspondientes y por ende el Manual de Funciones indicando las tareas para cada puesto, la naturaleza de trabajo y los requisitos que los empleados deberán cumplir para ejercer dichos cargos.

Se realizó el Estudio Financiero aquí se describió los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo o activos circulantes, lo cual ayuda para establecer que la Inversión del proyecto es de \$8.894,14 la misma que será financiada con un 33% que corresponde al capital social que es de \$2.935,07 y el 67% al capital externo que es el \$5.959,07 el mismo que se realizó en la entidad Bancaria (CACPE-Gualaquiza), además se efectuó un Presupuesto de Operación, que para el primer año es de \$55.331,64 una vez elaborado esto, se plasmó una determinación de los ingresos, además se realizó una



clasificación de los costos en fijos y variables para el año 1, 5 y 10, con estos datos se hizo el punto de equilibrio que para el primer año es de \$39.732,84 con relación a las ventas y \$62,95 con relación a la capacidad instalada, así como también se procede a establecer el estado de pérdidas y ganancias y la fuente de usos y fondos.

Finalmente se desarrolló la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores como el Flujo de Caja que para el primer año es de \$6.178,39 el VALOR ACTUAL NETO que es de \$42.204,77 el cual muestra que el proyecto es rentable ya que cubre la inversión necesaria además de mantener un rubro promedio de utilidades, se diseñó EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL en el cual se describe que la mismo se recupera en 1 año, 8 meses, 9 días y una hora, a través del indicador RELACIÓN BENEFICIO COSTO se determina el siguiente resultado que es de \$0,13 deduciendo que por cada dólar invertido se espera obtener una ganancia de \$0,13, la TASA INTERNA DE RETORNO que es del 79,62%, y el Análisis de Sensibilidad en el cual se indica que el proyecto no es sensible y soporta hasta un 8,50% en el incremento de los costos y un 7,38% para la disminución de los ingresos.

Además están expuestas las Conclusiones y recomendaciones en donde se determinó luego del análisis de todas las fases del proyecto que este es factible, por tanto se recomienda la puesta en marcha del mismo considerando los resultados obtenidos.

## **SUMMARY**

This work has been developed using data from canton Gualaquiza, Morona Santiago province in order to perform a "feasibility project for the implementation of a bar, in order to provide a quality service at affordable prices to meet the needs of power of citizenship.

The study begins with the drafting of an Introduction, which comprises comparing the historical component of the development of the activity to be performed, this was followed by the Literature Review, which contains all the terms used in this project, then details the Materials and Methods used as analytical method, descriptive, statistical and mathematical techniques like as: The survey, literature review and determination of sample was taken where the total population is of 6,291 inhabitants, the same as split for the kind of family members that are 5 results in 1267 giving families.

This enabled determine the number of samples that were 292 applied surveys. Was executed in the Market Study which establishes the conditions of the Offer, which was applied to the 10 local surveys that offer the service, to know where potential demand, real and effective, as well as indicate what demand unsatisfied in this case is 242 263 and designed marketing strategies, which were established according to the tastes and preferences of consumers. Technical Study was prepared to establish the necessary processes, plant size which was established in the installed capacity of 219,000 that is the capacity of 52,800 is used to determine what the annual production of the service and thus meet demands found in the market, within which determined the location will be

the place to carry out the service, it was found located in the province of Morona Santiago, Canton street Gualaquiza Heaviness and Domingo Comin Gonzalo. Engineering was established project, the production process, which details the steps to be performed.

In addition to conduct a study where Legal Administrative defined vision, mission, goals and values of the company, and also indicates the corporate organizational structure and functions over which develops, appropriate charts and therefore the Manual Features indicating the tasks for each position, the nature of work and the requirements that employees shall exercise such charges.

We performed the study described here Financial fixed assets, deferred assets and working capital or assets, which helps to establish that the project investment is \$ 8894.14 the same to be funded with 33% corresponding to capital social is \$ 2,935.07 and 67% foreign capital which is the \$ 5,959.07 it held in the bank (CACPE-Gualaquiza), and was made an operating budget, which for the first year is \$ 55,331.64 once made this determination was reflected in income also performed a classification of fixed and variable costs for year 1, 5 and 10, with these data was to break even for the first year is \$ 39,732.84 in relation to sales and \$ 62.95 in relation to the installed capacity, as well as proceeds to establish the state income and source of funds and uses.

Finally financial assessment was developed through different indicators like cash flow for the first year is \$ 6,178.39 the net present value is \$ 42,204.77 which shows that the project is profitable because it covers the necessary

investment while maintaining a profit average item was designed recovery period CAPITAL described in which the same is recovered in 1 year, 8 months, 9 days and time, through the cost-benefit ratio indicator is determines the next result is deducting \$ 0.13 for every dollar invested is expected to make a profit of \$ 0.13, the internal rate of return is 79.62%, and the sensitivity analysis in which indicates that the project is insensitive and supports up to 8.50% on increased costs and 7.38% for the decrease in revenue. They are also exposed to the conclusions and recommendations which determined after analyzing all phases of the project that this is feasible, therefore we recommend the implementation of it considering the results.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El País posee costumbres similares al resto de países Latinoamericanos, por lo regular las reuniones entre amigos, festejos, negocios, conversaciones, etc.), son realizadas en oficinas, restaurantes o diversos establecimientos que ofrezcan servicio de alimentos y bebidas de acuerdo a las distintas preferencias de cada consumidor. Debido a la situación existente y basándose en el crecimiento demográfico; las distancias, los tiempos reales, la vida profesional actual, los proyectos de expansión turística y la cultura gastronómica, hacen que el país tenga una demanda de centros de atención alimenticia que funcionen en forma rápida, efectiva y de acuerdo a los estándares de calidad que rige el servicio.

En el Cantón Gualaquiza, Provincia de Morona Santiago, la industria de alimentos y bebidas es muy amplia en su diversidad gastronómica; en la ciudad el crecimiento de diversos establecimientos de comida ha sido muy productivo, dichos lugares se especializan en el servicio a ofrecer como: restaurantes, cafeterías, burgers, heladerías, los cuales se determinan de acuerdo a la atención y servicio de calidad, variedad de productos, infraestructura apropiada, y servicios adicionales que presten convirtiéndose no solo en un sector generador de ingresos sino también en fuente de empleo para los Gualaquicenses .

De ahí la necesidad de brindar productos que satisfagan la necesidad de una alimentación balanceada, considerando algunos factores como: Calidad, higiene y precio ya que estos son los parámetros con los que una empresa puede destacarse sobre las demás.

Para ello se buscó la oportunidad de mercado, la cual se detalla a continuación considerando que en el cantón Gualaquiza no existen empresas que brinden un servicio de calidad.

Razón por la cual se ha planteado realizar esta investigación para la elaboración de un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN EL CANTÓN GUALAQUIZA ”**.

Con la realización del proyecto se fomentaría aún más el turismo interno en dicha ciudad y cubrir con las expectativas del visitante nacional y extranjero.

La fase inicial del estudio fue conocer el entorno del mercado, a través de Materiales y Métodos utilizados como: método analítico, descriptivo, estadístico y matemático al igual que las técnicas como: La entrevista, encuesta, revisión bibliográfica y muestreo, para así analizar las necesidades, requerimientos, hábitos etc, es decir que los consumidores son los que dieron la pauta para poder definir mejor que es lo que vamos a vender, donde y como la haremos.

En cuanto al estudio técnico, fue fundamental determinar el tamaño de la planta, conocer los factores que incidirán directamente en la ubicación del mismo como la macrolocalización y microlocalización ya que permitió definir la ubicación idónea para el funcionamiento de la empresa así como también la ingeniería del proyecto y el proceso productivo

El estudio administrativo, permitió estructurar las pautas para el direccionamiento del proyecto de inversión, es decir la misión, visión, objetivos, valores, y los aspectos tributarios, legales y administrativos de la empresa. El requerimiento del personal en cuanto a cantidad y las funciones a desempeñar,

están ligadas al tamaño del proyecto a la participación en el mercado, puesto que se espera atender de manera eficiente a los clientes con la infraestructura adecuada y un buen servicio por parte del talento humano seleccionado.

El estudio financiero, permitió, establecer los valores numéricos para la implementación del proyecto, sobre todo con la inversión inicial requerida, las fuentes de financiamiento, los ingresos proyectados para asegurar el éxito empresarial y el capital requerido para cada año, así también con el estado de resultados permitió conocer cuál sería nuestra utilidad líquida por cada año, y cuál debería ser nuestro punto de equilibrio en función de la ventas y capacidad instalada el cual permitió determinar el valor en el cual la empresa no tiene ni pérdidas y ganancias.

Finalmente en la evaluación financiera, con métodos de valoración como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, periodo de recuperación del capital la relación beneficio costo nos permitió conocer indicadores financieros que pronostican el éxito del proyecto de inversión. La sensibilidad del proyecto soporta aumentos en los costes y la disminución de los ingresos en porcentajes.

Además están expuestas las Conclusiones y recomendaciones en donde se determinó luego del análisis de todas las fases del proyecto que este es factible, por tanto se recomienda la puesta en marcha del mismo considerando los resultados obtenidos.

## **d. REVISION DE LITERATURA**

### **1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

#### **1.1 MORONA SANTIAGO**

Naturaleza, magia e historia son las palabras que definen al cantón Gualaquiza, ubicado en el extremo sur de la Provincia de Morona Santiago. Se encuentra posado en las estribaciones de la Cordillera Oriental y la Cordillera del Cóndor, factor que resulta determinante para la existencia en su territorio de una amplia diversidad de ecosistemas que se distribuyen desde los 3000 hasta los 600 m.s.n.m. Sus encantos naturales se conjugan con la amabilidad de la gente Gualaquicenses haciendo de este cantón un sitio de constante descubrimiento.

#### **1.2 Historia del Cantón Gualaquiza**

El 2 de octubre de 1816, Fray Prieto e Hilario Chica llegan a Gualaquiza y la fundan oficialmente. Al constituirse la República del Ecuador en 1830, Gualaquiza se integró como parte de la provincia del Azuay. Posteriormente, mediante varios decretos ha pertenecido a diferentes provincias aledañas con distintas denominaciones y sin señalarse límites definitivos. Estos decretos se han expedido desde el año de 1852 hasta 1944, año en el que por Decreto Ejecutivo publicado en el Registro Oficial N° 63 del 16 de Agosto se crea el Cantón Gualaquiza en la provincia de Santiago-Zamora.

En 1953, a raíz de la creación de la provincia de Morona Santiago se integra al cantón Gualaquiza como parte de ésta con límites definidos. La mayor parte de su población proviene del Azuay, Cañar y Loja.



### 1.3 Comidas típicas

**Ancas de rana:** Son tradicionales son apanadas, fritas, a la plancha o al ajillo. Las sirven acompañadas de arroz, patacones, papas fritas y ensalada.

**El cuy,** que es sancochado con aliños, luego se lo aza a la brasa bañándolo frecuentemente con manteca de color o achiote. Se sirve acompañado de mote, papa colorada, lechuga y ají de pepa.

**Chicha de caña:** Obtener el guarapo fresco. Hervir el jugo de caña por 20 m. Retirlo del fuego y dejar enfriar. Colocar en un recipiente agregar una o dos tazas de otro guarapo que esté muy fermentado.<sup>1</sup>

### 1.4 EL CAFÉ

Se denomina **café** a la bebida (infusión) que se obtiene a partir de las semillas tostadas y molidas de los frutos de la planta de café o cafeto (*Coffea*). La bebida es altamente estimulante, pues contiene cafeína. Por extensión, también se puede designar con este nombre al lugar de consumo de esta bebida y sus múltiples variantes, y de ese nombre hay también muchos sinónimos: cafetería o bistró, entre otros.

#### 1.4.1 CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ

Para gozar una taza de café, hay que tomar en cuenta los cuatro factores que encierran las cuatro características del café:

**Acidez:** La acidez está relacionada con la sequedad que el café produce en los bordes de la lengua y en la parte de atrás del paladar. Sin suficiente acidez, el café suele ser plano.

---

<sup>1</sup> [www.gualaquiza.net/gualaquiza/.../4498-publica-en-gualaquizanet.ht...](http://www.gualaquiza.net/gualaquiza/.../4498-publica-en-gualaquizanet.ht...)

**Aroma:** Para sentir, todo el aroma del café, primero, aspiramos el vapor que asciende de la taza. Un buen bebedor de café, al igual que un catador de vinos, antes de mojar los labios en el café, aspira su aroma.

**Cuerpo:** Este factor está relacionado con los aceites y sustancias que se extraen de los granos a lo largo de su tratamiento y se refiere a la sensación del café en la boca, a su viscosidad, peso y grosor. El café no debe ser demasiado líquido, sino poseer cierto cuerpo para que no corra rápidamente y se escape de la superficie de la lengua y la atardeciera. Sólo entonces comienza a apreciarse el sabor de la bebida.

**Sabor:** Es la relación entre la acidez, el aroma y el cuerpo que le dan la forma al sabor del café: acaramelado, achocolatado, fragante, maduro, dulce, delicado, almendrado, picante, etc.<sup>2</sup>

#### **1.4.2 PROPIEDADES GUSTATIVAS DEL CAFÉ**

Como en otros productos como el vino, el aroma desempeña un papel preponderante en el placer que da beber una taza de café. Este aroma es percibido por la mucosa nasal directamente, por la nariz o por la faringe cuando los compuestos volátiles remontan hacia la mucosa olfativa.

Se cuentan al menos 800 compuestos químicos en el café. Su proporción y su naturaleza determinan la especificidad del café en cuestión. También una taza de café proporciona alrededor del 20 por ciento de la cantidad diaria recomendada de niacina (vit B3) y dos tazas de café cubren el diez por ciento de las necesidades de potasio.

---

<sup>2</sup> <http://www.cafegarar.com.mx/rincon-del-cafe/origen-del-cafe.php>

## 1.5 NACIMIENTO DE LAS CAFETERIAS

Las primeras cafeterías comenzaron a abrir en Estambul en la década de 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.<sup>1</sup> 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.<sup>3</sup>

### **1.5.1 LAS CAFETERÍA EN LA ACTUALIDAD**

La tradición del café como lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir, es representativa de algunas ciudades del mundo. A esa tradición pertenecen en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras que en países consumidores de café como Italia el tiempo destinado al sitio es mínimo.

En algunos países se le llama cafetería a un restaurante donde no se ofrece servicio de camareros, y donde los clientes utilizan una bandeja, para pasar a una barra de menús para ordenar sus platos, y luego a la caja para pagar, principalmente en centros de trabajo y escuelas.

En lugares como Estados Unidos, una cafetería no enfatiza bebidas alcohólicas; típicamente, ni siquiera ofrece bebidas alcohólicas, en lugar se enfoca específicamente en el café, té o chocolate con leche. Otras comidas pueden variar entre pan, caldo, sándwiches, y postres que complementan su comercio. En los Estados Unidos, cafeterías tradicionalmente no ofrece bebida alcohólica ni café en los de escuela de enseñanza primaria y middle school.

---

<sup>3</sup> <http://cafearomadiez.blogspot.com/2012/05/historias-de-las-cafeterias.html>

Las cafeterías son habituales en cualquier lugar donde exista tráfico de gente con poco tiempo para un refrigerio, por ejemplo, en las inmediaciones de lugares de trabajo, en las escuelas, estaciones de tren o aeropuertos

## **PROYECTO**

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados.

### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD.**

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Un proyecto de inversión está compuesto por cinco fases las mismas que se mencionan a continuación

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio técnico
- ✓ Estudio organizacional y legal
- ✓ Estudio financiera
- ✓ Evaluación financiera

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **1. Materiales**

- ❖ Útiles de oficina
- ❖ Equipo de oficina
- ❖ Equipo de computación
- ❖ Material de Escritorio
  - Flash Memory
  - Cámara fotográfica
  - Calculadora
  - Impresiones

### **2. MÉTODOS:**

#### **2.1. Método Analítico:**

El presente método permitió realizar el análisis y la síntesis del proyecto, desde el análisis de las encuestas hasta cada una de las fases del proyecto de investigación, el cual ayudó a interpretar los resultados para demostrar de manera fácil y claramente los procesos de manera que esto quede especificado en forma clara y ordenada.

#### **2.2. Método Descriptivo:**

Este método se aplicó para realizar la redacción del proyecto, analizar e interpretar la información, especialmente en lo que respecta a la implementación de una cafetería en el cantón Gualaquiza.

### **2.3. Método Estadístico:**

A través de este método se presentó la información recopilada en el transcurso del presente proyecto a través de cuadros y gráficos estadísticos.

### **2.4. Método Matemático:**

Este método sirvió de gran ayuda en el desarrollo del proyecto, se utilizó para realizar la parte matemática del proyecto es decir todas las operaciones matemáticas requeridas correspondiente a estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera.

## **3. TÉCNICAS**

### **3.1. Revisión bibliográfica:**

A través de esta técnica se realizó una investigación documental y bibliográfica, esta información se la obtuvo de las diferentes consultas en libros, revistas, folletos, internet y otras publicaciones que tienen relación con el tema objeto de estudio, para tener claro el significado de cada término aplicado en el desarrollo del presente proyecto.

### **3.2. Encuesta:**

La encuesta se diseñó y se aplicó con la finalidad de obtener los resultados buscados para llevar a cabo el proyecto a los consumidores de la ciudad de Gualaquiza, la misma que brindó toda la información acerca de la acogida que tendrá el servicio de cafetería en el mercado. En la cual constaron un número de preguntas enfocadas a recolectar información necesaria.

### 3.3 Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó en consideración a las familias del cantón Gualaquiza que son de 1267 familias.

Para obtener el número de encuestas se aplicó la siguiente formula:

#### FORMULA

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

**n**= tamaño de la muestra

**Z**= nivel de confianza (1,96)

**N**= población del centro cantonal 6291 habitantes, lo que equivale a 1267 familias.

**P**= probabilidad de éxito (0,50)

**Q**= probabilidad de fracaso (0,50)

**e** = 5 → 0,05 Margen de error.

$$n = \frac{(1,96)^2(1.267)(0,50)(0,50)}{(0,05)^2(1.267 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{3,84 * 1267 * 0,25}{(0,0025)(1.267) + 3,84 * 0,25}$$

$$n = \frac{1.207}{4,12}$$

**n = 292 Familias Encuestadas**



Para la aplicación de las encuestas que son 292 se tomó los 13 barrios del cantón Gualaquiza, provincia de Morona Santiago, para lo cual se distribuyó las mismas a cada uno de ellos. A los 10 primeros barrios se aplicó 28 encuestas tomando como referencia que cada barrio tiene 7 cuadras, en donde se efectuó 4 encuestas a las 4 primeras casas, para el último barrio se consideró aplicar 12 encuestas, en este barrio existen 4 cuadras es decir se aplicó 3 encuestas por cada cuadra a las 3 primeras casas,

Esta aplicación de encuestas permitió conocer la información necesaria para conocer demanda que tendrá la cafetería.

## **PROCEDIMIENTO**

Una vez obtenido el número y el modelo de encuestas a aplicar a las familias del cantón Gualaquiza se buscó la forma adecuada para obtener la información necesaria las mismas que fueron dirigidas y distribuidas a las familias de cada barrio

Luego de obtener los datos necesarios se procedió a realizar el análisis e interpretación de dicha información, la misma que sirvió como base para determinar la demanda potencial real y efectiva.

Así mismo se aplicó 10 encuestas a los locales que prestan el servicio de comidas y bebidas rápidas para determinar la competencia existente en el mercado.

Posteriormente se desarrolló el estudio técnico en donde se pudo establecer que el nuevo servicio se ubicará en el barrio Central en las calles Gonzalo

Pesantez y Domingo Comín, al mismo tiempo se pudo determinar la capacidad instalada y utilizada del servicio.

Una vez establecidos los datos necesarios se procedió a desarrollar el estudio financiero en donde se establece los costos que generará al implementar este servicio dentro del cantón, permitiendo conocer el monto de la inversión necesaria.

En la evaluación financiera a través de cada indicador como el VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad, se determinó la rentabilidad del proyecto.

## f. RESULTADOS

### 1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS USUARIOS.

El presente estudio se realizó con la finalidad de realizar un estudio de mercado para analizar la factibilidad de la implantación de una Cafetería en el Cantón Gualaquiza provincia de Morona Santiago, para la realización del presente estudio se utilizó como herramienta de trabajo las encuestas las mismas que fueron dirigidas a las familias o a un representante de cada hogar del cantón Gualaquiza.

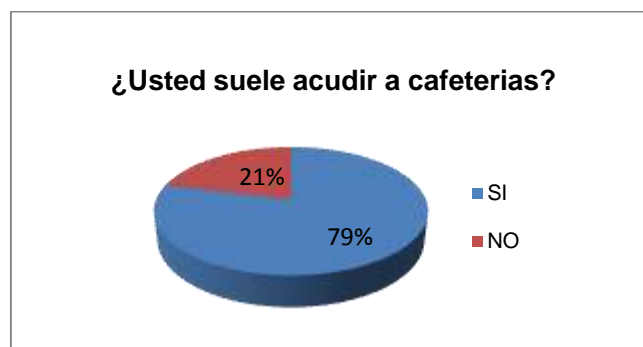
#### 1. ¿USTED SUELE ACUDIR A CAFETERÍAS?

CUADRO # 1		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	230	79%
No	62	21%
<b>Total</b>	<b>292</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta al usuario

Elaboración: La Autora

#### GRAFICO # 1



De los encuestados el 79% han visitado cafeterías, ya que las mismas han venido siendo un punto de reunión público, pero también han cobrado un atractivo especial por sus propuestas de estancias, para leer, conversar, todo ello acompañado de una amplia variedad de bebidas a base de café, con

diversos accesorios, complementos y presentaciones, mientras que el 21% indicaron que no suelen acudir a cafeterías ya que no es de su agrado consumir alimentos y bebidas fuera de casa y otros porque los lugares no son adecuados para la ocasión.

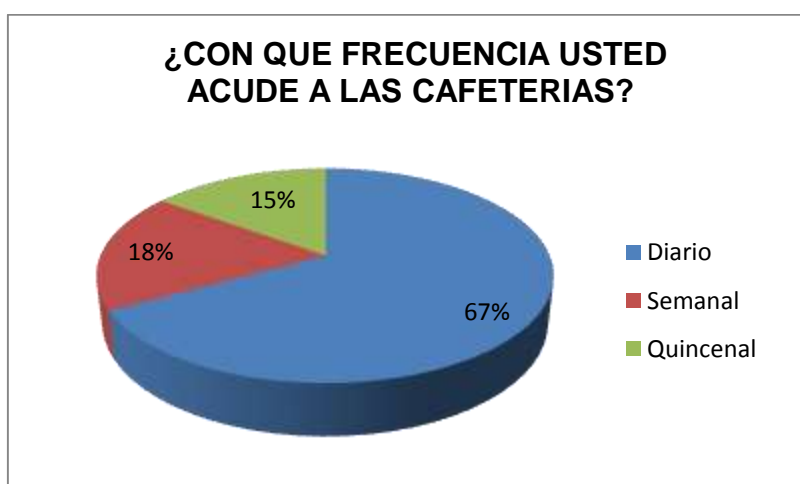
Esto nos indica que en el cantón Gualaquiza si hay costumbre de acudir a cafeterías

## 2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED ACUDE A LAS CAFETERÍAS?

CUADRO # 2					
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TIEMPO	VISITAS TOTAL	VISITAS PROMEDIO ANUAL
Diario	154	67%	356 días	56210	$x = \frac{\sum F(X_m)}{N}$ $x = \frac{59252}{230}$
Semanal	41	18%	52 semanas	2132	
Quincenal	35	15%	26 quincenas	910	
TOTAL	230	100%		59252	

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora



En el presente cuadro estadístico se puede observar que el 67% de la población visitan cafeterías diariamente ya que consideran que es de mucho agrado frecuentar la misma, el 18% lo hacen semanal, y mientras que el 15% de la población casi no es de su agrado por lo que visitan mensualmente.

Se concluye que tienen un promedio de 258 visitas al año.

### 3. ¿CUÁL ES EL PROMEDIO DE PAGO POR SERVICIO DE CAFETERÍA?

CUADRO # 3					
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	F(Xm)	Porcentaje	PAGO PROMEDIO
\$1,00 a \$5,00	180	3	540	78%	$x = \frac{\sum F(Xm)}{N}$ $x = \frac{1131}{230}$ <b>\$4,92</b>
\$5,01 a \$10,00	50	7,5	375	22%	
<b>TOTAL</b>	230	11	1131	100%	

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

El 78 % de las familias manifiestan que el promedio que pagan por el servicio es de \$ 1,00 a \$ 5,00 lo que les parece un precio moderado, mientras que el 22% pagan un promedio de \$5,01 a %10,00 consideran que este precio es un poco elevado por los servicios que reciben.

Lo que nos permite incluir en un nicho de mercado obteniendo un pago promedio de \$ 4,92 los mismos que están incluidos los costos de producción.

#### 4. ¿LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONSUMÍ EN DICHS LUGARES FUERON DE SU AGRADO?

CUADRO # 4		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	200	87%
No	30	13%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los usuarios  
Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 2



Las personas supieron responder con un 87% que los alimentos y bebidas que ingirieron fueron de mucho agrado por lo que salieron muy satisfechas de dichos lugares, mientas que el 13 % nos supo manifestar que los productos que consumieron no cumplieron sus expectativas por lo que deben mejorar la calidad de su servicio.

**5. ¿DURANTE EL TIEMPO QUE USTED HA SIDO CLIENTE DE LAS CAFETERÍAS HA PARTICIPADO DE ALGÚN TIPO DE PROMOCIÒN?**

<b>CUADRO #5</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	0	0%
No	230	100%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO N° 3**



De las 292 encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Gualaquiza el 100% nos manifestó que nunca han sido participes de promociones de ningún tipo, lo mismo que viene a ser una debilidad por parte de la competencia.

Se concluye según los datos obtenidos que ningún local de alimentos y bebidas del cantón no brindan ningún tipo de promociones.

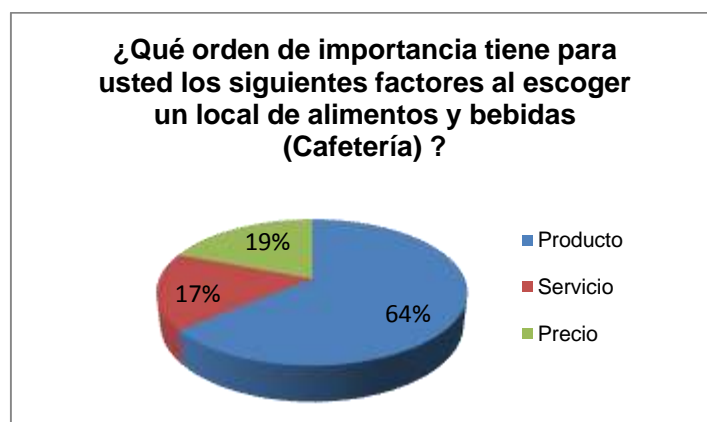
**6. ¿QUÉ ORDEN DE IMPORTANCIA TIENE PARA USTED LOS SIGUIENTES FACTORES AL ESCOGER UN LOCAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (CAFETERÍA)?**

<b>CUADRO #6</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Producto	147	64%
Servicio	39	17%
Precio	44	19%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO N° 4**



De los encuestados el 64% determinan que el principal factor es el producto por lo que las personas se inclinan por alimentos de calidad, el 19% se fijan en el precio, y el 17% optan por el servicio. Cabe recalcar que el cliente no le interesa mucho el precio, para ellos lo importante es el producto de calidad así como la atención personalizada.



**7. ¿LE GUSTARÍA QUE EXISTA UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (CAFETERÍA), DIFERENTE A LOS ACTUALES?**

<b>CUADRO #7</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	220	96%
No	10	4%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO N° 5**



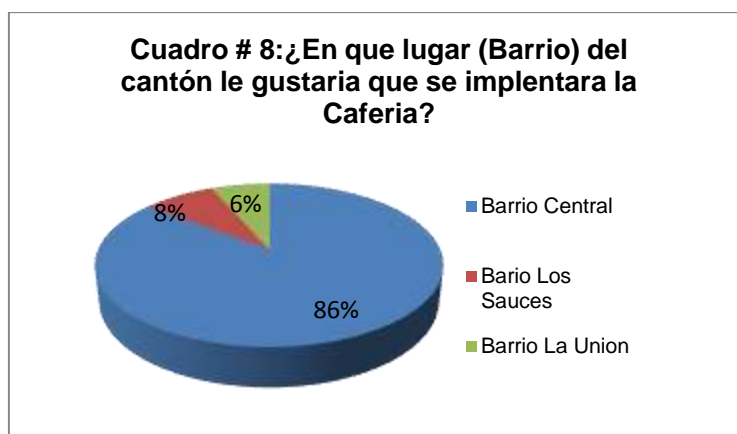
Por otro lado las familias, desea que exista un sitio diferente y alternativo al existente, por lo que hubo como resultado favorable un 96% si acudiría y solo un 4% no lo haría lo cual permite que exista una cafetería con una amplia oferta de productos y servicios para el consumidor actual

**8. ¿EN QUÉ LUGAR (BARRIO) DEL CANTÓN LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTARA LA CAFETERÍA?**

<b>CUADRO # 8</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Barrio Central	197	86%
Barrio Los Sauces	18	8%
Barrio La Unión	15	6%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios  
**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO N° 6**



Las familias de la ciudad de Gualaquiza supieron darnos a conocer que de preferencia para la implementación de la nueva cafetería el 86% prefieren que sea ubicada en el barrio Central zona céntrica del cantón, seguido por el 8% en el Barrio los Sauces y con el 6% el Barrio la Unión.

**9. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE CAFETERÍA?**

<b>CUADRO # 9</b>					
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>Xm</b>	<b>F(Xm)</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>PAGO PROMEDIO</b>
<b>\$1,00 a \$5,00</b>	170	3	510	74%	$x = \frac{\sum F(Xm)}{N}$
<b>\$5,01 a \$10,00</b>	60	7,5	450	26%	
<b>TOTAL</b>	<b>230</b>		<b>960</b>	100%	<b>\$ 4,17</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

El 74% de las personas encuestadas estarían dispuestos a pagar por el servicio una promedio de \$1,00 a \$5,00 el mismo les parece un precio justo por el servicio mientras que el 26% pagarían \$5,01 a \$ 10,00 siempre y cuando el servicio sea de calidad, dándonos un valor promedio de pago por consumo de \$4,17 este valor nos servirá para determinar en precio promedio por servicio de la cafetería.

**10.¿QUÉ PROMOCIONES LE GUSTARÍA RECIBIR SI SE IMPLEMENTARA ESTE NUEVO LOCAL?**

<b>CUADRO #10</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Descuentos	200	87%
Combos	197	86%

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

En el presente cuadro estadístico se observa que el 87% de las personas encuestadas les gustaría recibir descuentos, mientras que el 86% es de su preferencia que se brindaran combos. Esto nos servirá para incrementar promociones innovadoras a la cafetería a implementarse.

**11. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS Y ATRIBUTOS LE GUSTARÍA QUE TENGA LA CAFETERÍA PARA QUE DECIDA CONSUMIR SUS PRODUCTOS?**

<b>CUADRO #11</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Limpieza	200	87%
Variedad de Productos	230	100%
Calidad en la preparación	183	80%
Atención rápida y cordial	166	72%
Presentación del producto	93	40%

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

El 100% de las personas encuestadas nos manifestaron que la variedad de productos es un factor importante al momento de hacer uso de sus servicios, seguido por la limpieza con el 87% el mismo que tiene que ver con la presentación del nuevo local, el 80% nos manifestaron que la calidad en la preparación de los productos influye mucho en el perfil personal el mismo que viene a ser parte del servicio, el 72% nos indicaron que la buena atención refleja una actitud positiva y el 40% inclinándose en la presentación del producto el mismo que muestra la imagen de la cafetería.

**12. ¿MARQUE LOS PRODUCTOS QUE LE GUSTARÍA A SU FAMILIA  
ENCONTRAR EN LA CAFETERÍA?**

<b>CUADRO #12</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Café	230	100%
Bolones	189	82%
Humitas	229	100%
Tamales	213	93%
Tortillas de maíz o verde	110	48%
Sanduches	148	64%
Tostadas	137	60%
Patacones	114	50%
Empanadas	146	63%
Tortas	90	39%
Ensalada de brutas	127	55%
Otros	50	22%

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

Como se puede dar cuenta en la tabla la población tienen diferentes gustos y preferencias, de acuerdo a los resultados se obtuvo el 100% en el café y humas, el 93% en tamales, 82% bolones, 64% y 63% en sanduches y empanadas, 60% tostadas, 55% ensaladas de frutas, 50% patacones, 48% tortillas de verde, 39% ensaladas de frutas y el 22% nos manifestó que optan por otros productos.

Se concluye que la población entre sus gustos favoritos está el café las humas, tamales y bolones seguido de los sanduches, empanadas, tostadas, ensaladas de frutas, patacones, tortillas de verde, ensaladas de frutas así mismo nos dieron a conocer que tienen otros gustos como las hamburguesas, capuchino, chocolates, batidos, aguas aromáticas, lasañas entre otros, etc.

**13.¿PARA SU FAMILIA QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES DE SU PREFERENCIA PARA OBTENER INFORMACIÓN DE LA CAFETERÍA?**

<b>CUADRO #13</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TV	160	70%
Radio	225	98%
Prensa Escrita	37	16%
Internet	150	65%

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

Según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Gualaquiza, indicaron que el 98% les gustaría recibir información sobre la implementación de una nueva cafeterita a través de la Radio 96.5 Sentimientos y la 101.3 Cenepa. Un 70% manifestaron que es de su agrado la Televisión sintonizando el Canal de la Provincia y cabe recalcar que no se queda atrás los avances tecnológicos como el Internet con un 65% ya que en la actualidad la mayoría tienen este servicio, con respecto a la prensa escrita el 16% nos informaron que les gustaría recibir información por medio de este medio.

Se determina que la población del cantón Gualaquiza tienen como preferencia escuchar la radio por medio de las cuñas radiales.

**14.¿EN QUÉ HORARIO LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN  
SOBRE ESTE PRODUCTO?**

<b>CUADRO #14</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
9 a 12 am	217	94%
12 a 15pm	79	34%
15 a 18 pm	209	91%
18 a 21 pm	25	11%

**Fuente:** Encuesta a los usuarios

**Elaboración:** La Autora

Nos supieron manifestar que les gustaria recibir informacion sobre la cafeteria en distintos horarios entre ellos tenemos con un 94% de 9 a 12am, el 91% nos digeron que tambien les agrada el horario de 15 a 18pm ya que la mayoria y dependiendo el ligar de trabajo acostumbran a laborar escuchando un medio de comunicaci3n,el 34% les agrada el horario de 12 a 15pm y el 11% el horario de 18 a 21pm.

Por lo que se puede concluir que una estrategia para poner en marcha y darse a conocer como empresa poner cuñas radiales y spot publicitarios en la mañana de 9 a 12am y de 15 a 18pm.

## **2 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LA COMPETENCIA.**

Para determinar la oferta se aplicó una herramienta, como es la encuesta a los locales que prestan los servicios de comidas rápidas en el cantón Gualaquiza.

Para ello se aplicó 10 encuestas lo cual se estableció considerando que son todos los locales que ofrecen el servicio, es decir se realizó un censo, lo mismo que se detalla a continuación:

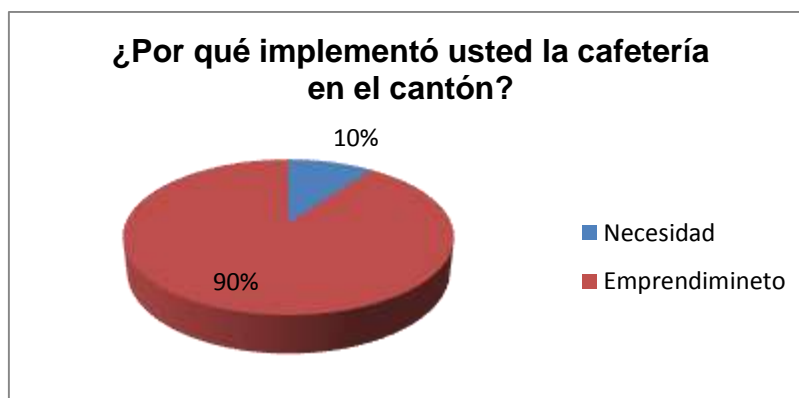
### **1. ¿POR QUÉ IMPLEMENTÓ USTED LA CAFETERÍA EN EL CANTÓN?**

<b>CUADRO # 15</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Necesidad	1	10%
Emprendimiento	9	90%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la competencia

Elaboración: La Autora

### **GRAFICO # 7**



Según las encuestas dirigidas a los ofertantes del servicio una de los motivos por lo que implementó su negocio es el emprendimiento con el 90%, y el 10% nos mencionó que fue por necesidad..



## 2. ¿QUÉ TIENEN POR PREFERENCIA SUS CLIENTES?

CUADRO # 16		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Café	10	100%
Bolones	8	80%
Humitas	10	100%
Tamales	10	100%
Tortillas de maíz o verde	8	80%
Sanduches	10	100%
Tostadas	10	100%
Patacones	8	80%
Empanadas	10	80%
Tortas	8	80%
Ensalada de brutas	10	100%

**Fuente:** Encuesta a la competencia

**Elaboración:** La Autora

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que en el ciudad de Gualaquiza las familias tienen por preferencia al café con el 100%, humas, tamales, sanduches, tostadas, ensaladas de frutas, mientras que el 80% prefieren los bolones, tortillas de maíz, patacones, empanadas, tortas.

Esto pregunta ayudara a determinar los diferentes gustos de los consumidores.

## 3. ¿CUÁL ES SU HORARIO DE ATENCIÓN?

CUADRO # 17		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	10	100%
Tarde	10	100%
Noche	10	100%

**Fuente:** Encuesta a la competencia

**Elaboración:** La Autora

Según las encuestas aplicadas el 100% nos manifestó que suelen atender en la mañana, tarde y noche.

**4. ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE CLIENTES QUE DIARIAMENTE HACEN USO DE SU SERVICIO?**

CUADRO # 18					
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	F(Xm)	PORCENTAJE	VISITAS PROMEDIO ANUAL
1 a 30 personas	10	15,5	155	100%	$x = \frac{\sum F(X_m)}{N}$
31 a 60 personas	0	45,5	0	0%	$x = \frac{155}{10}$  <b>15 visitas diarias</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>155</b>	<b>100%</b>	<b>5.475 ANUALES</b>

**Fuente:** Encuesta a la competencia

**Elaboración:** La Autora

De acuerdo los resultados obtenidos en las encuestas nos supieron manifestar que un promedio de 1 a 30 personas diariamente acuden a una cafetería lo que viene hacer un porcentaje del 100%,Y teniendo un promedio de visitas anual de 57 visitas.

**5. ¿USTED OFRECE PROMOCIONES POR EL SERVICIO DE CAFETERÍA?**

CUADRO # 19		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a la competencia

**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO # 8**



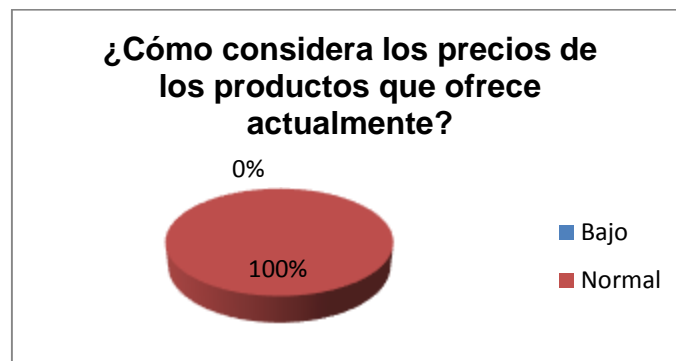
El 100% de las encuestas aplicadas a la competencia nos manifestó que no brindan promociones, la misma que nos ayudara a saber las oportunidades para poder brindar promociones para así llamar la atención de los usuarios.

**6. ¿CÓMO CONSIDERA LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE ACTUALMENTE?**

CUADRO # 20		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	0	0%
Normal	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la competencia  
Elaboración: La Autora

**GRAFICO # 9**



Una vez obtenido los resultados se determina que el 100% consideran el precio de los productos como normal.

### 7. ¿CUÁLES SON SUS CLIENTES MÁS FRECUENTES?

CUADRO # 21		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Locales	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la competencia  
Elaboración: La Autora

GRAFICO # 10



De acuerdo a las encuestas aplicadas a los consumidores nos supieron manifestar que el 100% de los usuarios son clientes locales.

### 8. ¿DÓNDE ADQUIERE USTED LA MATERIA PRIMA PARA PONER EN FUNCIONAMIENTO SU CAFETERÍA?

CUADRO # 22		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercados	10	100%
Comerciales	10	100%
Fuera de cantón	8	80%

Fuente: Encuesta a la competencia  
Elaboración: La Autora

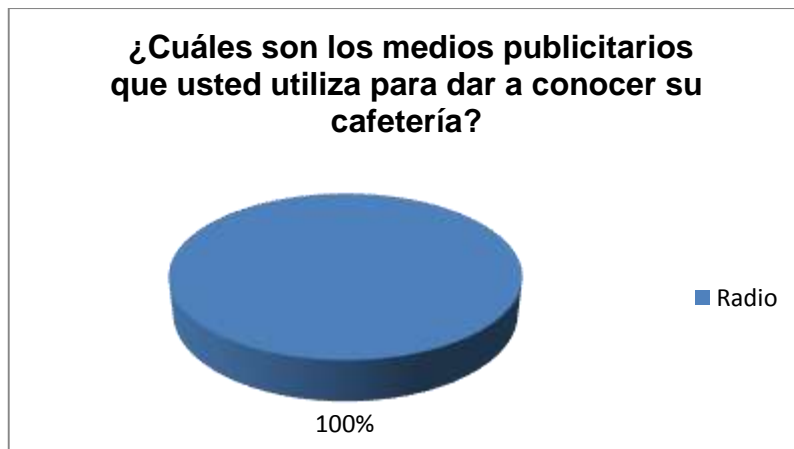
Los datos nos manifiestan que el 100% de los ofertantes adquieren la materia prima en los mercados y comerciales y el 80% la obtienen fuera del cantón.

**9. ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS PUBLICITARIOS QUE USTED UTILIZA PARA DAR A CONOCER SU CAFETERÍA?**

<b>CUADRO # 23</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	10	100%

**Fuente:** Encuesta a la competencia  
**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO # 11**



Según las encuestas aplicadas a los ofertantes del servicio nos manifestaron que por lo general ellos se hacen conocer por medio de la radio con el 100% utilizando los medios locales como son la radio sentimientos 96.5 FM y la radio Cenepa 101.3 FM.

## **g. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado constituye una fuente de primera importancia, tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios.

Para una correcta información y preparación se debe considerar algunos aspectos relacionados con los proveedores, los competidores, los distribuidores y consumidores. Los mismos que proporcionan información útil para evaluar el proyecto.

**Servicio principal:** Es la descripción del servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario.

**Nueva unidad productiva:** “CAFETERÍA”

**Servicio sustituto:** Son aquellos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de necesidades en este caso tenemos a Canela y Café, los Pinchos. Restaurantes.

**Mercado demandante:** El mercado demandante para la nueva unidad productiva dedicada a prestar el servicio de cafetería será la población de la ciudad de Gualaquiza provincia de Morona Santiago.

### **1. ANALISIS DE LA DEMANDA**

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

La demanda se concibe como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

La cafetería está destinada a satisfacer las necesidades de las personas que buscan en el mercado actual calidad y variedad de productos, servicio personalizado, imagen y limpieza del local, así como también sus acabados y elementos decorativos y ubicación del mismo, está dirigido a hombres y mujeres que deseen disfrutar de un ambiente acogedor y familiar, para cumplir con las expectativas de los mismos, por lo que le convierte en una oportunidad.

### **1.1 Demanda Potencial**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.

<b>CUADRO # 24</b>	
<b>PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL</b>	
<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>0,015 (1,5%)</b>
<b>POBLACION</b>	<b>6.291</b>
<b>AÑO</b>	<b>FAMILIAS</b>
0	1.267
1	1.286
2	1.305
3	1.325
4	1.345
5	1.365
6	1.385
7	1.406
8	1.427
9	1.449
10	1.470
<b>Fuente:</b> Datos del INEC (Censo 2010)	
<b>Elaboración:</b> La Autora	

En la ciudad de Gualaquiza existe un crecimiento poblacional del 1,5%, en la actualidad existen 6.291 habitantes en el centro cantonal de Gualaquiza según el censo poblacional 2010, de lo cual equivale a 1267 familias, multiplicando el porcentaje de la tasa de crecimiento por la población tenemos proyectado que en diez años existirá una demanda potencial de 1.470 familias.

## **1.2. DEMANDA REAL**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o se utiliza de en un determinado bien o servicio.



<b>CUADRO # 25</b>		
<b>PRYECCION DE LA DEMANDA REAL</b>		
<b>AÑO</b>	<b>FAMILIAS</b>	<b>DEMANDA REAL 79%</b>
0	1267	1001
1	1286	1016
2	1305	1031
3	1325	1047
4	1345	1062
5	1365	1078
6	1385	1094
7	1406	1111
8	1427	1128
9	1449	1144
10	1470	1162
<b>Fuente:</b> Cuadro # 1 ,24		
<b>Elaboración:</b> La Autora		

Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas tenemos que la demanda potencial es del 79% (Cuadro # 1), con un numero de 1267 familias para el primer año serán nuestros demandantes reales 1001 familias, y proyectada a 10 años tendremos que de las 1470 familias ,1162 familias serán las que consumirán en la cafetería.

### **1.3. DEMANDA EFECTIVA**

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.

CUADRO # 26				
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA				
AÑO	DEMANDA REAL 79%	DEMANDA EFECTIVA 96%	PROMEDIO VISITAS ANUAL (258)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA TOTAL ANUAL
0	1.001	961	258	247.938
1	1.016	975	258	251.550
2	1.031	990	258	255.420
3	1.047	1.005	258	259.290
4	1.063	1.020	258	263.160
5	1.078	1.035	258	267.030
6	1.095	1.051	258	271.158
7	1.111	1.067	258	275.286
8	1.128	1.083	258	279.414
9	1.145	1.099	258	283.542
10	1.162	1.115	258	287.670

Fuente: Cuadro #2,7 25  
Elaboración: La Autora

Según los resultados de las encuestas existe una demanda real del 79% (Cuadro #2), y una demanda efectiva del 96 % ( Cuadro #7), de las familias que serán nuestros consumidores, con un promedio de 258 visitas anuales obteniendo así una demanda efectiva para el primer año de 247.938 representantes de cada familia y proyectada a 10 años tendremos 287.670 representantes de familia.

## 2. OFERTA:

Es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio determinado y bajo ciertas condiciones.

## **2.1. ANALISIS DE LA OFERTA:**

Es importante analizar la oferta para determinar las condiciones del mercado con referente a la situación actual de la competencia, para ello se realizó 10 encuestas dirigidas a la competencia de la ciudad de Gualaquiza, considerando que son pocos los locales que prestan el servicio de comidas rápidas.

En base a los datos obtenidos se realizó la tabulación e interpretación de las entrevistas.

## **2.2. DEMANDA INSATISFESCHA**

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta al menos en parte por el proyecto dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Para determinar la Demanda insatisfecha tomamos en cuenta la diferencia que existe entre la demanda y la oferta (Cuadro #2 y Cuadro #18), determinando en el siguiente resultado con base al número de familias del centro cantonal de Gualaquiza.

### CUADRO # 27

<b>DEMANDA EFECTIVA ( promedio de visitas)</b>	<b>OFERTA ACTUAL ( promedio de visitas)</b>	<b>PROYECCION DEMANDA INSATISFECHA TOTAL DIARIA %</b>
247.938	5475	242.463

**Fuente:** Cuadro # 2, 18 26,

**Elaboración:** La Autora

La demanda insatisfecha para el servicio de cafetería dirigida a las familias de la ciudad de Gualaquiza es de 242.463 visitas anuales con un promedio de \$4,92 (cuadro # 3).

En este caso, los servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen las necesidades de los demandantes. Aquí se pretende lograr el desarrollo de un nuevo servicio de cafetería para así satisfacer la demanda insatisfecha existente por medio de un servicio mejorado que corrija las diferencias de los locales ya existentes.

### 2.3. PARTICIPACION EN EL MERCADO

De las 242.463 representantes de familia que se encuentran determinadas como demanda insatisfecha, el presente proyecto de inversión tiene proyectado abastecer el 21%, de la demanda insatisfecha que en resumen nos da 200 personas al día que acudirán a la cafetería, dentro del local se tiene una capacidad de 25 sillas para ser ocupadas en cada hora por los clientes, por lo tanto en el lapso de la 8 horas laborables se atenderá a 52.800 personas al año.

### **3. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

#### **3.1. SERVICIO**

- El servicio que ofrece la cafetería será de acuerdo a las necesidades que existen en los clientes, presentando una variedad de productos satisfaciendo los gustos de los consumidores, además creando un lugar un lugar de esparcimiento en donde se pueda compartir momentos gratos ya sea con amigos, compañeros de trabajo o familiares.
- Atención al cliente con un servicio rápido y cordial.
- Variedad de servicios.

#### **3.2. PRECIO**

Para la determinación del precio no existe ninguna fórmula que garantice tomar decisiones correctas, en vista de que la oferta de bienes o servicios se diversifican, lo cual ha dado lugar a que la fijación de los precios este determinado por las leyes de oferta y la demanda, tomando como referencia el precio existente en el mercado (COMPETENCIA)

- El precio de venta a los productores se lo determina tomando referencia del promedio de la competencia
- Se efectuara un estudio de las condiciones económicas de los consumidores de servicio.
- Precio de temporadas que se darán en fechas especiales, contratos y estudiantes.

- Precio de entrada al mercado, creando en los clientes una satisfacción del servicio.

### **3.3. PLAZA**

- La creación de la empresa del servicio de Cafetería tendrá lugar en la ciudad de Gualaquiza provincia de Morona Santiago
- La estrategia principal es que la empresa se ubicara en la zona céntrica del cantón Gualaquiza, ya que será de fácil acceso para los clientes locales y turista.
- La empresa se ubicara en la plaza apropiada que permitirá captar gran parte del mercado proyectado, considerando que el lugar es uno de los de mayor circulación ya que se encuentra rodeado de las instituciones de la ciudad.
- La ubicación de la empresa es una de las exigencias más importantes del cliente complementando con el buen servicio que se ofrece.

### **3.4. PROMOCIÓN**

La promoción es un mecanismo que permite promocionar los bienes o servicios en la mente de los consumidores, utilizando las herramientas de la publicidad, promociones.

#### **3.4.5 PUBLICIDAD**

**CÚÑAS RADIALES.-** Se difundirá por medio de las radios más populares de la ciudad como Radio Sentimientos 96.5 FM y Radio Cenepa 101.3 FM , todos los anuncios de la nueva cafetería.

CUADRO # 28				
CÚÑAS PUBLICITARIAS				
Radio Sentimiento 96.5 FM Y Radio Cenepa 101.3 FM				
HORA	NÚMERO DE CUÑAS	DURACIÓN	COSTOS	
			MENSUAL (30 DÍAS)	ANUAL
8y30 am	4 cuñas al día	40 segundos	35,20	422,40
2pm				
4pm				
7pm				

**Fuente:** Radio Sentimiento y Radio Cenepa

**Elaboración:** La Autora

### 3.5. ESTRATEGIA DE VENTA

**COMBOS.-** Está será una promoción constante en la cual nuestros clientes podrán adquirir nuestros productos en combos previamente establecidos por nosotros, en donde el cliente gastará menos que si los comprará individualmente.

**DESCUENTOS.-** Los día miércoles se tendrá una promoción denominada “Miércoles Locos” en donde la segunda tasa de cualquiera de nuestras variedades de café estará a mitad de precio.

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo fundamental es determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

El estudio técnico comprende:

- ✓ Tamaño
- ✓ Localización

- ✓ Ingeniería del proyecto
- ✓ Estructura organizacional

## **4.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **4.1.1 Tamaño**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto objeto de estudio, 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
- ✓ Capacidad Instalada
- ✓ Capacidad Utilizada
- ✓ Abastecimiento de Materia Prima
- ✓ Tecnología Disponible
- ✓ Necesidad de Mano de Obra, entre otros.

El tamaño óptimo elegido debe ser únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto.

El local en el que se pondrá en marcha el proyecto se encuentra ubicado en la calle Gonzalo Pesantez y Domingo Comín en un espacio de 30 metros cuadrados. La capacidad instalada va de acuerdo con la demanda potencial



calculada para el proyecto, con la disponibilidad de capital para la puesta en marcha y con la tecnología disponible en el mercado. Se debe tomar en cuenta que la demanda será susceptible de incremento ya que los productos ofrecidos pueden llegar a sustituir los gustos y preferencias de consumo actuales por el valor diferenciador que estos tienen en cuanto a su bajo contenido en grasas.

Por tal motivo la Cafetería contará con: 5 mesas redondas con capacidad para 5 personas, lo que viene a ser una capacidad para atender a 25 personas en el lapso de una hora. En si la Cafetería contará con una capacidad instalada para atender a 200 personas diarias.

Se adquirirán maquinarias que tengan la suficiente capacidad para satisfacer la demanda actual y futura sin necesidad de inversiones adicionales. La adquisición de los insumos es relativamente fácil y rápida, por lo que no se constituye en un factor importante para determinar la capacidad instalada por temas de almacenaje.

#### **4.1.1.1 Capacidad Teórica**

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como:

- ✓ Temperatura
- ✓ Altitud
- ✓ Humedad, etc.

Que compone el medio ambiente en el que se instala la maquinaria.

Esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida la maquinaria de la fábrica es muy difícil instalar en lugares que reúnan las condiciones en la que esta máquina fue diseñada y construida.

#### 4.1.1.2. Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el con los recursos disponibles como el componente tecnológico y el recurso humano en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa, se mide en número de unidades producidas en determinada unidad de tiempo.

En este caso el recurso humano viene a ser el mesero el mismo que atenderá a 25 clientes en media de acuerdo al flujograma.

<b>CUADRO # 29</b>			
<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>			
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>			<b>247.938</b>
<b>CAPACIDAD POR HORA</b>	<b>CAPACIDAD POR DÍA (24 HORAS)</b>	<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	<b>% DE CAPACIDAD UTILIZADA</b>
25	600	219000	100%

Elaboración: La Autora

#### 4.1.1.3 Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

En proyectos nuevos, éste normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y posteriormente luego de transcurrido medio periodo de la vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

<b>CUADRO # 30</b>				
<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>				
<b>DEMANADA EFECTIVA</b>				<b>247.938</b>
<b>CAPACIDAD POR HORA</b>	<b>CAPACIDAD POR DÍA (8 HORAS)</b>	<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	<b>PARTICIPACION EN EL MERCADO</b>	<b>% DE CAPACIDAD UTILIZADA</b>
25	200	52800	21%	24%

Elaboración: La Autora

#### **4.1.1.4. Capacidad administrativa**

Se dice de la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes.

Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente.

#### **4.1.1.5. Capacidad financiera**

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones.

- Acceso a capital cuando lo requiere
- Grado de utilización de su capacidad de endeudamiento

- Facilidad para salir del mercado
- Rentabilidad, retorno de la inversión
- Liquidez, disponibilidad de fondos internos
- Comunicación y control gerencial
- Habilidad para competir con precios
- Inversión de capital, capacidad para satisfacer la demanda
- Estabilidad de costos
- Habilidad para mantener el esfuerzo ante la demanda
- Elasticidad de la demanda con respecto a los precios

#### **4.1.2. LOCALIZACIÓN**

##### **4.1.2.1 Macrolocalización.**

La empresa se encuentra ubicada en el Ecuador, Provincia de Morona Santiago, Cantón Gualaquiza, Cuidad Gualaquiza.

GRAFICO # 12



#### 4.1.2.2. Microlocalización

En este punto apoyado en planos urbanísticos se indica el lugar exacto en el cual se implementarían la empresa dentro de un mercado local.

GRAFICO # 13



#### DATOS GENERALES

**Provincia:** Morona Santiago

**Cantón:** Gualaquiza

**Población:** 17162 hab.

**Centro cantonal:** 6.336 hab.

**Idioma:** El Castellano y el Shuar

**Altitud:** 850 msnm. Aproximadamente en su centro cantonal.

**Extensión:** Gualaquiza cuenta con una extensión aproximada de 3.397 km<sup>2</sup>.

**Grupos Sociales:** Su población principal está compuesta por Etnia Shuar y Colonos Mestizos.

**Clima:** Esta favorecida con un clima Cálido Húmedo con una variación en temperatura.

### **Indicadores del cantón Gualaquiza**

#### **Demografía**

Población Urbana: 53.76%

Población Rural: 46.24%

Tasa promedio de crecimiento anual de la población: 1.5

Densidad poblacional (hab. / Km<sup>2</sup>) 7.1

### **ASPECTOS ECONÓMICOS CANTONALES**

Población Económicamente Activa (PEA):

Agricultura y Ganadería: 52,76 %

Manufactura, construcción, Comercio, Enseñanzas y Otras: 47,24%

#### **LIMITES:**

**Al Norte:** cantón Limón Indanza.

**Al Sur:** Provincia de Zamora Chinchipe

**Al Este:** República del Perú

**Al Oeste:** provincia del Azuay

### **ANTECEDENTES HISTORICOS.**

El 2 de octubre de 1816, Fray Prieto e Hilario Chica llegan a Gualaquiza y la fundan oficialmente. Al constituirse la República del Ecuador en 1830, Gualaquiza se integró como parte de la provincia del Azuay. Posteriormente,

mediante varios decretos ha pertenecido a diferentes provincias aledañas con distintas denominaciones y sin señalarse límites definitivos. Estos decretos se han expedido desde el año de 1852 hasta 1944, año en el que por Decreto Ejecutivo publicado en el Registro Oficial N° 63 del 16 de Agosto se crea el Cantón Gualaquiza en la provincia de Santiago-Zamora.

En 1953, a raíz de la creación de la provincia de Morona Santiago se integra al cantón Gualaquiza como parte de ésta con límites definidos. La mayor parte de su población proviene del Azuay, Cañar y Loja.

### **FIESTAS POPULARES.**

Se desarrolla como una costumbre tradicional en donde la comunidad se organiza para elegir a la reina de carnaval la misma que dirige un pregón lleno de alegría y colorido.

### **FIESTA RELIGIOSA**

El 24 de mayo Fiesta de la Virgen María Auxiliadora, donde miles de peregrinos se reúnen para rendir homenaje.

### **ARTESANIAS**

Entre los productores artesanales se pueden destacar aquellos que confeccionan la vestimenta, instrumentos de caza y adornos del pueblo shuar como son: coronas, colgantes, brazaletes, lanzas, flechas y cuchillos, utilizando como materia prima las plumas, pieles de tigre, culebras, semillas de árboles, huesos, chonta, etc.



## **COMIDAS Y BEBIDAS TIPICAS.**

Entre la comida representativas se encuentra las ancas de rana, pancitos de dulce horneados en leña. Y las bebidas más representativas es la, chicha de caña, chicha de chonta, chicha de yuca, bebidas que se comparten con la etnia Shuar.

### **4.1.2.3. Factores de localización**

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa entre estos factores tenemos

#### **❖ Abastecimiento de materia prima**

Para el proceso de producción en este tipo de Cafetería no es complejo y es de gran facilidad el conseguir los insumos requeridos en el mercado, mismos que cumplen con los requerimientos básicos de calidad y servicio planteados por la empresa. Actualmente existe gran cantidad de proveedores de alimentos relacionados con el tipo de producto ofrecido, quienes entregan oportunamente insumos de calidad, a precios y cantidades razonables durante todo el año.

#### **❖ Vías de comunicación**

**Ruta 1:** Loja – Zamora – Yanzatza – El Pangui – Gualaquiza.

**Ruta 2:** Cuenca – Gualaceo – Sigsig – Chiguinda – Gualaquiza.

**Ruta 3:** Desde la ciudad de Cuenca – Gualaceo – Plan de Milagro – San Juan Bosco – Gualaquiza.

**Ruta 4:** Desde la ciudad de Macas – Sucúa - Plan de Milagro – San Juan Bosco – Gualaquiza.

#### ❖ **Servicios básicos.**

En el barrio central donde se instalará la cafetería cuenta con todos los servicios básicos agua, luz, teléfono.

#### ❖ **Disponibilidad de mano de obra.**

En la ciudad de Gualaquiza se encontrará la mano de obra necesaria que pondrá en marcha dicha empresa.

#### ❖ **Cercanía al mercado**

Gualaquiza por ser una ciudad pequeña, existe la comodidad de encontrar todo al alcance por lo que el centro comercial (mercado) está a unos pocos metros del lugar donde se pondrá en marcha la Cafetería.

#### ❖ **Viabilidad técnica**

Antes de llevar a cabo un proyecto es importante considerar que para la implementación de la Cafetería que si se cuenta con la tecnología adecuada la misma que es de fácil accesibilidad siempre y cuando verificando factores como: durabilidad, mecanismos de control y si el lugar se encuentra adecuado y en buenas condiciones.

#### ❖ **Infraestructura.**

La infraestructura para la creación de la Cafetería se posee con un local amplio, en la zona central de la ciudad de Gualaquiza, se hará una inversión adecuada para el buen funcionamiento de la cafetería.

## ❖ Seguridad

En cuanto a la seguridad el barrio central por estar en la zona central cuenta con la accesibilidad inmediata de bomberos, policía, y servicios médicos, siempre y cuando tomando medidas de seguridad para así reducir el índice de emergencias.

La ciudad de Gualaquiza cuenta con algunas cooperativas de transporte como:

- Cooperativa 16 de Agosto
- Cooperativa de taxis Taxgual
- Cooperativa de taxis Ruamacon

## 4.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

Tienen como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción. Tienen que ver fundamentalmente planta industrial, la construcción su equipamiento y la características del servicio de la empresa, el objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario,

### 4.2.1. Componente tecnológico

Consiste en determinar la inversión que se va a realizar en maquinaria y equipos mismos que permitirán llevara efecto el proceso productivo y que este aborde a los niveles de producción esperada y de acuerdo a la demanda a satisfacer para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones de mercado pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) si no responder a las necesidades del proyecto, se debe evitar desperdicios de capacidad instalada que se debe considerar la expansión de producción.

#### 4.2.2. Infraestructura física

Se relaciona exclusivamente por la parte física de la empresa se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase de apertura.

En el caso de la Cafetería se ha considerado la idea de arrendar una sola planta, tomando en cuenta varios aspectos que sean favorables para optimizar el espacio que será ocupado por sus áreas.

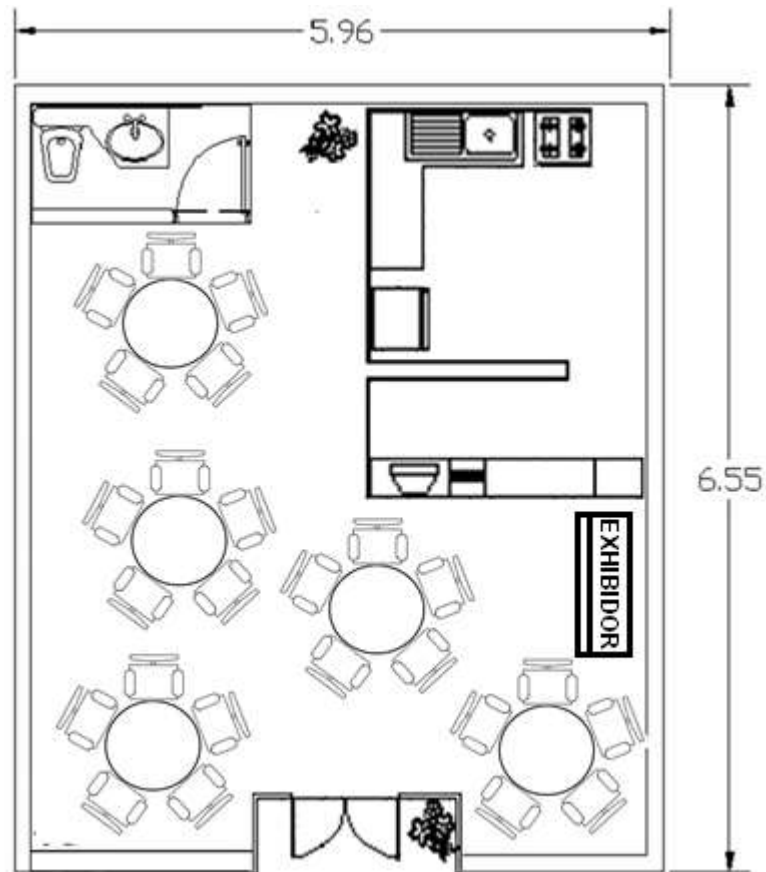
Para iniciar, el negocio contará con las áreas necesarias como: la de servicio (mesas), cocina (manipulación de alimentos y bebidas), baños (hombres y mujeres), también contara con un servicio de alarma.

<b>CUADRO # 31</b>			
<b>ITEM</b>	<b>SUPERFICIE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
ADECUACION DEL LOCAL	5,96*6,55	10,00	300,00

**Elaboración:** La Autora

## DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL

GRAFICO # 14



La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo más económica la operación de la planta cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador, para una óptima distribución de la planta se deben considerar los siguientes aspectos:

**Control.-** Todos los componentes necesarios para el proceso productivo deben permitir su control para su trabajo armónico

**Movilización.-** Todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo libre circulación del personal sin interrumpir otras operaciones

**Distancia.-** El flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos y movimientos adecuados sin ocasionar demoras debido a las distancias

**Seguridad.-** Todas las operaciones deben ejecutarse en condiciones que garanticen máxima seguridad al trabajar.

**Espacio.-** El espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones sino tridimensional o sea a lo largo, ancho y alto

**Flexibilidad.-** La distribución tiene que realizársela de manera que pueda reajustársela cuando las condiciones la requieran sin obstaculizar el trabajo

**Globalidad.-** La distribución debe permitir la integración de todos los procesos en un mismo ámbito

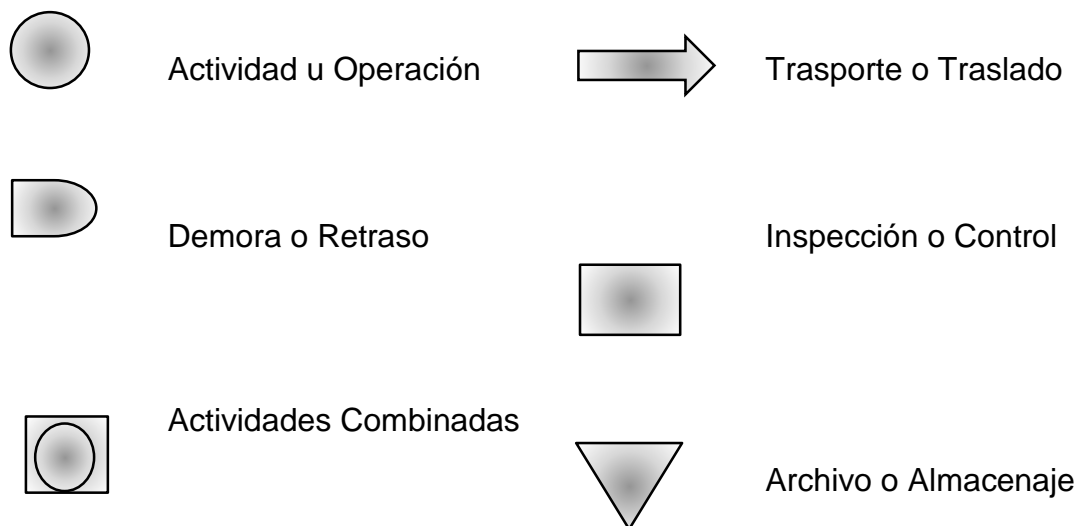
#### **4.2.3. PROCESO DEL SERVICIO**

En esta parte se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o se generará un servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle ya que en algunos casos estos se constituyen en información confidencial para manejo interno.

Posterior a ello se debe incluir un Flujograma de proceso es decir representar gráficamente el mismo indicando los tiempos para cada fase.

### 4.2.3.1 Simbología de Flujogramas

La simbología es un pilar muy importante para el diseño de los flujogramas, ya que son las representaciones de cada una de las funciones que se realiza dentro de las actividades de una empresa haciendo más comprensible su ejecución, por consiguiente, cada figura será utilizada para especificar las características propias de los procesos de trabajo.



### 4.2.3.2. Flujogramama de Procesos

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades que constan en el proceso de producción:

#### Proceso del Servicio de Atención al Cliente

- ❖ El proceso inicia cuando el cliente ingresa a la Cafetería.
- ❖ El mesero da la bienvenida y los ubica en sus mesas.
- ❖ El mesero les brinda la carta (menú).

- ❖ El cliente observa el menú y analiza lo que va a pedir, el mesero siempre debe sugerir algún complemento adicional al pedido, siempre y cuando el cliente este de acuerdo.
- ❖ El mesero toma la orden del cliente, el cual lo verifica repitiendo la orden.
- ❖ Mientras que comunicara al ayudante de cocina el pedido por medio de una nota, y empieza a preparar los alimentos.
- ❖ Una vez el cocinero termine la preparación de los productos los empatará y el ayudante complementara el pedido con las bebidas ya preparadas, comunicara al mesero para que este preceda a servir el pedido al cliente.
- ❖ Después de un tiempo prudencial el mesero se acercara a los clientes para verificar que se encuentren a gusto, preguntara si el cliente desea algo adicional, si es así gestionara con el ayudante la preparación de bebidas y alimentos de ser el caso.
- ❖ Si el cliente no tiene ningún requerimiento más procederá acercarse a caja se le entregara la factura del pedido. En el momento de recibir el dinero del cliente el cajero deberá decir en voz alta el o los billetes que le han sido entregados. Si hay que dar vuelto este será entregado junto con el ticket de compra (original)
- ❖ Finalmente se le agradece al cliente y el proceso finaliza despidiéndose de una forma muy cordial e invitándolo a que regrese.



### 4.3.3.3. FLUJOGRAMA DE SERVICIO

CUADRO # 32

DESCRIPCION	SIMBOLOGIA						TIEMPO
							
Ingreso del cliente a la cafetería.				X			10 segundos
Mesero da la bienvenida y los ubica en las mesas	X						10 segundos
Les ofrece la carta (menú).	X						10 segundos
Cliente analiza el menú y hace el pedido.		X					2 minutos
Mesero toma nota de la orden y la verifica			X				25 segundos
Entrega la nota (pedido) al ayudante de cocina y empieza la preparación.				X			20 segundos
Terminada la preparación comunicara al mesero para que despache el pedido	X						60 segundos
Cliente se sirve el pedido.			X				25 minutos
Cliente se acerca a caja (facturación del pedido)	X						15 segundos
Facturación	X						30 segundos
<b>TOTAL</b>							<b>30 MINUTOS</b>

Elaboración: La Autora

### 4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### VISIÓN:

Ser una empresa líder en el mercado para el año 2015 dedicada a prestar el servicio de Cafetería, ofreciendo a la sociedad calidad e higiene y una buena

atención al cliente los mismos que satisfaga las necesidades y deseos de los consumidores y a través de ello crecer como empresa junto con las personas que son parte de la misma.

### **MISIÓN:**

Ofrecer a nuestros clientes un producto de calidad para así lograr satisfacer las necesidades de los usuarios del servicio en el cantón Gualaquiza, ofreciendo el producto a precios cómodos de manera que estén de acuerdo a los requisitos del cliente.

### **OBJETIVOS:**

De entre los objetivos planteados para la empresa se puede mencionar los siguientes:

- ❖ Ser una empresa económicamente rentable, reconocida, con prestigio en el mercado y referente para la competencia.
- ❖ Satisfacer las necesidades de los consumidores del mercado.
- ❖ Generar nuevas fuentes de empleo.

### **VALORES:**

De entre los valores que se han considerado de importancia y que vale la pena rescatar al momento de referirnos a un tipo de empresa como es la empacadora de pollo al vacío son los siguientes:

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Compromiso

- ❖ Respeto
- ❖ Amabilidad
- ❖ Tolerancia

## **POLITICAS**

- Fomentar una buena comunicación entre los miembros de la organización que debe derivar en una relación cordial con los clientes.
- Fomentar las habilidades personales, que implica preparar la gente para que atienda, se comunique y se relacione con la misma.
- El cliente es el propósito de nuestro trabajo, por lo que merece un trato cordial y afectuoso.
- Permitir a los clientes expresar sus quejas, no interrumpirlos, esto permitirá corregir los errores y entender que una queja es una oportunidad para transformar la situación y crear un cliente leal.
- Entender que todos somos clientes de todos y por eso tratar a las personas como a usted le gustaría que lo traten.

### **4.3.1. ASPECTOS TRIBUTARIOS, LEGALES Y ADMINISTRATIVOS**

De la misma forma como la variables técnicas determinan de manera importante las inversiones y costos del proyecto hay un conjunto de variables relacionadas con la gestión que inciden en el resultado de la evaluación por la magnitud que pueden alcanzar en la estructura total de los egresos.

## **Aspectos tributarios**

Un elemento típico de costo que incluye directamente en cualquier proyecto de inversión es el tributario. En muchos casos tendrá un efecto negativo (expresándose con un mayor costo) sobre los flujos de caja pero en otros casos será positivos (beneficio por ahorros de impuestos)

“El efecto tributario se vincula al impuesto que enfrentan las empresas y que generalmente corresponde a un porcentaje sobre las utilidades del negocio a un porcentaje sobre su patrimonio.”<sup>4</sup>

En el caso de que exista un impuesto a las utilidades se deberá considerar como efecto indirecto el mayor pago que deberá hacerse por todo proyecto que genere un aumento en los beneficios de la empresa, de igual manera deberá incluirse el efecto tributario de cualquier unidad o pérdida por la venta de un activo por el aumento o disminución de costos, por el endeudamiento y la variación en los ingresos del negocio.

## **Estructura organizativa de la empresa**

Para conformar o constituir una empresa se debe cumplir con algunos requisitos:

---

<sup>4</sup> NASSIR Sapag chain.2007 Proyectos de inversión, formulación y evaluación- editorial PEARSON-prentice Hall Pág. 487.mexico

#### **4.3.1.1. Base Legal**

##### **➤ Acta Constitutiva**

Para la puesta en marcha del Cafetería se ha decidido crear una Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

La cafetería estará conformada como una Compañía de responsabilidad Limitada de acuerdo al art. 92 de la Ley de Compañías la misma que para su libre funcionamiento debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley:

##### **➤ Razón Social de la Empresa**

Es el nombre bajo el cual la empresa operara, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme la establece la ley.

La razón social de la empresa a conformarse es “L’K-FÉ” Cía. Ltda.

##### **➤ Domicilio**

La cafetería tendrá su domicilio en la Provincia de Morona Santiago, Cantón Gualaquiza, Ciudad Gualaquiza, ubicada en la parte céntrica, en las calles Gonzalo Pesantez y Domingo Comín (Barriao Central), contara con 2 socios los mismos que responden colectiva e indivisiblemente por las obligaciones de la

sociedad hasta el monto del total de las partes de inversiones no pagadas, de todos los socios, de acuerdo al estado de inscripción en el registro comercial.

➤ **Objeto de la sociedad**

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir, generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

El objeto de la Cafetería es brindar servicios de calidad con personal capacitado para así satisfacer las necesidades de nuestros clientes, la empresa prestara sus servicios en el Cantón Gualaquiza, Cuidad Gualaquiza

➤ **Capital social**

El capital social de compañía es del 33% del total de la inversión que será pagado en partes iguales por los socios, las mismas que estarán representadas por el certificado de aprobación correspondiente con la ley y estos estatutos.

➤ **Tiempo de duración de la empresa.**

El plazo de duración de la empresa es de 10 años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el registro mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorroga su plazo si así lo resolviere la Junta General de socios considerando la forma prevista por la ley.

➤ **Administradores**

La empresa contara con un gerente el cual responderá por las acciones de las mismas.

**GRAFICO # 15**

**IMAGEN CORPORTIVA DE LA EMPRESA**



**4.3.1.2. Estructura Empresarial**

De Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos especialmente el talento humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se

Representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

### **Niveles jerárquicos de autoridad**

Para lograr un buen funcionamiento de nuestra empresa, la organización administrativa de la Cafetería se basará en los siguientes niveles jerárquicos.

**Nivel Legislativo:** Para nuestra empresa representa el primer nivel de mayor jerarquía, pues está conformado por la Junta General de Socios, que estará conformada por cada uno de los socios cuya función principal será la de legislar sobre las políticas que se debe seguir en la empresa, establecer los procedimientos, reglamentos, resoluciones y demás aspectos de mayor importancia.

**Nivel Ejecutivo:** Comprende el segundo nivel de jerarquía, constituido por la gerencia, encargada de planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar las actividades administrativas financieras y comerciales de la empresa, tomando decisiones, empleando políticas, normas y reglas establecidas para sostener la organización.

**Nivel Asesor:** Lo integra el Asesor Jurídico, en la empresa cumplirá trabajo el temporal, en caso de requerirse se solicitará sus servicios profesionales, su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.



**Nivel Operativo:** Lo integran los responsables de ejecutar las actividades básicas operativas del servicio de cafetería como son la cajera, mesero cocinero.

#### **4.3.2. ORGANIGRAMAS**

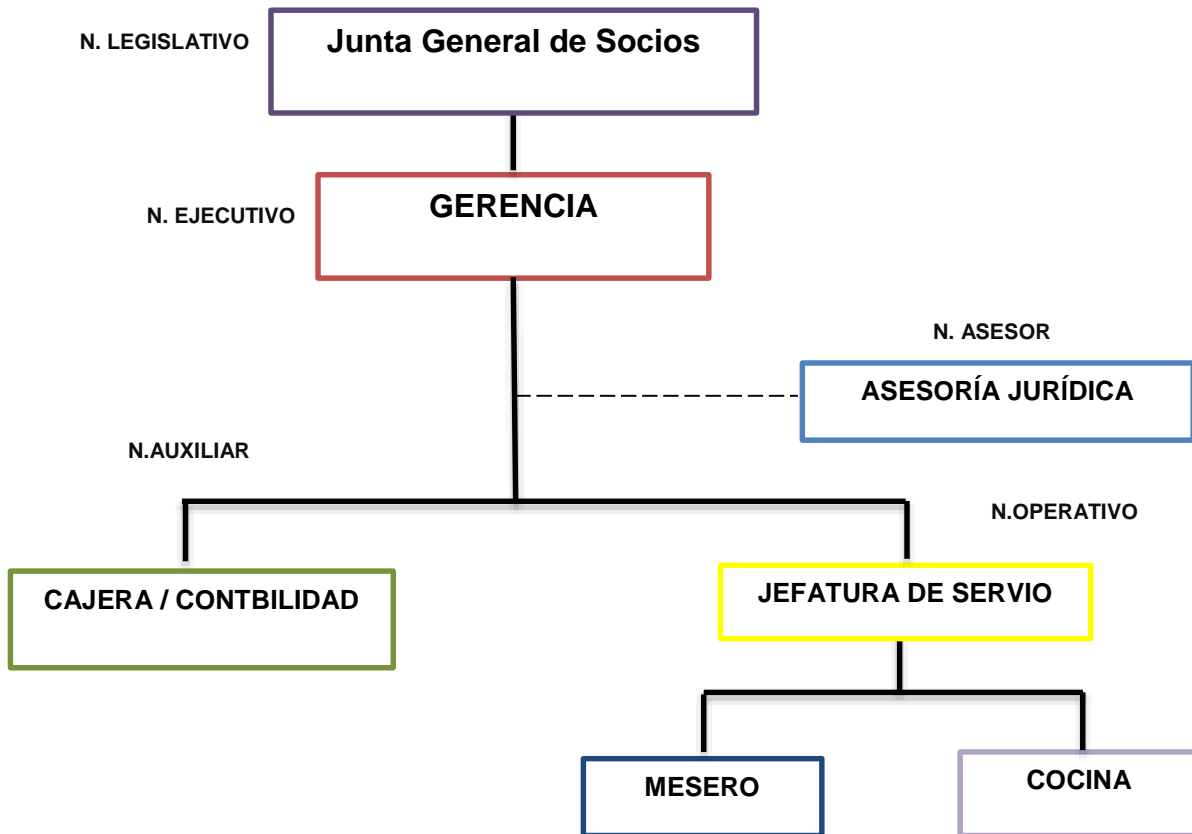
Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

##### **Organigrama estructural**

Es conveniente que la estructura orgánica de la cafetería, cuente con una representación gráfica estructural de sus áreas, en la que se trata de establecer delegados para el control de las mismas.

## GRAFICO # 16

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL: "L'K-FÉ CÍA.TDA"



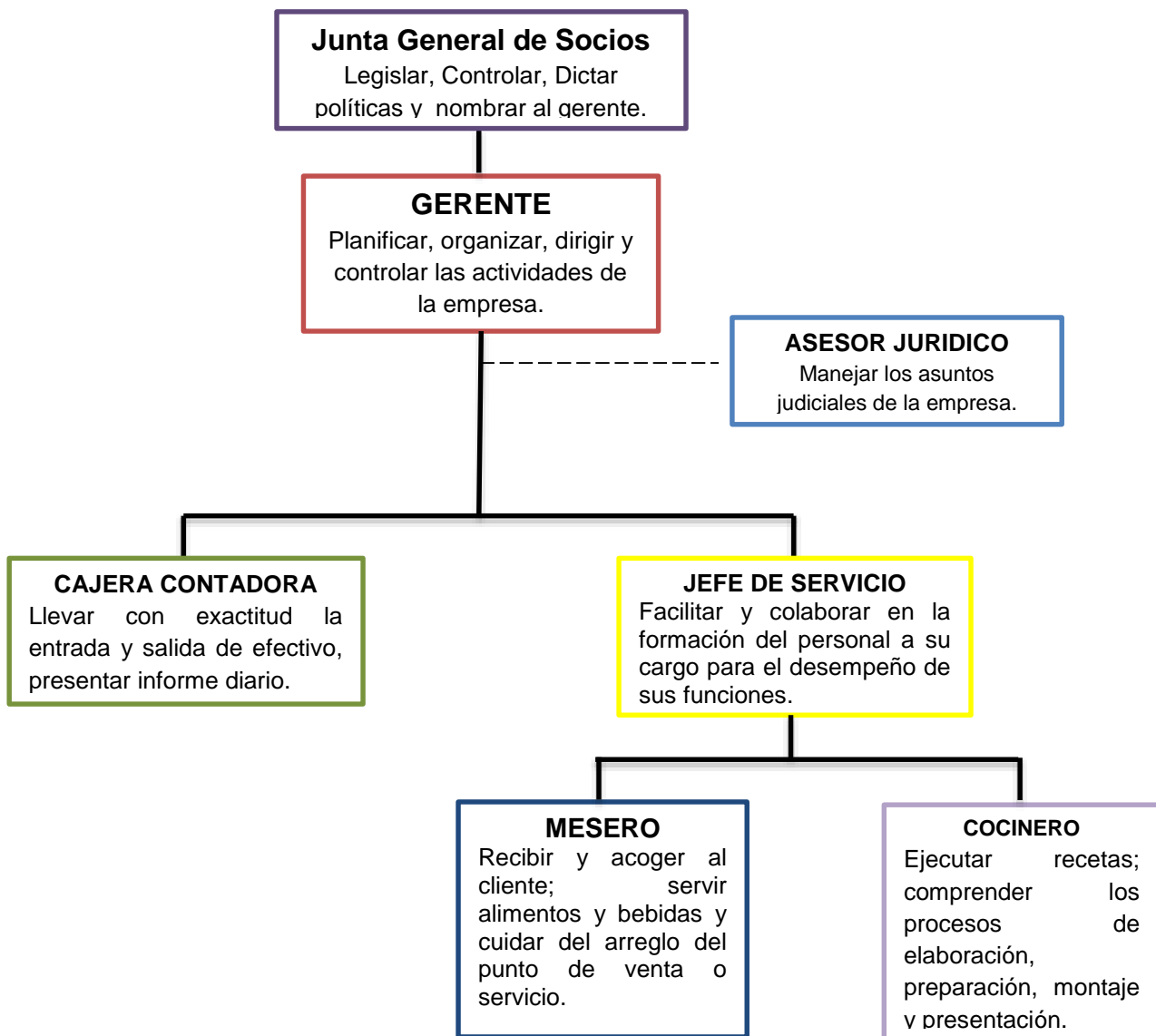
Elaboración: La Autora

### Organigrama funcional

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es básico fundamental y de gran utilidad en una empresa ya que se describen la función.

de cada uno de los cargos y sirve para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

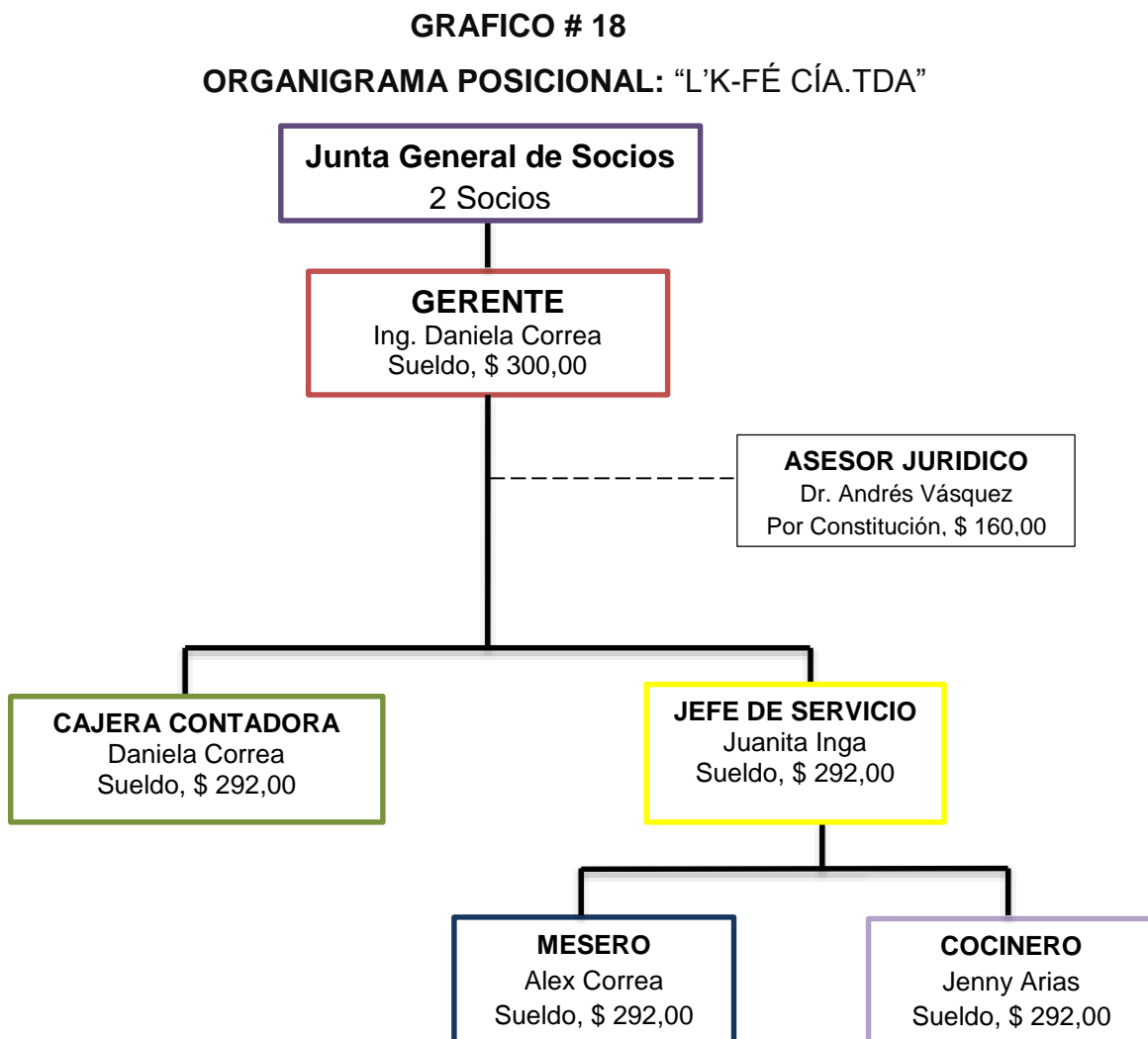
**GRAFICO # 17**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL: "L'K-FÉ CÍA.TDA"**



Elaboración: La Autora

## Organigrama posicional

En este organigrama se refiere específicamente a los puestos de trabajo en donde se describen cada uno de los cargos detalladamente constando los nombres de los trabajadores, área de trabajo, cargo, piso, y sus respectivos teléfonos.



Elaboración: La Autora

### **4.3. Manual de Funciones**

Puede conceptuarse al Manual como un cuerpo sistemático que indica las funciones y actividades a ser cumplidas por los miembros de la Organización y la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea, conjunta o separadamente. Específicamente, el Manual de Organización, es la versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la Organización.

**DEPARTAMENTO:** ADMINISTRACIÓN GENERAL

**TITULO DEL PUESTO:** GERENTE

**SUPERIOR INMEDIATO:** Junta General de Socios

**SUBALTERNOS:** Cajera. Mesero, Cocinera



**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:**

Capacidad para dirigir, llevando a la organización a la obtención de los objetivos planteados, por medio de un equipo de personas y con los medios materiales de que se dispone, lo cual significa “gestionar” los recursos para alcanzar los fines.

**FUNCIONES:**

- Planificar, organizar, ejecutar, controlar y evaluar las actividades de la Empresa.
- Representar a la empresa en las instituciones públicas en caso de realizar trámites legales.
- Dirigir eficazmente la contabilidad en conjunto con el contador contratado
- Dirigir eficazmente la contabilidad en conjunto con el contador contratado.
- Supervisar el buen funcionamiento de la filosofía empresarial.
- Tomar decisiones adecuadas para encaminar hacia el éxito a la empresa

**REQUISITOS FÍSICOS**

- Buen estado de salud.
- Fortaleza mental y física
- Excelente presencia

**REQUISITOS INTELECTUALES**

- Instrucción superior en la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
- Conocimiento de sistemas informáticos
- Conocimiento mínimo de dos idiomas
- Capacidad para trabajar en equipo

**RESPONSABILIDAD**

- Supervisar el personal a su cargo
- Motivar a los trabajadores cotidianamente

**DEPARTAMENTO:** ADMINISTRACIÓN GENERAL



**TITULO DEL PUESTO:** ASESOR JURÍDICO

**SUPERIOR INMEDIATO:** JUNTA GENERAL DE SOCIOS Y GERENTE

**SUBALTERNOS:** 0

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Interviene en los asuntos legales de la empresa, su ámbito de acción es aconsejar más no decidir. Tiene carácter temporal.

**FUNCIONES DEL PUESTO:**

- Asesorar a los funcionarios de la empresa sobre asuntos de orden jurídico.
- Representar junto con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en las sesiones de la Junta General de Socios y directorio.
- Redactar convenios, contratos, poderes, pagarés y otros documentos de tipo legal.
- Prepara reglamentos de personal.
- Resuelve consultas legales.

**REQUISITOS FISICOS**

- Esfuerzo mínimo para realizar sus actividades en su puesto de trabajo
- Atención intensa en el desarrollo de sus actividades.

**REQUISITOS INTELECTUALES**

- Título de abogado y Dr. en jurisprudencia.
- Experiencia profesional mínimo 2 años en ejercicio profesional.
- Relaciones Humanas: facilidad de palabra, visual, comunicación.

**RESPONSABILIDAD**

- Es responsable por documentos de carácter legal y confidencial de la empresa.

**CONDICIONES DE TRABAJO:**

- **CONDICIONES:** El trabajo se realizara en condiciones normales, en un lugar ordenado, y limpio.
- **RIESGOS:** La posibilidad de que ocurra algún accidente dentro de su puesto de trabajo es muy eventual.

**DEPARTAMENTO:** ADMINISTRACIÓN GENERAL



**TITULO DEL PUESTO:** CAJERA-CONTADORA

**SUPERIOR INMEDIATO:** GERENTE

**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:**

Llevar con exactitud la entrada y salida de efectivo, presentar informe de arqueo de caja diario.

**FUNCIONES:**

- Persona que realiza el cobro de los cheques
- Manejo de tarjetas de crédito. (Hace voucher)
- Realiza facturas.
- Envía proformas por fax a los clientes.
- Anulación de facturas si estas fuesen autorizadas
- Control de ingresos y egresos.
- Cuadre y cierre de caja.
- Presentar informes contables

**REQUISITOS FÍSICOS:**

- Buen estado de salud
- Pulcritud.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- Experiencia mínima 1 año
- Conocimientos básicos en computación
- Responsabilidad, honestidad, sencillez y ganas de superación.

**RESPONSABILIDAD:**

- Manejo de efectivo
- Entrega de facturas

**CONDICIONES DE TRABAJO:**

- Ambiente: estricto y a presión según temporadas



**TITULO DEL PUESTO:** JEFE DE SERVICIO

**SUPERIOR INMEDIATO:** GERENTE

**SUBALTERNOS:** MESERO, COCINERO



**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:**

Encargado de todo el manejo y funcionamiento del servicio.

**FUNCIONES:**

- Supervisar y controlar el área de servicio.
- Supervisar la ejecución de actividades de nuevos suministros.
- Supervisar las actividades de sus subalternos.
- Realizar pedidos de mercancía.
- Realizar informes del servicio.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- Experiencia de un año en el área
- Instrucción secundaria y superior.
- Responsabilidad, honestidad, sencillez y ganas de superación.

**REQUISITOS FÍSICOS:**

- Buen estado de salud.
- Pulcritud.
- Resistencia corporal.

**RESPONSABILIDAD:**

- Tomar decisiones económicas.
- Responsable del personal a su cargo.

**Condiciones de Trabajo:**

- Ambiente: estricto y a presión según las horas de trabajo.

**DEPARTAMENTO:** ALIMENTOS & BEBIDAS  
(ÁREA DE SERVICIO)



**TITULO DEL PUESTO:** MESERO

**SUPERIOR INMEDIATO:** GERENTE

**SUBALTERNOS:** 0

**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:**

El mesero se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.

**FUNCIONES:**

- Atender al cliente,
- Presentar el menú o carta,
- Servir al cliente,
- Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento,
- Finalizar la atención y recibir el pago
- Cuidar de la seguridad de los alimentos,
- Cuidar del arreglo del punto de venta,
- Representar y vender
- Operar equipos del salón y del punto de venta,
- Asegurar la satisfacción del cliente,
- Cuidar de la presentación personal,
- Apoyar al equipo.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- Experiencia de un año en el área
- Instrucción secundaria y superior.
- Responsabilidad, honestidad, sencillez y ganas de superación.

**REQUISITOS FÍSICOS:**

- Buen estado de salud.
- Pulcritud.
- Resistencia corporal.

**RESPONSABILIDAD:**

- Tomar correctamente los pedidos.
- Servir los platos al comensal.
- Mantener limpia el área de trabajo.

**Condiciones de Trabajo:**

- Ambiente: estricto y a presión según las horas de trabajo.

**DEPARTAMENTO:** ALIMENTOS & BEBIDAS  
(AREA DE COCINA)



**TITULO DEL PUESTO:** COCINERO

**SUPERIOR INMEDIATO:** GERENTE

**SUBALTERNOS:** 0

**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:**

El cocinero se ocupa, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.

**FUNCIONES:**

- Conocer la carta o menú y ayudar en la definición de la calificación y cuantificación de producto;
- Recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada;
- Inspeccionar cantidad de acuerdo con la solicitud;
- Verificar calidad y controlar tiempo máximo de consumo;
- Organizar y hacer rotación de producto del cuarto frío;
- Participar en la ejecución del inventario de la cocina;
- Apoyar en el control diario de consumo de ingrediente, producto y material;
- Evitar desperdicio;
- Realizar corte y preparación de comestibles variados;
- Realizar cocción:
- Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos;
- Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria;
- Cuidar del área de trabajo;
- Operar equipos y maquinaria;
- Orientar ayudantes;
- Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la seguridad personal y de los alimentos;
- Mantener al equipo de trabajo motivado;
- Planear el logro de metas y la ejecución de tareas repetitivas, desagradables y cansadas; asumir o acompañar el trabajo de otro colaborador; desarrollar cooperación y espíritu de trabajo en equipo.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- Experiencia en el área por lo menos 2 años.
- Dominio de 2 idiomas
- Instrucción Superior en la rama de Gastronomía.

**REQUISITOS FÍSICOS:**

- Buen estado de salud.

## **5. ESTUDIO FINANCIERO**

### **5.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTOS**

#### **Inversiones**

Esta parte del estudio se refiere a las erogaciones que ocurren o se representan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son edificio, máquinas terrenos, gastos de constitución y para capital de trabajo, etc.

Las inversiones que se realizan en el proyecto se clasifican en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos, Activo Circulante o Capital de Trabajo.

#### **5.1.1 Inversiones en Activos Fijos**

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa. Entre estos activos tenemos.

#### **Especificaciones de los activos fijos**

Para el proyecto que se está estudiando, se incluirá como activos fijos los rubros de: Maquinaria de Cocina, Equipo de Cocina, Equipo de oficina, Muebles y Enseres, Utensilios de Cocina, y Vajilla y Menaje. Instalaciones, que son necesarios para la ejecución del proyecto.

**Maquinaria y Equipo de Cocina.-** Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de la tecnología para realizar el proceso del servicio

<b>CUADRO #33</b>			
<b>MAQUINARIA DE COCINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
Cocina industrial	1	200,00	200,00
Microondas	1	90,00	90,00
Nevera	1	325,00	325,00
Cafetera	1	55,00	55,00
Licuadaora	1	85,00	85,00
Extractor de jugos	1	50,00	50,00
Waflera 4 usos	1	35,00	35,00
Batidora	1	27,00	27,00
<b>TOTAL</b>			<b>867,00</b>

**Fuente:** Almacenes ARCOS

**Elaboración:** La Autora

<b>CUADRO # 34</b>			
<b>EQUIPO DE COCINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
Olla teflón grueso # 16	2	8,00	16,00
Olla Indalum # 20	3	3,80	11,40
Olla Indalum # 26	2	10,16	20,32
Sartén Indalum # 20	2	9,25	18,50
sartén Indalum # 30	3	12,75	38,25
<b>TOTAL</b>			<b>104,47</b>

**Fuente:** Almacenes ARCOS

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de Oficina.-** Constituye los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente, estos valores se detallan a continuación.

<b>CUADRO #35</b>			
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
Teléfono	1	45,00	45,00
Caja Registradora	1	198,00	198,00
<b>TOTAL</b>			<b>243,00</b>

**Fuente:** Almacenes ARCOS

**Elaboración:** La Autora

**Muebles y Enseres.-** Son todos los muebles que son necesarios para adecuar la cocina, cafetería y la oficina, para comodidad de los empleados como de los clientes, en espera de obtener buenos resultados.

<b>CUADRO #36</b>			
<b>COCINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL</b>
Perchas	1	45,00	45,00
Mesa de trabajo	1	142,00	142,00
Coche de gas	1	12,00	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>199,00</b>

**Fuente:** Casas Proveedoras

**Elaboración:** La Autora

<b>CUADRO #37</b>			
<b>CAFETERÍA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
Sillas	25	39,00	975,00
Mesas redondas 5 personas	5	55,00	275,00
Exhibidor	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>1370,00</b>

**Fuente:** Prove Mueble

**Elaboración:** La Autora

**Utensilios de cocina.-** Los utensilios son usados para cocer los alimentos por lo regular hacen algo más que contenerlos.

<b>CUADRO # 38</b>			
<b>UTENSILIOS DE COCINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
Juego de tazas y platos(cafés)	25	2,65	66,25
Cuchillos de diversas funciones	3	2,50	7,50
Exprimidor de limón	1	1,25	1,25
Tabla de picar	3	2,10	6,30
Batidor manual	2	0,89	1,78
Espátula	2	1,05	2,10
Juego de cernidores	2	2,10	4,20
Pinza doble de acero inoxidable	3	2,30	6,90
Bandejas	5	5,00	25,00
Canastilla de Cubiertos	6	1,11	6,66
Juego de cucharitas	4	5,36	21,44
Jarras de vidrio pequeñas	3	3,15	9,45
Jarras de vidrio medianas	3	4,96	14,88
Jarra de Aluminio	1	2,99	2,99
Pyrex	6	30,00	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>356,70</b>

**Fuente:** Casas Proveedoras

**Elaboración:** La Autora

**Vajilla y menaje.-** Es el conjunto de utensilios que conforman el servicio de mesa

<b>CUADRO # 39</b>			
<b>VAJILLA Y MENAJE</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
Copas malteadas	25	0,99	24,75
Azucarero con cuchara	6	1,25	7,50
Taza y plato de café	25	1,10	27,50
Salero y azucareras	6	0,82	4,92
Juego de cubiertos 20 pz	2	15,00	30,00
Plato tendido 20 cm	25	1,99	49,75
Plato tendido 15,5 cm	25	1,10	27,50
Dulceras	25	0,50	12,50
<b>TOTAL</b>			<b>184,42</b>

**Fuente:** Casas Proveedoras

**Elaboración:** La Autora

## RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS

CUADRO # 40	
TOTAL DE LOS REQUERIMIENTOS	
DESCRIPCION	VALOR
Maquinaria	867,00
Equipo de Cocina	104,47
Equipo de Oficina	243,00
Muebles y Enseres	1569,00
Utensilios de Cocina	356,70
Vajilla y Menaje	184,42
<b>TOTAL</b>	<b>3324,59</b>

**Fuente:** Cuadro # 33,34,35,36,37,38,39

**Elaboración:** La Autora

El total de requerimientos de activos fijos detallados anteriormente permiten conocer el valor el total del monto que asciende a 3,324.59 dólares.

### 5.1.1.1 Depreciación de Activos Fijos

Para las depreciaciones se considera los bienes tangibles que sufren desgastes durante la vida económica del proyecto:

CUADRO # 41					
DEPRECIACIONES					
BIENES	MONT O	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	DEPR.ANUA L	V. RESIDUAL
Maquinaria	867,00	10%	10 años	86,70	780,30
Equipo de cocina	104,47	10%	10 años	10,45	94,02
Equipo de oficina	243,00	10%	10 años	24,30	218,70
Muebles y Enseres	1569,00	10%	10 años	156,90	1412,10
Utensilios de Cocina	356,70	10%	10años	35,67	321,03
Vajilla y Menaje	184,42	10%	10años	18,44	165,98
				<b>278,35</b>	<b>2992,13</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaboración:** La Autora



### 5.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS

A estos corresponden los valores de los costos que la empresa debe hacer antes de entrar en operación, de manera que si pueda garantizar su estabilidad.

<b>CUADRO #42</b>	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Patentes	100,00
Estudios preliminares	300,00
Permisos de funcionamiento	80,00
Conformación de la Compañía	250,00
Adecuaciones	300,00
<b>TOTAL:</b>	<b>1030,00</b>

**Fuente:** Municipio Gualaquiza

**Elaboración:** La Autora

El costo de activos diferidos que son los pagos por adelantado que cubre la empresa asciende a 1.030,00 dólares.

#### 5.1.2.1 Amortización de Activos Diferidos

Para establecer el valor de los activos diferidos de cada año, según la ley de régimen tributario del Servicio de Rentas Internas se procede a dividir el valor total de los activos diferidos que es de 1.030,00 dólares para 5 años, obteniendo como resultado de la amortización la cantidad de \$206 anual.

<b>CUADRO # 43</b>			
<b>AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
Patentes	5	100,00	20
Estudios preliminares	5	300,00	60
Permisos de funcionamiento	5	80,00	16
Conformación de la Compañía	5	250,00	50
Adecuaciones	5	300,00	60
<b>TOTAL:</b>		<b>1030,00</b>	<b>206</b>

**FUENTE:** Cuadro # 42

**Elaboración:** La Autora

### **5.1.3. ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO**

A este rubro corresponde el conjunto de activos que están en continuo movimiento.

Lo constituye todo el dinero en efectivo que la empresa requiera para iniciar las operaciones para lo cual es necesario invertir en materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta, gastos generales de producción, gastos administrativos y ventas.

Para este proyecto se toma en cuenta que el servicio se obtiene inmediatamente por lo que se establece el capital para un mes.

A continuación se detalla las cuentas que componen este rubro y cuyos valores se muestran en el siguiente cuadro.

### 5.1.3.1 COSTOS DE SERVICIO

**Materia Prima Directa.**- En el cuadro se expone detalladamente la materia prima a utilizar y sus costos totales.

<b>CUADRO # 44</b>			
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>V.TOTAL</b>
Tamales	40	0,30	12,00
Humas	40	0,30	12,00
Empanadas de verde	40	0,35	14,00
Dulce de tres leches	15	0,30	4,50
Bolones	40	0,45	18,00
Café	22	0,25	5,50
Café helado	40	0,40	16,00
Prensados	40	0,35	14,00
Batido Mora/ Fresa	24	0,55	13,20
Jugo de tomate	20	0,20	4,00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>			<b>113,20</b>
<b>TOTAL MATERIA PRIMA MENSUAL</b>			<b>2490,4</b>
<b>TOTAL MATERIA PRIMA ANUAL</b>			<b>29884,8</b>

**Fuente:** Proveedores

**Elaboración:** La Autora

**Mano de Obra directa.**- Para llevar a cabo el proceso del servicio se hace necesario contar con una cocinera, para el sueldo mensual se considera los aspectos legales vigentes en el país.

<b>CUADRO #45</b>					
<b>PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>CARGO</b>	<b>BÁSICO UNIFICADO</b>	<b>14to</b>	<b>13ro</b>	<b>APOORTE PATRONAL 12.15%</b>	<b>REMUNERACION TOTAL</b>
Cocinera	292,00	24,33	24,33	35,48	376,14
<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>376,14</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>4513,74</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales

**Elaboración:** La Autora

**Mano de Obra Indirecta.-** Comprende el personal que interviene de manera indirecta, en este caso que solo será el mesero.

<b>CUADRO #46</b>					
<b>PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>CARGO</b>	<b>BÁSICO UNIFICADO</b>	<b>14to</b>	<b>13ro</b>	<b>APOORTE PATRONAL 11.15%</b>	<b>REMUNERACION TOTAL</b>
Mesero	292,00	24,33	24,33	32,56	373,22
<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>373,22</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>4478,70</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales

**Elaboración:** La Autora

**Agua Potable .-** De acuerdo a lo consultado nos indicaron que el costo de comercialización por metros cuadrados de agua es de 0,10 centavos de dólar los que nos da un valor de 6 dólares mensuales y para el año tiene un costo de 72 dólares.

<b>CUADRO #47</b>			
<b>PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE</b>			
<b>Cant m3</b>	<b>Detalle</b>	<b>V/Mensual</b>	<b>V/Anual</b>
10	Agua Potable	6,00	72,00
<b>TOTAL</b>			<b>72,00</b>

**Fuente:** Municipio de Gualaquiza

**Elaboración:** La Autora

**Energía Eléctrica.-** Según la información proporcionada en la E.E.R.S.S.A se estima un consumo promedio de \$ 5,85 mensuales y \$70,202 anual.

<b>CUADRO #48</b>				
<b>PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>				
<b>Cant (Kw/h)</b>	<b>Detalle</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Mensual</b>	<b>V/Anual</b>
65	Energía Eléctrica	0,09	5,85	70,20
<b>TOTAL</b>			<b>5,85</b>	<b>70,20</b>

**Fuente:** E.E.R.S.S.A

**Elaboración:** La Autora

### **Suministros del Servicio.-**

El monto de los suministros de producción asciende a \$ 79,85 mensual y para el año tendrá un monto de \$ 486,40.

<b>CUADRO # 49</b>					
<b>SUMINISTROS DEL SERVICIO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Delantales	3	36	3,00	9,00	108,00
Gorras	3	36	1,00	3,00	36,00
Guantes de Caucho	3	36	0,95	2,85	34,20
Botiquín	1	1	11,00	15,00	15,00
Extintor	1	1	15,00	50,00	50,00
<b>TOTAL:</b>					<b>243,20</b>
<b>TOTAL:</b>				<b>79,85</b>	<b>486,4</b>

**Fuente:** Casas Proveedoras

**Elaboración:** La Autora

**Útiles de Aseo y Limpieza.-** Representa una cantidad de \$173,30 anuales.

<b>CUADRO #50</b>			
<b>UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>VALOR AÑO</b>
Escobas	4	2,00	8,00
Trapeadores	2	2,50	5,00
Desinfectante (1000m3)	2	4,20	8,40
Detergente funda	4	2,00	8,00
Cloro galón( 400ml)	3	4,00	12,00
Cestas de Basura	3	2,00	6,00
Papel Higiénico 12 rollos	10	3,00	30,00
Fundas de basura industriales	4(paq x 12)	2,00	8,00
Fundas de basura pequeñas	3( paq x 50)	0,60	1,80
Recogedores	1	2,00	2,00
Guantes	3	1,45	4,35
Franelas	2	1,00	2,00
Cepillos	3	1,50	4,50
Jabón liquido	5	3,95	19,75
Lava vajilla balde	1	12	12,00
Esponja de lavar	6	0,75	4,50
Alcohol gel antiséptico	1	7	7,00
Toallas para tocador	8	3,75	30,00
<b>TOTAL</b>			<b>173,30</b>

**Fuente:** Comercial C y C

**Elaboración:** La Autora

<b>CUADRO # 51</b>		
<b>RESUMEN DE COSTO SERVICIO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Materia Prima Directa	2490,40	29884,80
Materia Prima Indirecta	115,30	1383,60
Mano de Obra Directa	376,14	4513,736
Mano de Obra Indirecta	373,22	4478,696
Agua	4,00	48,00
Energía Eléctrica	5,85	70,20
Suministros del Servicio	79,85	486,40
Útiles de Aseo y Limpieza	14,44	173,30
<b>TOTAL</b>	<b>3459,21</b>	<b>41038,73</b>

**Fuente:** Cuadro # 44,45,46,47,48,49,50

**Elaboración:** La Autora

### 5.1.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los egresos efectuados en el curso normal de las actividades de la empresa, este rubro está constituido por los sueldos de gerente y la cajera, así como el servicio telefónico, útiles de oficina, útiles de aseo y limpieza, y el arriendo del local.

**Sueldos y salarios.-** La empresa hará un desembolso por concepto de sueldos al gerente y cajera.

<b>CUADRO #52</b>					
<b>PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>CARGO</b>	<b>BÁSICO UNIFICADO</b>	<b>14to</b>	<b>13ro</b>	<b>APORTE PATRONAL 11.15%</b>	<b>REMUNERACIÓN TOTAL</b>
Gerente	300,00	24,33	25,00	33,45	382,78
Cajera	292,00	24,33	24,33	32,56	373,22
<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>756,01</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>9072,10</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborables

**Elaboración:** La Autora

**Servicio Telefónico.-** Se estima una tarifa básica de 7,00 dólares mensuales, y con un costo de 84,00 dólares anuales.

<b>CUADRO #53</b>			
<b>PRESUPUESTO DE TELÉFONO</b>			
<b>Cant</b>	<b>Detalle</b>	<b>V/Mensual</b>	<b>V/Anual</b>
1	Consumo Teléfono	7,00	84
<b>TOTAL:</b>		<b>7,00</b>	<b>84</b>

**Fuente:** CNT

**Elaboración:** La Autora

**Útiles de Oficina.-** Son los gastos que se efectúan en la compra de esferos, sellos, block de facturas y notas de ventas.

<b>CUADRO # 54</b>				
<b>PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Esferos	6	0,25	1,50	18,00
Sello	1	8,00	8,00	96,00
Block de Facturas	3	6,00	18,00	216,00
Block de Notas de Ventas	3	6,00	18,00	216,00
<b>TOTAL:</b>			<b>45,50</b>	<b>546,00</b>

**Fuente:** Imprenta Orienta  
**Elaboración:** La Autora

**Útiles de aseo y Limpieza.-** Estos permiten el mantenimiento de las condiciones necesarias para la limpieza e higiene de la empresa los mismos que tendrán un valor de 83,63 dólares mensuales y 1.003,56 dólares anuales.

<b>CUADRO # 55</b>				
<b>ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA ADMINISTRATIVO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Escobas	2	2,00	4,00	48,00
Trapeadores	2	2,50	5,00	60,00
Desinfectante	2	5,00	10,00	120,00
Cestas de Basura	2	2,00	4,00	48,00
Recogedores	2	2,00	4,00	48,00
Basurero	1	2,63	2,63	31,56
Franelas	3	1,00	3,00	36,00
Jaboncillos de Tocador	12	0,75	9,00	108,00
Papel Higiénico	6	5,00	30,00	360,00
Toallas de Baño 50cm X 100cm	4	3,00	12,00	144,00
<b>TOTAL</b>			<b>83,63</b>	<b>1003,56</b>

**Fuente:** Comercial C y C  
**Elaboración:** La Autora



**Arriendo del local.-** Espacio donde se pondrá en marcha la empresa el mismo que tendrá un valor de 100,00 dólares mensuales y 1.200 dólares anuales.

<b>CUADRO # 56</b>			
<b>PRESUPUESTO DE TERRENO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO Mes</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Local (arrendado)	5,96*6,55	100,00	1200,00
<b>TOTAL:</b>		<b>100,00</b>	<b>1200,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

<b>CUADRO #57</b>		
<b>RESUMEN DE GASTO ADMINISTRATIVO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>V.MENSUAL</b>	<b>V.ANUAL</b>
Sueldos y Salarios	756,01	9072,10
Servicio Telefónico	7,00	84,00
Útiles de Oficina	45,50	546,00
Útiles de Aseo y Limpieza	83,63	1003,56
Arriendo Local	100,00	1200,00
<b>TOTAL</b>	<b>992,14</b>	<b>11905,66</b>

**Fuente:** Cuadro # 52,53,54,55,56

**Elaboración:** La Autora

### **5.1.3.3. GASTOS DE VENTAS**

Este comprende el desembolso que tiene que realizar la empresa por gastos propios de las actividades de ventas.

**Publicidad.-** Para ello acudiremos a los medio de comunicación de la localidad para dar a conocer el servicio a ofrecer en el mercado.

**Compos.-** Se brindaran combos de acuerdo al servicio adquirido se considera mensualmente un valor de \$28,00 y anual de \$ 336,00.

**Descuentos.-** Se realizaron descuentos dependiendo a la ocasión por lo tendremos un monto mensual de \$88,20 y anual de \$1.058,40.

<b>CUADRO #58</b>		
<b>Presupuesto de gastos de venta</b>		
<b>Detalle</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
4 cuñas al día	35,20	422,40
Combos	28,00	336,00
Descuentos	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>88,20</b>	<b>1058,40</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

### **INVERSIÓN DEL PROYECTO**

<b>CUADRO # 59</b>	
<b>RESUMEN DE LA INVERSIÓN</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
ACTIVOS FIJOS	3324,59
ACTIVOS DIFERIDOS	1030,00
CAPITAL DE TRABAJO	4539,55
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>8894,14</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaboración:** La Autora

El total de la inversión es de \$8.894,14

## 6.1 FINANCIAMIENTO

### 6.1.1 Fuentes de Financiamiento

La empresa requiere una inversión total de 8.894,14 dólares que se financiara con un aporte de los socios de 2.935,07 dólares o sea el 33%, y el valor restante que es el 67% la suma de 5.959,07 dólares se financiara a través de un préstamo por medio de una entidad financiera en este caso es la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPE- Gualaquiza con una tasa de interés de 14%, la amortización del préstamo se detalla a continuación.

<b>CUADRO # 60</b>		
<b>FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>FUENTES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>%</b>
INTERNA (2 socios)	2935,07	33%
EXTERNA( CAPEG)	5959,07	67%
<b>TOTAL</b>	<b>8894,14</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** CAPEG Gualaquiza

**Elaboración:** La Autora

<b>Monto</b>	5959,07		
<b>Plazo</b>	3 años	706,81	Interés Año1
<b>Interés</b>	14%	428,72	Interés Año2
<b>Dividendo</b>	mensual	148,70	Interés Año3

<b>Plazo</b>	<b>Deuda</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Dividendo</b>	<b>Valor en Libros</b>
0	5959,07			5959,07	5959,07
1	5959,07	165,53	69,52	235,05	5793,54
2	5793,54	165,53	67,59	233,12	5628,01
3	5628,01	165,53	65,66	231,19	5462,48
4	5462,48	165,53	63,73	229,26	5296,95
5	5296,95	165,53	61,80	227,33	5131,42
6	5131,42	165,53	59,87	225,40	4965,89
7	4965,89	165,53	57,94	223,47	4800,36
8	4800,36	165,53	56,00	221,53	4634,83
9	4634,83	165,53	54,07	219,60	4469,30
10	4469,30	165,53	52,14	217,67	4303,78
11	4303,78	165,53	50,21	215,74	4138,25
12	4138,25	165,53	48,28	213,81	3972,72
13	3972,72	165,53	46,35	211,88	3807,19
14	3807,19	165,53	44,42	209,95	3641,66
15	3641,66	165,53	42,49	208,02	3476,13
16	3476,13	165,53	40,55	206,08	3310,60
17	3310,60	165,53	38,62	204,15	3145,07
18	3145,07	165,53	36,69	202,22	2979,54
19	2979,54	165,53	34,76	200,29	2814,01
20	2814,01	165,53	32,83	198,36	2648,48
21	2648,48	165,53	30,90	196,43	2482,95
22	2482,95	165,53	28,97	194,50	2317,42
23	2317,42	165,53	27,04	192,57	2151,89
24	2151,89	165,53	25,11	190,64	1986,36
25	1986,36	165,53	23,17	188,70	1820,83
26	1820,83	165,53	21,24	186,77	1655,30
27	1655,30	165,53	19,31	184,84	1489,77
28	1489,77	165,53	17,38	182,91	1324,24
29	1324,24	165,53	15,45	180,98	1158,71
30	1158,71	165,53	13,52	179,05	993,18
31	993,18	165,53	11,59	177,12	827,65
32	827,65	165,53	9,66	175,19	662,12
33	662,12	165,53	7,72	173,25	496,59
34	496,59	165,53	5,79	171,32	331,06
35	331,06	165,53	3,86	169,39	165,53
36	165,53	165,53	0,00	165,53	0,00

Fuente: CACPE-Gualaquiza

Elaboración: La Autora

## 6.1.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

CUADRO # 61									
PRESUPUESTOS DE INGRESOS									
AÑO	DESCRIPCION	Unidades diarias	Días Laborables	Cantidad Mensual	V.U	Costo Mensual	P.V.P-Unitario	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
1	Tamales	40	22	880	0,30	264,00	0,70	616,00	<b>63122,40</b>
2	Humas	40	22	880	0,30	264,00	0,65	572,00	<b>66537,32</b>
3	Empanadas de verde	40	22	880	0,35	308,00	0,70	616,00	<b>70136,99</b>
4	Dulce de tres leches	15	22	330	0,30	99,00	1,00	330,00	<b>73931,40</b>
5	Bolones	40	22	880	0,45	396,00	0,75	660,00	<b>77931,09</b>
6	Café	22	22	484	0,25	121,00	0,55	266,20	<b>82147,16</b>
7	Café helado	40	22	880	0,40	352,00	0,95	836,00	<b>86591,32</b>
8	Prensados	40	22	880	0,35	308,00	0,60	528,00	<b>91275,92</b>
9	Batido Mora/ Fresa	24	22	528	0,55	290,40	1,00	528,00	<b>96213,94</b>
10	Jugo de tomate	20	22	440	0,20	88,00	0,70	308,00	<b>101419,12</b>
						2490,40	6688,00	<b>5260,20</b>	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

La empresa adquirirá algunos productos pre elaborados en los cuales serán vendidos en los 22 días laborables de cada mes en los cuales se ha establecido los precios venta al público de acuerdo a la competencia existente en el mercado, por lo que se obtiene las ventas anuales las mismas son proyectadas con el porcentaje de inflación del país que es de 5,41%, y obtenemos para el primer año un ingreso en ventas de **63122,40** dólares.

### **6.1.3. PRESUPUESTOS PROFORMADOS**

En un proyecto es fundamental estimar todos los ingresos y egresos para tomar las decisiones adecuadas, en este caso se estima variaciones acorde con el índice de inflación del 5,41%.

<b>CUADRO # 62</b>										
<b>PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS</b>										
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>Costo Primo</b>										
Materia Prima Directa	29884,80	31501,57	33205,80	35002,24	36895,86	38891,92	40995,98	43213,86	45551,73	48016,08
Mano de Obra Directa	4513,74	4757,93	5015,33	5286,66	5572,67	5874,15	6191,94	6526,93	6880,04	7252,25
<b>Total Costo Primos</b>	<b>34398,54</b>	<b>36259,50</b>	<b>38221,14</b>	<b>40288,90</b>	<b>42468,53</b>	<b>44766,08</b>	<b>47187,92</b>	<b>49740,79</b>	<b>52431,76</b>	<b>55268,32</b>
<b>Costos de producción de Servicio</b>										
Materia Prima Indirecta	1383,60	1458,45	1537,36	1620,53	1708,20	1800,61	1898,02	2000,71	2108,94	2223,04
Mano de Obra Indirecta	4478,70	4720,99	4976,40	5245,62	5529,41	5828,55	6143,88	6476,26	6826,63	7195,95
Agua	48,00	50,60	53,33	56,22	59,26	62,47	65,85	69,41	73,16	77,12
Energía Eléctrica	70,20	74,00	78,00	82,22	86,67	91,36	96,30	101,51	107,00	112,79
Suministros del Servicio	486,40	512,71	540,45	569,69	600,51	633,00	667,24	703,34	741,39	781,50
Útiles de Aseo y Limpieza	173,30	182,68	192,56	202,98	213,96	225,53	237,73	250,59	264,15	278,44
Dep. de Maquinaria	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70
Dep. Equipo de cocina	94,02	94,02	94,02	94,02	94,02	94,02	94,02	94,02	94,02	94,02
Dep. Utensilios de Cocina	35,67	35,67	35,67	35,67	35,67	35,67	35,67	35,67	35,67	35,67
Dep .Vajilla y Menaje	18,44	18,44	18,44	18,44	18,44	18,44	18,44	18,44	18,44	18,44
Total de costo de producción del Servicio	6875,03	7234,27	7612,93	8012,09	8432,84	8876,35	9343,86	9836,66	10356,11	10903,68
<b>TOTAL COSTOS DEL SERVICIO</b>	<b>41273,57</b>	<b>43493,76</b>	<b>45834,07</b>	<b>48300,99</b>	<b>50901,37</b>	<b>53642,43</b>	<b>56531,78</b>	<b>59577,44</b>	<b>62787,88</b>	<b>66172,00</b>
<b>Gastos de operación</b>										
<b>Gastos de Administración</b>										
Sueldos y Salarios	9072,10	9562,90	10080,25	10625,59	11200,44	11806,38	12445,10	13118,38	13828,09	14576,19
Servicio Telefónico	84,00	88,54	93,33	98,38	103,71	109,32	115,23	121,47	128,04	134,96
Útiles de Oficina	546,00	575,54	606,68	639,50	674,09	710,56	749,00	789,52	832,24	877,26
Útiles de Aseo y Limpieza	1003,56	1057,85	1115,08	1175,41	1239,00	1306,03	1376,68	1451,16	1529,67	1612,43

Arriendo Local	1200,00	1264,92	1333,35	1405,49	1481,52	1561,67	1646,16	1735,22	1829,09	1928,05
Dep. Equipo de oficina	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30
Dep. Muebles y Enseres	156,90	156,90	156,90	156,90	156,90	156,90	156,90	156,90	156,90	156,90
Amortización de Activos diferidos	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
<b>Total gastos de Administración</b>	<b>12292,86</b>	<b>12936,95</b>	<b>13615,89</b>	<b>14331,57</b>	<b>15085,96</b>	<b>15881,16</b>	<b>16719,38</b>	<b>17602,95</b>	<b>18534,33</b>	<b>19516,08</b>
<b>Gastos de Venta</b>										
Publicidad	422,40	445,25	469,34	494,73	521,50	549,71	579,45	610,80	643,84	678,67
Combos	336,00	354,18	373,34	393,54	414,83	437,27	460,92	485,86	512,15	539,85
Descuentos	300,00	316,23	333,34	351,37	370,38	390,42	411,54	433,80	457,27	482,01
<b>Total de Gasto de Venta</b>	<b>1058,40</b>	<b>1115,66</b>	<b>1176,02</b>	<b>1239,64</b>	<b>1306,70</b>	<b>1377,40</b>	<b>1451,91</b>	<b>1530,46</b>	<b>1613,26</b>	<b>1700,54</b>
<b>Gastos financieros</b>										
Interés por Préstamo	706,81	428,72	148,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total de gastos Financieros</b>	<b>706,81</b>	<b>428,72</b>	<b>148,70</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Total Costos de operación	14058,07	14481,33	14940,61	15571,21	16392,66	17258,56	18171,30	19133,41	20147,59	21216,62
<b>Costo total del Servicio</b>	<b>55331,64</b>	<b>57975,10</b>	<b>60774,68</b>	<b>63872,19</b>	<b>67294,03</b>	<b>70900,98</b>	<b>74703,07</b>	<b>78710,86</b>	<b>82935,46</b>	<b>87388,62</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: La Autora



#### 6.1.4 CLASIFICACIÓN DE COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.

**Costos Fijos.-** se lo representa a aquellos valores monetarios en que incurre la organización por el solo hecho de existir, independiente de que si existe o no producción.

**Costos Variables.-** Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, ya que están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

<b>CUADRO # 63</b>						
<b>CLASIFICACIÓN DE COSTOS AÑO 1,5 y 10</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>		<b>AÑO 5</b>		<b>AÑO 10</b>	
	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES.</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>
<b>Costo Primo</b>						
Materia Prima Directa		29884,80		36895,86		48016,08
Mano de Obra Directa		4513,74		5572,67		7252,25
<b>Total Costo Primos</b>		<b>34398,54</b>		<b>42468,53</b>		<b>55268,32</b>
<b>Costos generales del Servicio</b>						
Materia Prima Indirecta		1383,60		1708,20		2223,04
Mano de Obra Indirecta		4478,70		5529,41		7195,95
Agua		48,00		59,26		77,12
Energía Eléctrica		70,20		86,67		112,79
Suministros de Servicio		486,40		600,51		781,50
Útiles de Aseo y Limpieza		173,30		213,96		278,44
Dep. de Maquinaria	86,70		86,70		86,70	
Dep. Equipo de cocina	94,02		94,02		94,02	
Dep. Utensilios de Cocina	35,67		35,67		35,67	
Dep. Vajilla y Menaje	18,44		18,44		18,44	
<b>Total de costo de Fabricación</b>	<b>234,84</b>	<b>6640,20</b>	<b>234,84</b>	<b>8198,00</b>	<b>234,84</b>	<b>10668,84</b>
<b>Gastos de operación o Capital de Trabajo</b>						
<b>Gastos de Administración</b>						
Sueldos y Salarios	9072,10		11200,44		14576,19	
Servicio Telefónico	84,00		103,71		134,96	
Útiles de Oficina	546,00		674,09		877,26	
Útiles de Aseo y Limpieza	1003,56		1239,00		1612,43	
Arriendo Local	1200,00		1481,52		1928,05	
Dep. Equipo de oficina	24,30		24,30		24,30	
Dep. Muebles y Enseres	156,90		156,90		156,90	
Amortización de Activos diferidos	206,00		206,00		206,00	
<b>Total gastos de Administración</b>	<b>12292,86</b>	<b>0,00</b>	<b>15085,96</b>	<b>0,00</b>	<b>19516,08</b>	<b>0,00</b>

<b>Gastos de Venta</b>						
Publicidad		422,40		521,50		678,67
Combos		336,00		414,83		539,85
Descuentos		300,00		370,38		482,01
Total de Gasto de Venta		<b>1058,40</b>		<b>1306,70</b>		<b>1700,54</b>
<b>Gastos financieros</b>						
Interés por Préstamo	706,81					
<b>Total de gastos Financieros</b>	706,81					
<b>Total Costos de operación</b>	<b>12999,67</b>	<b>1058,40</b>	<b>15085,96</b>	<b>1306,70</b>	<b>19516,08</b>	<b>1700,54</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>13234,50</b>	<b>42097,13</b>	<b>15320,79</b>	<b>51973,24</b>	<b>19750,92</b>	<b>67637,70</b>
<b>Total Costos</b>		<b>55331,64</b>		<b>67294,03</b>		<b>87388,62</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

### **6.1.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

El estado de pérdidas y ganancias se demuestra en el siguiente cuadro.

<b>CUADRO # 64</b>										
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>										
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>INGRESOS</b>										
Ventas	63122,40	66537,32	70136,99	73931,40	77931,09	82147,16	86591,32	91275,92	96213,94	101419,12
Valor Residual										2992,13
<b>Total Ingresos</b>	<b>63122,40</b>	<b>66537,32</b>	<b>70136,99</b>	<b>73931,40</b>	<b>77931,09</b>	<b>82147,16</b>	<b>86591,32</b>	<b>91275,92</b>	<b>96213,94</b>	<b>104411,25</b>
<b>EGRESOS</b>										
(-)Costos de Producción	41273,57	43493,76	45834,07	48300,99	50901,37	53642,43	56531,78	59577,44	62787,88	66172,00
(-)Costos de Operación	14058,07	14481,33	14940,61	15571,21	16392,66	17258,56	18171,30	19133,41	20147,59	21216,62
<b>Total Egresos</b>	<b>55331,64</b>	<b>57975,10</b>	<b>60774,68</b>	<b>63872,19</b>	<b>67294,03</b>	<b>70900,98</b>	<b>74703,07</b>	<b>78710,86</b>	<b>82935,46</b>	<b>87388,62</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>7790,76</b>	<b>8562,23</b>	<b>9362,31</b>	<b>10059,21</b>	<b>10637,06</b>	<b>11246,18</b>	<b>11888,25</b>	<b>12565,06</b>	<b>13278,48</b>	<b>17022,63</b>
(-)15% utilidad a trabajadores	1168,61	1284,33	1404,35	1508,88	1595,56	1686,93	1783,24	1884,76	1991,77	2553,39
(=)Utilidad antes de Imp. a la renta	6622,15	7277,89	7957,96	8550,33	9041,50	9559,25	10105,01	10680,30	11286,71	14469,23
(-)25% Impuesto a la renta	1655,54	1819,47	1989,49	2137,58	2260,38	2389,81	2526,25	2670,07	2821,68	3617,31
(=)Utilidad antes de Reserva Legal	4966,61	5458,42	5968,47	6412,75	6781,13	7169,44	7578,76	8010,22	8465,03	10851,93
(-)10% Reserva Legal	496,66	545,84	596,85	641,27	678,11	716,94	757,88	801,02	846,50	1085,19
<b>Utilidad Neta o Liquida</b>	<b>4469,95</b>	<b>4912,58</b>	<b>5371,63</b>	<b>5771,47</b>	<b>6103,02</b>	<b>6452,50</b>	<b>6820,88</b>	<b>7209,20</b>	<b>7618,53</b>	<b>9766,73</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

### 6.1.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren solamente los egresos de la empresa y por tanto no existen ni utilidad ni pérdida, se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

#### En función de las Ventas

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

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

#### 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 cubrir los costos, para que su cálculo se aplicara la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

## Representación Grafica

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

En el presente trabajo determinaremos el punto de equilibrio para los años 1, 5 y 10, en forma matemática y en forma gráfica.

### AÑO 1

DATOS:		
EJE DE X	0	100
CFT=	13234,50	13234,50
CVT=	42097,13	42097,13
CT=	13234,50	55331,64
VT=	0	63122,40

#### En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{13234,50}{0,33308727}$$

$$PE = 39732,84$$

#### En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{13234,50}{21025,27} \times 100$$

$$PE = 0,62945706 \times 100$$

$$PE = 62,95$$

**GRAFICO # 19**



Elaboración: La Autora

**AÑO 5**

DATOS:		
EJE DE X	0	100
CFT=	15320,79	15320,79
CVT=	51973,24	51973,24
CT=	15320,79	67294,03
VT=	0	77931,09

**En función de las ventas**

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{15320,79}{0,33308727}$$

$$PE = 45996,33$$



### En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{15320,79}{25957,85} \times 100$$

$$PE = 0,59021793 \times 100$$

$$PE = 59,02$$

GRAFICO # 20



Elaboración: La Autora

**AÑO 10**

<b>DATOS:</b>		
<b>EJE DE X</b>	0	100
<b>CFT=</b>	19750,92	19750,92
<b>CVT=</b>	67637,70	67637,70
<b>CT=</b>	19750,92	87388,62
<b>VT=</b>	0	101419,12

**En función de las ventas**

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{19750,92}{0,33308727}$$

$$PE = 59296,53$$

**En función a la capacidad instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{19750,92}{33781,42} \times 100$$

$$PE = 0,58466819 \times 100$$

$$PE = 58,47$$

**GRAFICO # 21**



**Elaboración:** La Autora

## 6.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos para luego proyectarlos al futuro, para determinar si el proyecto es factible o no, se fundamenta en los criterios más utilizados como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad, así como se determina además el periodo de recuperación de la inversión y la relación beneficio costo.

### 6.2.1 FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja incurren directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. El flujo de caja para el proyecto se representa en el siguiente cuadro.

<b>CUADRO # 65</b>											
<b>FLUJO DE CAJA</b>											
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		63122,40	66537,32	70136,99	73931,40	77931,09	82147,16	86591,32	91275,92	96213,94	101419,12
Crédito Cooperativa	5959,07										
Capital propio	2935,07										
Valor de rescate											2992,13
<b>Total de ingresos</b>	<b>8894,14</b>	<b>63122,40</b>	<b>66537,32</b>	<b>70136,99</b>	<b>73931,40</b>	<b>77931,09</b>	<b>82147,16</b>	<b>86591,32</b>	<b>91275,92</b>	<b>96213,94</b>	<b>104411,25</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijos	3324,59										
Activo Diferido	1030,00										
Activo Circulante	4539,55										
Presupuesto del servicio		55331,64	57975,10	60774,68	63872,19	67294,03	70900,98	74703,07	78710,86	82935,46	87388,62
Amortización del Activo Diferido		-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00
Depreciaciones		-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13	-2992,13
15% Utilidad a los trab		1168,61	1284,33	1404,35	1508,88	1595,56	1686,93	1783,24	1884,76	1991,77	2553,39
25% Impuesto a la Renta		1655,54	1819,47	1989,49	2137,58	2260,38	2389,81	2526,25	2670,07	2821,68	3617,31
Amortización de Capital		1986,36	1986,36	1986,36							
<b>Total de egresos</b>	<b>8894,14</b>	<b>56944,01</b>	<b>59867,13</b>	<b>62956,75</b>	<b>64320,53</b>	<b>67951,83</b>	<b>71779,59</b>	<b>75814,43</b>	<b>80067,56</b>	<b>84550,78</b>	<b>90361,19</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>6178,39</b>	<b>6670,19</b>	<b>7180,25</b>	<b>9610,88</b>	<b>9979,26</b>	<b>10367,57</b>	<b>10776,89</b>	<b>11208,36</b>	<b>11663,16</b>	<b>14050,06</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

## 6.2.2. VALOR ACTUAL NETO

Significa que se trasladan al año cero los gastos de proyecto para asumir el riesgo de la inversión. Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.

**Para determinar el Factor de Actualización a manejar en el cálculo del VAN utilizaremos las siguientes formulas.**

**$i = \% \text{ tasa de capital propio} * \text{costo de oportunidad} + \% \text{ capital externo} * \text{tasa de interés}$**

$$i = (33\% * 0,08) + (67\% * 0,14)$$

$$i = 12\%$$

**FORMULA:**

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

$$FA = \frac{1}{1,12}$$

$$FA = 0,89$$

<b>CUADRO # 66</b>			
<b>VALOR ACTUAL NETO -VAN</b>			
<b>RESUMEN DE LA INVERSIÓN</b>			<b>8894,14</b>
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FACTOR ACTUALIZACIÓN</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
1	6178,39	0,89	5516,42
2	6670,19	0,80	5317,44
3	7180,25	0,71	5110,76
4	9610,88	0,64	6107,89
5	9979,26	0,57	5662,50
6	10367,57	0,51	5252,53
7	10776,89	0,45	4874,92
8	11208,36	0,40	4526,87
9	11663,16	0,36	4205,85
10	14050,06	0,32	4523,74
<b>SUMATORIA FLULO NETO</b>			<b>51098,91</b>
<b>FLUJO NETO - VAN</b>			<b>42204,77</b>

Fuente: Cuadro # 65

Elaboración: La Autora

**FORMULA:**

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujo Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 51098,91 - 8894,14$$

$$\text{VAN} = 42204,77$$

Considerando que el Valor Actual Neto es positivo, la decisión de invertir es aceptada ya que se obtendrá beneficios económicos durante la etapa de operación.

### 6.2.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la etapa de interés, a la cual debemos descontar los flujos de afectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se iguales con la inversión.

**Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se utiliza la siguiente formula:**

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

**En donde:**

**TIR=** Tasa interna de retorno.

**Tm=** Tasa menor de descuento para actualización.

**Dt=** Diferencia de tasas.

**VAN Tm=** Valor actual a la tasa menor.

**VAN TM=** Valor actual a la tasa mayor.

Utilizando la TIR, como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es > que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es = que el costo de capital, la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es < que el costo de capital, se rechaza el proyecto .La tasa interna de retorno para el proyecto se representa en el siguiente cuadro

CUADRO # 67					
TIR					
AÑO	FLUJO NETO	Actualización			
		Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		79,61951		79,6197	
		0,796		0,796	
0	8894,14				
1	6178,39	0,56	3439,71	0,56	3439,70
2	6670,19	0,31	2067,43	0,31	2067,43
3	7180,25	0,17	1239,02	0,17	1239,02
4	9610,88	0,10	923,31	0,10	923,31
5	9979,26	0,05	533,74	0,05	533,74
6	10367,57	0,03	308,71	0,03	308,71
7	10776,89	0,02	178,66	0,02	178,66
8	11208,36	0,01	103,45	0,01	103,45
9	11663,16	0,01	59,93	0,01	59,93
10	14050,06	0,00	40,19	0,00	40,19
			<b>8894,15</b>		<b>8894,13</b>
			<b>0,01</b>		<b>-0,01</b>

Fuente: Cuadro # 65

Elaboración: La Autora

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

$$TIR = 79,62 + 0,00 \left( \frac{0,01}{0,01 - (-0,01)} \right)$$

$$TIR = 79,62 + 0,00 (0,00)$$

$$TIR = 79,62\%$$

Aplicando la formula tenemos una TIR de 79,62%.



#### **6.2.4. ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

El propósito del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable (ingresos o costos) asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

CUADRO # 68								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 8,50% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL INCREMENTADO	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		<b>8,50%</b>			<b>44,45%</b>		<b>44,45%</b>	
						-8894,139		-8894,14
1	55331,64	60034,82	63122,40	3087,58	0,69	2137,52	0,69	2137,52
2	57975,10	62902,98	66537,32	3634,34	0,48	1741,85	0,48	1741,85
3	60774,68	65940,53	70136,99	4196,46	0,33	1392,39	0,33	1392,39
4	63872,19	69301,33	73931,40	4630,07	0,23	1063,55	0,23	1063,55
5	67294,03	73014,02	77931,09	4917,07	0,16	781,93	0,16	781,93
6	70900,98	76927,57	82147,16	5219,60	0,11	574,64	0,11	574,63
7	74703,07	81052,83	86591,32	5538,49	0,08	422,12	0,08	422,12
8	78710,86	85401,28	91275,92	5874,63	0,05	309,97	0,05	309,97
9	82935,46	89984,98	96213,94	6228,96	0,04	227,54	0,04	227,53
10	87388,62	94816,65	104411,25	9594,60	0,03	242,63	0,03	242,63
						<b>0,01</b>		<b>-0,01</b>

**Fuente:** Cuadro # 65

**Elaboración:** La Autora

## FÓRMULA PARA DETERMINAR LA NUEVA TIR

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

$$TIR = 44,45 + 0,00 \left( \frac{0,01}{0,01 - (-0,01)} \right)$$

$$TIR = 44,45 + 0,00 (0,00)$$

$$TIR = 44,45\%$$

TIR DEL PROYECTO = 79,62%
---------------------------

### 1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **35,17%**

### 2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = **44,18%**

### 3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,993914**

CUADRO # 69								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 7,38% EN LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			<b>7,38%</b>		<b>44,48%</b>		<b>44,48%</b>	
						-8.894,14		-8.894,14
1	55331,64	63122,40	58463,97	3132,33	0,69	2168,06	0,69	2168,06
2	57975,10	66537,32	61626,87	3651,77	0,48	1749,49	0,48	1749,48
3	60774,68	70136,99	64960,88	4186,20	0,33	1388,13	0,33	1388,13
4	63872,19	73931,40	68475,26	4603,07	0,23	1056,48	0,23	1056,48
5	67294,03	77931,09	72179,78	4885,75	0,16	776,15	0,16	776,15
6	70900,98	82147,16	76084,70	5183,72	0,11	569,98	0,11	569,98
7	74703,07	86591,32	80200,88	5497,81	0,08	418,42	0,08	418,42
8	78710,86	91275,92	84539,75	5828,90	0,05	307,05	0,05	307,05
9	82935,46	96213,94	89113,35	6177,89	0,04	225,25	0,04	225,25
10	87388,62	104411,25	96705,70	9317,08	0,03	235,13	0,03	235,13
						<b>0,01</b>		<b>-0,01</b>

Fuente: Cuadro # 65

Elaboración: La Autora

## FÓRMULA PARA DETERMINAR LA NUEVA TIR

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

$$TIR = 44,48 + 0,00 \left( \frac{0,01}{0,01 - (-0,0)} \right)$$

$$TIR = 44,48 + 0,00 (0,00)$$

$$TIR = 44,48\%$$

TIR DEL PROYECTO = 79,62 %
----------------------------

### 1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **35,14%**

### 2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \* 100

% Var. = **44,14%**

### 3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,992**

## 6.2.5. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Mide el rendimiento que se obtiene por la inversión realizada, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

- Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente.

- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Act.}}{\sum \text{Egresos Act.}}$$

La relación beneficio costo del proyecto se representa en el siguiente cuadro:

<b>CUADRO # 70</b>					
<b>RELACIÓN BENEFICIO-COSTO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>FAC. DE</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
	<b>ORIGINALES</b>	<b>ORIGINALES</b>	<b>ACTUALIZACIÓN</b>	<b>ACTUALIZA</b>	<b>ACTUALIZA</b>
1	63122,40	56944,01	0,89	56359,29	50842,87
2	66537,32	59867,13	0,80	53043,15	47725,71
3	70136,99	62956,75	0,71	49922,12	44811,37
4	73931,40	64320,53	0,64	46984,74	40876,86
5	77931,09	67951,83	0,57	44220,19	38557,69
6	82147,16	71779,59	0,51	41618,31	36365,78
7	86591,32	75814,43	0,45	39169,52	34294,60
8	91275,92	80067,56	0,40	36864,81	32337,94
9	96213,94	84550,78	0,36	34695,71	30489,86
10	104411,25	90361,19	0,32	33617,63	29093,89
				<b>436495,47</b>	<b>385396,56</b>

**Fuente:** Cuadro # 65

**Elaboración:** La Autora

$$\text{RBC} = \frac{436495,47}{385396,56}$$

$$\text{RBC} = 1,13$$

$$\text{RBC} = 1,13 - 1 = 0,13$$

$$\text{RBC} = 0,13$$

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene 0,13 centavos de rentabilidad.

#### **6.2.6. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

Da a conocer el tiempo necesario para recuperar la inversión, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

Para su cálculo se utiliza la siguiente formula:

<b>PRC =</b>	<b>Año super inv.+</b>	$\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujos netos del año que supera la Inversión}}$
--------------	------------------------	--

CUADRO # 71				
Periodo de recuperación del capital				
Año	Flujo neto	Factor de Actualización	Flujo actualizado	Flujo Actualizado acumulado
				-8894,14
1	6178,39	0,89	6179,28	6179,28
2	6670,19	0,80	6670,99	12850,27
3	7180,25	0,71	7180,96	20031,23
4	9610,88	0,64	9611,51	29642,74
5	9979,26	0,57	9979,83	39622,56
6	10367,57	0,51	10368,08	49990,64
7	10776,89	0,45	10777,34	60767,98
8	11208,36	0,40	11208,76	71976,74
9	11663,16	0,36	11663,52	83640,27
10	14050,06	0,32	14050,38	97690,64

Fuente: Cuadro # 65

Elaboración: La Autora

$$PRC = 2 + ((-8894,14 - 12850,27) / 12850,27)$$

$$PRC = 1,6921$$

$$PRC = 0,6921 * 12 = 8,3052$$

$$PRC = 0,3052 * 30 = 9,15600$$

$$PRC = 0,15600 * 8 = 1,248$$

PRC =	1	años
	8	meses
	9	días
	1	horas

Esto significa que la inversión se recupera en **1 año, 8 meses, 9 días y 1 hora.**



## **h. CONCLUSIONES**

Con el desarrollo de la presente investigación, se pudo establecer las siguientes conclusiones.

- ❖ El mercado o segmento al que está dirigido el servicio es a las familias de la ciudad de Gualaquiza que cuenta con 6291 habitantes, lo que viene hacer 1267 familias.
- ❖ Gracias al estudio de mercado realizado, la demanda real del servicio es del 79% mientras que la demanda efectiva del servicio asciende el 96%, lo que nos indica una alta participación en el mercado, que la empresa tratara de abastecer.
- ❖ La empresa tendrá una capacidad instalada de 219,000 visitas anuales, y una capacidad utilizada de 52800 visitas anuales que en si no cubre el total de la demanda insatisfecha, pero no es muy importante hacerlo al inicio del funcionamiento de la empresa, ya que la meta principal de un negocio es extender las utilidades, proyectándose en el futuro a crecer.
- ❖ La empresa estará ubicada en la ciudad de Gualaquiza, Barrio “Central”, en las calles Gonzalo Pesantez y Domingo Comín.
- ❖ De acuerdo a los cálculos realizados, el proyecto es muy viable puesto que la inversión inicial no es muy alta, esta haciende a un monto de **\$8.894,14** los que estarán financiados con el 33% es decir \$2.935,07 por capital interna (2 socios), y el 67% que son los \$5959,07 a través de un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CAPEG Gualaquiza.
- ❖ El costo total del servicio para el primer año es de \$55331,64.

- ❖ El total de ingresos por ventas para el primer año de operación de la empresa asciende a \$63122,40 dólares.
- ❖ Por la aplicación de las diferentes herramientas económicas se concluye que el proyecto es factible de llevar a cabo, ya que se obtuvo resultados positivos como:
  - El VAN es positivo, lo que significa que el valor de la empresa aumentara durante su operación.
  - La TIR es mayor al costo del capital en el mercado financiero.
  - La Sensibilidad del proyecto se comprobó que el proyecto soporta un incremento del 8,50% en los costos y una disminución de los ingresos de 7,38%.
  - En la Relación Beneficio Costo tenemos que por cada dólar invertido se obtiene 0,13 centavos de utilidad.
  - El periodo de recuperación del capital será en un lapso de 1 año, 8 meses, 9 días y 1 hora.

## **i. RECOMENDACIONES**

Al finalizar el presente estudio financiero se presenta las siguientes recomendaciones.

- ❖ Se recomienda que el presente proyecto sea puesto en marcha para que a través de la factibilidad que presenta la misma generara significativos beneficios tanto económicos como sociales.
- ❖ Para que el proyecto se mantenga viable, se deberá realizar fuertes campañas publicitarias con la finalidad de dar a conocer el servicio, con el objetivo de posesionarse más en el mercado
- ❖ Es de vital importancia promover una campaña, para que los gobiernos de turno establezcan políticas comerciales, que promuevan la inversión e incentiven al empresario a invertir localmente, las mismas que están orientadas a solucionar problemas como falta de fuentes de trabajo.
- ❖ La empresa a constituirse deberá considerar expandir su mercado o aumentar su capacidad del servicio, con el fin de cubrir toda la demanda, lo que les permitirá abaratar los costos y el precio de venta, al no ser asi ocasionara que la empresa se estanque.
- ❖ Dado que el proyecto tiene factibilidad requerida se recomienda elaborar el mismo, ya que su ejecución permitirá obtener buenos ingresos, así como también generara nuevas fuentes de trabajo.

## j. BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

- ED. Mc. GRAW. Administración de Recursos Humanos 5ª Edición.
- JOSE ALBERTO. Administración de Empresas.
- NASSIR Sapag chain.2007 **Proyectos de inversión, formulación y evaluación**- editorial PEARSON-prentice Hall Pág. 487.mexico
- PASACA MORA Manuel Enrique, (2009) **Manual para la elaboración de proyectos e graduación** a nivel superior, Ecuador.
- ROJAS SORIANO Raúl, (1995). **Guía para realizar proyectos de investigación.**
- SAMUEL C. CERTO. La Administración Moderna
- SCHRMRCHORN John R., Jr. **Administración**, Primera Edición, Editorial Limusa, S.A, 2006

### LINK

- [www.elmundodelcafe.com](http://www.elmundodelcafe.com)
- [http://www.cafeimperial.com/historia\\_esp.php](http://www.cafeimperial.com/historia_esp.php) (Mayo del 2005).
- <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-de-mercado-parte-iii.html>
- <http://www.aldereteysocios.com/estmerc.html>
- <http://books.google.com.ec/books?id=9kuFd0Hb8T0C&pg=PA57&dq=oferta+y+demand>

- <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- <http://www.mailxmail.com/curso-empresa-sociedad/organigrama-empresa>

**k. ANEXOS**



**Anexos # 1**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

(a)

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, con el objetivo de graduarme de Ingeniera Comercial, estoy realizando mi proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN CANTÓN GUALAQUIZA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**, por lo que le solicitamos se digne colaborarnos contestando con la debida sinceridad la siguiente encuesta:

**ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS**

**1. ¿Usted suele acudir a cafeterías?**

SI ( )                      NO ( )

Cuáles.....

**2. ¿Con que frecuencia usted acude a las cafeterías?**

- Diario            ( )
- Semanal        ( )
- Quincenal      ( )
- Mensual        ( )

**3. ¿Cuál es el promedio de pago por servicio de cafetería?**

- \$1.00- \$5.00            ( )
- \$5.01 - \$10,00        ( )

**4. ¿Los alimentos y bebidas que consumió en dichos lugares fueron de su agrado?**

SI ( )                      NO ( )

**5. ¿Durante el tiempo que usted ha sido cliente de las cafeterías ha participado de algún tipo de promociones?**

SI ( )                      NO ( )

Cual.....

**6. ¿Qué orden de importancia tiene para usted los siguientes factores al escoger un local de alimentos y bebidas (cafetería)?**

- Producto

- Servicio
- Precio

7. **¿Le gustaría que exista un establecimiento de alimentos y bebidas (cafetería), diferente a los actuales?**

SI ( ) NO ( )

8. **¿En qué lugar (barrio) del cantón le gustaría que se implementara la cafetería?**

.....

9. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de cafetería?**

\$1.00- \$5.00 ( )

\$5.01 - \$10,00 ( )

10. **¿Qué promociones le gustaría recibir si se implementara este nuevo local?**

.....

11. **¿Qué características y atributos le gustaría que tenga la cafetería para que decida consumir sus productos?**

- |                                 |                                 |
|---------------------------------|---------------------------------|
| • Limpieza ( )                  | • Atención rápida y cordial ( ) |
| • Variedad de productos ( )     | • Ubicación del local ( )       |
| • Calidad en la preparación ( ) | • Presentación del producto ( ) |

12. **¿Marque los productos que le gustaría encontrar en la cafetería?**

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| • Café ( )                      | • Patacones ( )          |
| • Bolones ( )                   | • Empanada ( )           |
| • Humitas ( )                   | • Tortas ( )             |
| • Tamales ( )                   | • Ensalada de frutas ( ) |
| • Tortillas de maíz o verde ( ) | • Otros ( )              |
| • Sanduches ( )                 |                          |
| • Tostadas ( )                  |                          |

13. **¿Qué medio de comunicación es de su preferencia para obtener información de la cafetería?**

- |             |                     |
|-------------|---------------------|
| • TV ( )    | • Presa escrita ( ) |
| • Radio ( ) | • Internet ( )      |

14. **¿En qué horario le gustaría recibir información sobre este producto?**

- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| • 9 a 12 am ( )  | • 18 a 21pm ( )  |
| • 12 a 15 pm ( ) | • 21 a 12 pm ( ) |
| • 15 a 18pm ( )  |                  |

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Estimado Sr.(a)

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, con el objetivo de graduarme de Ingeniera Comercial, estoy realizando mi proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN CANTÓN GUALAQUIZA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**, por lo que le solicitamos se digne colaborarnos contestando con la debida sinceridad la siguientes encuestas:

**Nombre del local:**

**1. ¿Porque implemento usted la cafetería en el cantón?**

- Necesidad
- Emprendimiento
- Competencia

**2. ¿Que tienen por preferencia sus clientes?**

- Café ( )
- Bolones ( )
- Humitas ( )
- Tamales ( )
- Tortillas de maíz o verde ( )
- Sanduches ( )
- Tostadas ( )
- Patacones ( )
- Empanadas ( )
- Tortas ( )
- Ensalada de frutas ( )
- Otros ( )

**3. ¿Cuál es su horario de atención?**

.....  
.....

**4. ¿Cuál es el número de clientes que diariamente hacen uso de su servicio?**

.....  
.....

**5. ¿Usted ofrece promociones por el servicio de cafetería?**



Si ( )

No ( )

**6. ¿Cómo considera los precios de los productos que ofrece actualmente?**

- Alto ( )
- Bajo ( )
- Normal ( )

**7. ¿Qué días de la semana tiene más clientes?**

- |                 |               |
|-----------------|---------------|
| • Lunes ( )     | • Viernes ( ) |
| • Martes ( )    | • Sábado ( )  |
| • Miércoles ( ) | • Domingo ( ) |
| • Jueves ( )    |               |

**8. ¿Cuáles son sus clientes más frecuentes?**

Locales ( )      Nacionales ( )      Extranjeros ( )

**9. ¿Dónde adquiere usted la materia prima para poner en funcionamiento su cafetería?**

- Mercado ( )
- Comerciales ( )
- Tiendas ( )
- Fuera del cantón ( )

**10. ¿Cuáles son los medios publicitarios que usted utiliza para dar a conocer su cafetería?**

- TV ( )
- Radio ( )
- Internet ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## **INDICE**

CERTIFICACIÓN	II
AUTORIA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
TEMA	1
RESUMEN	2
INTRODUCCIÓN	8
REVISIÓN DE LITERATURA	11
MATERIALES Y METODOS	17
RESULTADOS	22
DISCUSIÓN	41
CONCLUSIONES	132
RECOMENDACIONES	134
BIBLIOGRAFÍA	135
ANEXOS	137
INDICE	141