



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**

**Unidad de Educación a Distancia**

**Carrera de Administración de Empresas**

**Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en la  
parroquia San Isidro del cantón Morona, provincia de Morona  
Santiago.**

**Trabajo de Titulación previo a la  
obtención del título de Licenciada en  
Administración de Empresas**

**AUTORA:**

Jessica Beatriz Alvarez Barreto

**DIRECTOR:**

Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León Mgs

Loja – Ecuador

2023

## Certificación

Loja, 28 de marzo de 2023

Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León Mgs  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en la parroquia San Isidro del cantón Morona, provincia de Morona Santiago.** , previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, de autoría de **Jessica Beatriz Alvarez Barreto**, con cedula de identidad **Nro. 1401169410**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

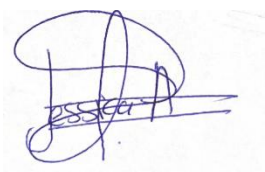


Firmado electrónicamente por  
**JORGE OSWALDO  
MOGROVEJO LEON**

Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León Mgs  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Autoría**

Yo, **Jessica Beatriz Alvarez Barreto**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



**Firma:**

**Cédula:** 1401169410

**Fecha:** 27 de junio de 2023

**Correo electrónico:** [jessica.b.alvarez@unl.edu.ec](mailto:jessica.b.alvarez@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0996352071

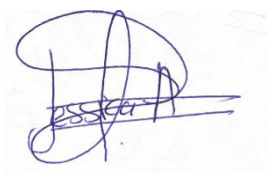
**Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.**

Yo, **Jessica Beatriz Alvarez Barreto**, declaro ser la autora del Trabajo de Titulación denominado: **Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en la parroquia San Isidro del cantón Morona, provincia de Morona Santiago.** , como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintisiete días del mes de junio del dos mil veintitrés.



**Firma:**

**Autora:** Jessica Beatriz Alvarez Barreto

**Cédula:** 1401169410

**Dirección:** Macas

**Correo electrónico:** jessica.b.alvarez@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0996352071

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:** Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León Mgs.

## **Dedicatoria**

Le dedico el resultado de este Trabajo de Titulación a mi papá y tío Juan que me apoyaron que de una u otra manera. Gracias por sostenerme en los momentos más duros de mi vida, por enseñarme a afrontar las dificultades sin perder nunca la esperanza y no morir en el intento.

Me han demostrado que a pesar de las dificultades siempre se puede salir adelante, que los principios jamás se negocian peor aún los valores, que sin perseverancia no hay resultados.

También quiero dedicarle este trabajo a Alexis, por su paciencia, por su cuidado, por su complicidad, por todo lo que has logrado en mí.

También, quiero dedicarle este trabajo a mi pequeño Criss. Su existencia ha traído fuerza y determinación en mi vida, sin duda alguna cada logro ha sido en busca de su bienestar, este Trabajo de Titulación, también es en busca de un mejor porvenir de mi pequeño Criss.

***Jessica Beatriz Alvarez Barreto***

## **Agradecimiento**

En primer lugar, le agradezco a mi tío Juan que siempre me ha brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. El con su cariño me ha impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades.

Le agradezco muy profundamente a mi Director por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no hubiese podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada. Gracias por su guía y todos sus consejos, los llevaré presentes en mi camino profesional.

Son muchos los Docentes que han sido parte de mi proceso universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí. Sin ustedes lo aprendido sería solo palabras.

Por último, agradecer a la Universidad Nacional de Loja que me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para aprender conocimientos.

***Jessica Beatriz Alvarez Barreto***

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	i
<b>Certificación</b> .....	ii
<b>Autoria</b> .....	ii
<b>Carta de autorización</b> .....	iv
<b>Dedicatoria</b> .....	v
<b>Agradecimiento</b> .....	vi
<b>Índice de contenidos</b> .....	vii
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>ix</b>
<b>Índice de figuras</b> .....	<b>x</b>
<b>Índice de anexos</b> .....	xi
<b>1. Título</b> .....	1
<b>2. Resumen</b> .....	2
2.1 Abstract.....	3
<b>3. Introducción</b> .....	4
<b>4. Marco teórico</b> .....	6
4.1 Marco conceptual.....	6
4.1.1 Proyectos de inversión .....	6
4.1.2 Factibilidad .....	6
4.1.3 Mercado .....	6
4.1.4.1 Mercado de productos de consumo .....	6
4.1.4.2 Mercado de productos de uso o inversión .....	7
4.1.4.3 Mercado de productos industriales.....	7
4.1.4.4 Mercado de servicios.....	7
4.1.4.5 Mercados financieros.....	7
4.1.5 Determinación del tamaño la muestra .....	7

4.1.6	Demanda .....	7
4.1.6.1	Demanda Potencial.....	8
4.1.6.2	Demanda real .....	8
4.1.6.3	Demanda efectiva .....	8
4.1.7	Oferta .....	8
4.1.8	Servicio .....	9
4.1.9	Precio .....	9
4.1.10	Distribución o Plaza .....	9
4.1.11	Estudio técnico .....	9
4.1.11.1	Ingeniería de proyecto.....	10
4.1.11.2	Localización.....	11
4.1.11.3	Factores de localización.....	11
4.1.11.3.1	Macro localización.....	11
4.1.11.3.2	Micro localización .....	11
4.1.11.4	Componente tecnológico .....	11
4.1.12	Estudio administrativo.....	11
4.1.12.1	Estructura organizacional.....	12
4.1.12.2	Estructura empresarial .....	12
4.1.12.2.1	Niveles jerárquicos.....	12
4.1.12.2.2	Organigramas .....	13
4.1.12.2.2.1	Tipos de Organigramas.....	13
4.1.13	Estudio financiero.....	13
4.1.13.1	Inversiones .....	14
4.1.13.1.1	Tipos de inversión .....	14
4.1.13.1.2	Activos.....	15
4.1.13.1.3	Capital de Trabajo.....	15
4.1.13.1.4	Gastos.....	15
4.1.13.1.5	Ingresos .....	16
4.1.13.1.6	Punto de Equilibrio .....	16
4.1.13.1.7	Evaluación Financiera .....	16
4.1.13.1.8	Valor Actual Neto.....	16
4.1.13.1.9	Tasa Interna de Retorno .....	17
4.1.13.1.10	Análisis de Sensibilidad.....	17
<b>5.</b>	<b>Metodología.....</b>	<b>19</b>
5.1.1	Documental .....	19



5.1.2	Experimental .....	19
5.2	Métodos .....	19
5.2.1	Método Deductivo .....	19
5.2.2	Método Descriptivo .....	19
5.3	Técnicas.....	20
5.3.1	Búsqueda bibliográfica .....	20
5.3.2	Encuesta.....	20
5.3.3	Observación .....	20
5.4	Determinación De La Muestra.....	20
<b>6.</b>	<b>Resultados</b> .....	<b>22</b>
6.1	Recopilación de la información.....	<b>22</b>
<b>7.</b>	<b>Discusión</b> .....	<b>28</b>
7.1.1	Estudio De Mercado .....	28
7.1.1.1	Objetivo del estudio de mercado .....	28
7.1.1.2	Análisis de la Demanda.....	28
7.1.1.2.1	Demanda potencial .....	28
7.1.1.2.1.1	Proyección de la demanda potencial .....	28
7.1.1.2.2	Demanda real .....	29
7.1.1.2.3	Demanda efectiva .....	30
7.1.1.2.4	Análisis de la oferta.....	30
	local.....	30
7.1.1.1.1	Análisis de la demanda insatisfecha .....	31
7.1.2	Marketing.....	31
7.1.2.1	Ubicación .....	32
7.1.2.2	Plan de marketing .....	32
7.1.2.2.1	La Marca.....	32
7.1.2.2.2	Logotipo .....	32
7.1.2.2.3	Políticas Del Servicio .....	33
7.1.2.2.4	La decoración .....	33
7.1.2.2.5	Análisis Externo .....	33
7.1.2.2.6	Análisis Interno .....	33
7.1.3	Estudio Técnico .....	34
7.1.3.1	Tamaño.....	34
7.1.3.2	Capacidad instalada .....	34
7.1.3.3	Macro Ubicación.....	35

7.1.3.4	Micro localización .....	36
7.1.3.5	Distribución de la Planta.....	36
7.1.3.6	Proceso de Compras .....	38
7.1.3.7	Descripción del Proceso de Atención al Cliente.....	38
7.1.3.7.1	Simbología.....	39
7.1.3.8	Flujograma de Procesos .....	40
7.1.3.8.1	Proceso/Tiempo – Servicio De Cafetería “Dique San Isidro” .....	40
7.1.3.9	Estudio Administrativo .....	41
7.1.3.9.1	Misión .....	41
7.1.3.9.2	Visión.....	42
7.1.3.9.3	Objetivos .....	42
7.1.3.9.4	Constitución Legal.....	42
7.1.3.9.5	Plan de Comercialización.....	42
7.1.3.10	Estructura empresarial .....	42
7.1.3.10.1	Organigrama estructural de “Yumi Cafetería” .....	42
7.1.3.11	El Servicio.....	49
7.1.3.11.1	Descripción Del Servicio. ....	49
7.1.4	Estudio Financiero.....	50
7.1.4.1	Evaluación Financiera .....	52
7.1.4.1.1.1	Presupuesto de Ingresos y Egresos .....	52
7.1.4.1.1.2	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento y Financiamiento.....	62
7.1.4.1.1.3	Punto de Equilibrio .....	66
7.1.4.1.1.4	Flujo de caja proyectado con financiamiento.....	68
7.1.4.1.1.5	Valor Actual Neto (VAN).....	68
7.1.4.1.1.6	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	69
7.1.4.1.1.7	Periodo de Recuperación de la Inversión “PRI” .....	70
7.1.4.1.1.8	Relación Beneficio/Costo .....	71
7.1.4.1.1.9	Análisis de Sensibilidad.....	71
7.1.4.2	Análisis Financiero .....	72
7.1.4.2.1	Determinación de Inversiones.....	72
7.1.4.2.1.1	Inversión Fija.....	72
7.1.4.2.1.2	Inversión Diferida.....	73
7.1.4.2.1.3	Capital de Trabajo.....	73
<b>8.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>75</b>
<b>9.</b>	<b>Recomendaciones</b> .....	<b>76</b>

<b>10. Bibliografía</b> .....	77
<b>11. Anexos</b> .....	78

## Índice de tablas:

<b>Tabla 1.</b> Conoce usted el Dique de San Isidro .....	22
<b>Tabla 2.</b> Le gustaría servirse café en el Dique de San Isidro .....	22
<b>Tabla 3.</b> Lugares de consumo de café .....	22
<b>Tabla 4.</b> Tipos de productos .....	23
<b>Tabla 5.</b> Tipos de estilos .....	23
<b>Tabla 6.</b> Café Caliente .....	24
<b>Tabla 7.</b> Días de atención .....	24
<b>Tabla 8.</b> Horario de atención.....	24
<b>Tabla 9.</b> Valor mínimo de consumo .....	25
<b>Tabla 10.</b> Tipo de Productos.....	29
<b>Tabla 11.</b> Tipos de estilos.....	29
<b>Tabla 12.</b> Días de atención .....	30
<b>Tabla 13.</b> Horario de atención.....	30
<b>Tabla 14.</b> Valor mínimo de consumo .....	34
<b>Tabla 15.</b> Proyección de la demanda potencial.....	44
<b>Tabla 16.</b> Proyección de demanda real.....	45
<b>Tabla 17.</b> Demanda efectiva proyectada.....	46
<b>Tabla 18.</b> Establecimientos de servicio de alimentación .....	47
<b>Tabla 19.</b> Establecimientos de servicio de alimentación .....	48
<b>Tabla 20.</b> Demanda efectiva proyectada.....	31
<b>Tabla 21.</b> Calculo de Capacidad Instalada.....	32
<b>Tabla 22.</b> Calculo de Capacidad Utilizada .....	32
<b>Tabla 23.</b> Calculo de Capacidad Utilizada .....	33
<b>Tabla 24.</b> Manual de funciones del gerente general .....	42
<b>Tabla 25.</b> Manual de funciones del Contador .....	43
<b>Tabla 26.</b> Manual de funciones del cajero.....	44
<b>Tabla 27.</b> Manual de funciones del cocinero.....	45
<b>Tabla 28.</b> Manual de funciones del mesero .....	46
<b>Tabla 29.</b> Equipo de Cocina.....	49
<b>Tabla 30.</b> Equipo de Computación.....	49
<b>Tabla 31.</b> Equipo de Oficina.....	49
<b>Tabla 32.</b> Mobiliario .....	49
<b>Tabla 33.</b> Café .....	50
<b>Tabla 34.</b> Mocachino .....	51
<b>Tabla 35.</b> Expreso .....	51
<b>Tabla 36.</b> Late.....	51

<b>Tabla 37.</b> Americano.....	52
<b>Tabla 38.</b> Bombón .....	52
<b>Tabla 39.</b> Infusión .....	52
<b>Tabla 40.</b> Chocolate .....	53
<b>Tabla 41.</b> Empanada de Verde .....	53
<b>Tabla 42.</b> Empanada de Queso .....	53
<b>Tabla 43.</b> Bolón de chicharrón .....	54
<b>Tabla 44.</b> Quimbolito.....	54
<b>Tabla 45.</b> Humita .....	54
<b>Tabla 46.</b> Tamal.....	55
<b>Tabla 47.</b> Quesadilla.....	55
<b>Tabla 48.</b> Pan de Sal .....	56
<b>Tabla 49.</b> Tostada de Queso .....	56
<b>Tabla 50.</b> Tostada de Queso Mixta .....	56
<b>Tabla 51.</b> Tigrillo .....	61
<b>Tabla 52.</b> Motepillo .....	62
<b>Tabla 53.</b> Pan de Yuca .....	63
<b>Tabla 54.</b> Jugo de Mora.....	63
<b>Tabla 55.</b> Jugo de Naranja .....	48
<b>Tabla 56.</b> Jugo de Tomate.....	48
<b>Tabla 57.</b> Batido de Mora .....	58
<b>Tabla 58.</b> Batido de piña.....	68
<b>Tabla 59.</b> Proyección de ingresos.....	68
<b>Tabla 60.</b> Proyección de egresos .....	60
<b>Tabla 61.</b> Tasa Pasiva Referencial .....	61
<b>Tabla 62.</b> Inflación .....	61
<b>Tabla 63.</b> Tabla de amortización.....	63
<b>Tabla 64.</b> Estado de Resultados Proyectado .....	63
<b>Tabla 65.</b> Punto de Equilibrio Proyectado.....	66
<b>Tabla 66.</b> Flujo de caja proyectado .....	66
<b>Tabla 67.</b> La tasa interna de retorno (TIR) .....	67
<b>Tabla 68.</b> Flujo de caja con variación del 20%.....	69
<b>Tabla 69.</b> Nuevo cálculo de TIR.....	70
<b>Tabla 70.</b> Inversión fija total .....	71
<b>Tabla 71.</b> Inversión diferida total .....	71
<b>Tabla 72.</b> Materia prima.....	72
<b>Tabla 73.</b> Insumos y gastos corrientes .....	72

## Índice de figuras:

<b>Figura 1.</b> Distribución de las instalaciones.....	35
<b>Figura 2.</b> Diagrama de flujo del proceso de compras.....	36
<b>Figura 3.</b> Simbología .....	37
<b>Figura 4.</b> Flujograma de Procesos.....	38
<b>Figura 5.</b> Organigrama Estructural .....	40
<b>Figura 6.</b> Organigrama Funcional .....	40

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1.</b> Encuesta .....	75
<b>Anexo 2.</b> Costos y Gastos del proyecto.....	77
<b>Anexo 3.</b> Depreciación .....	77
<b>Anexo 4.</b> Certificado de traducción del resumen .....	94

## **1. Título**

**Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en la parroquia San Isidro del cantón Morona, provincia de Morona Santiago.**

## 2. Resumen

El proyecto de investigación denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en la Parroquia San Isidro Del Cantón Morona, Provincia De Morona Santiago.”, se basó en la recolección de datos mediante métodos y técnicas para obtener la información necesaria. Según el estudio de mercado, se identificó una población de 33810 habitantes, de las cuales se estimó que 8710 personas serian nuestros usuarios en el primer año de apertura, dejando una demanda insatisfecha de 1014 usuarios, para la comercialización del servicio, se utilizó una estrategia de marketing mix (4P) para asegurar un posicionamiento en el mercado a futuro. En el estudio técnico, se determinó una capacidad instalada de atención anual a 87600 usuarios. La ubicación de la empresa se encuentra ubicado en el Dique San Isidro, facilitando así el acceso de clientes y personal encargado de las actividades de producción y comercialización. En el estudio administrativo, se definió que la empresa se creara a través del Registro Único de Contribuyentes sin obligación ser obligados a llevar contabilidad y se estableció la estructura organizativa, considerando los diferentes niveles jerárquicos y el manual de funciones para el personal encargado de las actividades, con un total de 5 puestos de trabajo. En el estudio financiero, se detallaron los valores monetarios de inversión y financiamiento del proyecto, se financiará a través de un crédito financiero de \$30000, que se pagará en un periodo de 5 años en cuotas semestrales con una tasa de interés del 15,25%, la evaluación financiera arrojó un VAN de \$7563,93, una TIR del 25,28% y una RBC de \$0.25 por cada dólar invertido, el PRC de la inversión inicial se lograra en 5,25, es decir, 5 años y 3 meses, el análisis de sensibilidad consiste en asumir que, debido al cambio de clima, movilizaciones sociales, incremento de combustible, el precio de la materia prima se incrementará en un 20% y con el fin de que los clientes no se vean afectados se mantendrá el precio de venta.

**Palabras clave:** *Estudios de factibilidad, innovación comercial, desarrollo productivo.*



## 2.1. Abstract

The research project called "Feasibility study for the creation of a cafeteria in the San Isidro Del Cantón Morona Parish, Morona Santiago Province.", was based on data collection through methods and techniques to obtain the necessary information. According to the market study, a population of 33,810 inhabitants was identified, of which it was estimated that 8,710 people would be our users in the first year of opening, leaving an unsatisfied demand of 1,014 users. For the commercialization of the service, a strategy was used. marketing mix (4P) to ensure future market positioning. In the technical study, an installed capacity of annual attention to 87,600 users was determined. The location of the company is located in the San Isidro Dam, thus facilitating the access of clients and personnel in charge of production and commercialization activities. In the administrative study, it was defined that the company would be created through the Single Taxpayer Registry without the obligation to be forced to keep accounts and the organizational structure was established, considering the different hierarchical levels and the manual of functions for the personnel in charge of the activities., with a total of 5 jobs. In the financial study, the monetary values of investment and financing of the project were detailed, it will be financed through a financial credit of \$30,000, which will be paid in a period of 5 years in semi-annual installments with an interest rate of 15.25%. , the financial evaluation showed a VAN of \$7,563.93, an IRR of 25.28% and a RBC of \$0.25 for each dollar invested, the PRC of the initial investment will be achieved in 5.25, that is, 5 years and 3 months , the sensitivity analysis consists of assuming that, due to climate change, social mobilizations, increase in fuel, the price of raw material will increase by 20% and in order that customers are not affected, the price will be maintained sale price.

**Keywords:** *Feasibility studies, commercial innovation, productive development.*

### **3. Introducción**

La finalidad del presente proyecto es incrementar el desarrollo turístico, comercial y productivo, a través de esta investigación que analiza la factibilidad para la creación de una cafetería en la Parroquia San Isidro del Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago ofertando el servicio de alimentación en un lugar estratégico, permitiendo el crecimiento turístico de esta parroquia.

El avance del proyecto planteado se apoya en el marco conceptual, en base a la actividad y a cada uno de los temas relacionados de la presente propuesta, por ello se usa una metodología de investigación para determinar los métodos y técnicas que permiten obtener la información necesaria como la determinación de la población y con los resultados obtenidos realizamos los estudios y determinar su factibilidad.

Luego de haber conseguido los resultados necesarios se realizó el estudio de mercado permitió conocer el grado de aceptación de los posibles consumidores, así como también el estilo más adecuado para la ambientación de los espacios de la cafetería.

Con el estudio técnico se diseñó la estructura organizacional del emprendimiento, así como también los procesos adecuados para que la atención al cliente sea óptima y de calidad.

El estudio organizacional nos permitió establecer el estudio legal adecuado para el funcionamiento y posicionamiento de la empresa, así como el tipo de constitución legal, considerando todos los requisitos necesarios para su operatividad, además se establecen los organigramas detallados como el estructural, funcional y posicional de acuerdo a los niveles jerárquicos establecidos.

El estudio financiero permitió determinar los recursos necesarios para llevar a cabo la producción del servicio, así como cada uno de los medios de donde se obtendrán los recursos económicos internos como externos necesarios para la realizar la inversión, luego mediante los indicadores financieros como el VAN, TIR, RBC, PRC y el Análisis de Sensibilidad concluir la viabilidad del proyecto.

En base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero se comprobó que el proyecto denominado Cafetería Yumi, en la Parroquia San Isidro, es factible, ya que en el lugar no existe un espacio que brinde un servicio de calidad y al alcance de todos, que cuente con un espacio acogedor, alimentos saludables, atención personalizada y precios accesibles.

## **Tema**

“Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería en la parroquia San Isidro del cantón Morona, provincia de Morona Santiago”.

## **Antecedentes**

Las cafeterías comenzaron en el Imperio Otomano. Los cafés brindaban un lugar alternativo para reunirse, socializar y compartir ideas. Se eliminaron normas sociales gracias a las cafeterías, debido a la asequibilidad del café y la estructura igualitaria, cualquiera podía entrar y pedir un café. (CAFESMAMASAME, 2021).

Al día de hoy, las cafeterías son locales de reunión y ocio, para pasar tiempo con los amigos o familia, pero no hace tanto, se trataba de locales en los que los mayores intelectuales de la época se reunían para discutir sobre todo tipo de temas.(QUALERY, 2022).

Hoy en día una cafetería es un lugar acogedor en donde se sirve café gourmet y bebidas, además de todo tipo de alimento según la región o la ubicación y la demanda de la población para quien está orientada el servicio.

El éxito y el desarrollo de los negocios de cafeterías dependen del enfoque y la diferenciación que le otorgan al servicio, dentro de la zona a desarrollar el proyecto existe afluencia de turistas nacionales y extranjeros por lo cual hace primordial su implementación.

## **4. Marco teórico**

### **4.1 Marco conceptual**

#### **4.1.1 Proyectos de inversión**

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, incluido una necesidad humana (Baca, 2001).

Un proyecto es el conjunto de ideas, escritos, gráficos que contribuyen a la búsqueda de soluciones razonadas ante la presencia de un problema específico y complejo para satisfacer una necesidad o un conjunto de necesidades (Ocampo, 2002).

#### **4.1.2 Factibilidad**

Según Briseño Paul Lira, “El estudio de factibilidad, por su parte, se realiza cuando el proyecto representa montos de inversión considerables, o se está empleando una tecnología todavía no probada en la industria. Esto no quita que si el analista se siente más tranquilo haciendo un análisis más concienzudo de las variables de su proyecto no lo pueda hacer; pero debe tener muy presente que, inevitablemente, el grado de precisión buscado irá de la mano con mayores costos del estudio”. (Briseño, 2013, pág. 15)

#### **4.1.3 Mercado**

Para Chain, “La economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular”. (Chain, 2011, pág. 45)

Según varios autores como Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz el mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambas, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

#### **4.1.4 Tipos de mercado dependiendo el producto/servicio**

##### **4.1.4.1 Mercado de productos de consumo**

El mercado de bienes o productos de consumo representa el mercado donde se comercializan productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo, esto implica que son productos utilizados para cubrir una necesidad, pero luego que se resuelve la necesidad el producto desaparece.

#### **4.1.4.2 Mercado de productos de uso o inversión**

En el mercado de productos de uso (también llamados bienes de inversión o bienes de equipo), se intercambian productos que son usados para cubrir una necesidad, pero luego de cubrirla el bien no se extingue, sino que permanece.

#### **4.1.4.3 Mercado de productos industriales**

El mercado de productos industriales incluye todos los productos que se usan como insumo o materia prima para poder producir otros bienes o servicios. Este puede ser el caso de un producto como el acero que puede ser utilizado para producir aviones o automóviles.

#### **4.1.4.4 Mercado de servicios**

En efecto, este mercado abarca la comercialización de productos denominados servicios, en los cuáles el consumidor no puede adquirir propiedad del bien, ya sea porque sólo compra la prestación del servicio; por ejemplo, si usa para comunicarse un teléfono público. También se puede dar el caso porque se recibe un servicio de forma intangible como el caso de los servicios educativos.

#### **4.1.4.5 Mercados financieros**

Los mercados financieros son un espacio físico o virtual, a través del cual se intercambian activos financieros entre diferentes agentes económicos cuyas transacciones definen los precios de dichos activos, por tanto, se comercia con productos financieros que están sujetos a un activo subyacente.

#### **4.1.5 Determinación del tamaño la muestra**

Son los estudios que se efectúan en una parte de la población para la cual existe interés, donde la muestra debe ser representativa, pues de lo contrario los resultados no serán válidos para determinar el tamaño de la muestra se estima la media de la población objeto de estudio. Es fundamental tener en claro que para trabajar con poblaciones pequeñas se encuesta a toda la población y en caso de ser demasiados grandes es aconsejable aplicar una muestra. Para poblaciones finitas aplica la siguiente formula:

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

Donde:

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza (95%)

E = Margen de error

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

#### **4.1.6 Demanda**

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

#### **4.1.6.1 Demanda Potencial**

“La demanda potencial es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado producto dada una serie de condiciones, en otras palabras, las probabilidades de éxito del mismo en un mercado, Por medio de cálculos específicos es posible estimar hipotéticamente la capacidad de mercado de un determinado bien o servicio. por medio del estudio de la demanda potencial es posible conocer la posible acogida de estos” (Galán, 2020).

#### **4.1.6.2 Demanda real**

La demanda de mercado para un producto es el volumen total que adquiere un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia definido”. (Malhotra Naresh, 2008, pág. 118)

#### **4.1.6.3 Demanda efectiva**

(Baca Urbina, Gabriel, 2010) “La demanda efectiva es la agregación de las expectativas sobre las ventas futuras, lo que determina el nivel de producción real” (p. 43). Este concepto se contrapone al de demanda nocional como aquel nivel de demanda que se alcanzaría si se cubriesen todas las necesidades de consumidores y se maximizase el nivel de inversiones y exportaciones.

En términos generales, la efectivamente realizada, que no tiene por qué coincidir con la planeada. La Demanda efectiva es la determinante del nivel de renta y del volumen de la Oferta global alcanzada.

“La Demanda efectiva es el conjunto de mercancías y servicios que los Consumidores realmente adquieren en el Mercado en un Tiempo determinado y a un Precio dado, también es el deseo de adquirir un Bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo”. Ramírez Albar, Cajigas Margot, 2012, pág. 57)

#### **4.1.7 Oferta**

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando esta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

Simón Andrade define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando esta definición, Andrade agrega que, en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda"

#### **4.1.8 Servicio**

Según Kotler un servicio es "cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer" (Kotler, 1995. p.25). Es decir, es todo lo que es perceptible para el cliente y que produce un valor agregado, en el preciso momento en que se produce un aumento en la satisfacción.

Kotler, Bloom y Hayes, definen un servicio de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico".

#### **4.1.9 Precio**

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

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

#### **4.1.10 Distribución o Plaza**

Kotler y Armstrong (2003) nos dicen de lo que es la plaza o distribución física dentro de la compañía, "Incluye las actividades de la compañía que ponen el producto a la disposición de los consumidores meta" (p.53).

Pride y Ferrel (1997) definen que la distribución es "actividades que ponen productos a disposición de los consumidores en el momento y el lugar en donde ellos desean adquirirlos (p.406).

Para Stanton (1984) la distribución "es la cobertura del mercado; la estructura para la distribución al mayoreo, y al detalle, los canales utilizados para llevar los productos al mercado" (p.8).

#### **4.1.11 Estudio técnico**

El Estudio Técnico de un proyecto de factibilidad o inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001).

El estudio técnico debe contener:

- Ingeniería básica: Descripción detallada del producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.
- Determinación del tamaño de la planta tomando en cuenta la demanda, la materia prima requerida, la maquinaria y equipo de producción, la capacidad instalada, incluyendo especificaciones de origen, cotizaciones, fechas de entrega y formas de pago.
- Localización de la planta, incluyendo un estudio de la macro y micro localización para identificar las ventajas y desventajas del mismo.
- Diseño de la distribución de la planta.
- Estimación de los costos de construcción de los edificios y mejoras al terreno
- Estimación de los costos en los que se incurrirán para llevar a cabo la habilitación de la producción o comercialización del producto.

#### **4.1.11.1 Ingeniería de proyecto**

“La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros” (Pérez, 2015).

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, esquema del proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, es decir establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, el cual se considera:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales, etc.)



#### **4.1.11.2 Localización**

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (G. Baca Urbina).

Aquí es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc. con el fin de lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

#### **4.1.11.3 Factores de localización**

En la localización de proyectos, dependiendo su naturaleza, se consideran dos aspectos:

##### **4.1.11.3.1 Macro localización**

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.

Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

- Costo de Transporte de Insumos y Productos
- Disponibilidad y Costos de los Insumos
- Recurso humano.
- Políticas de Descentralización

##### **4.1.11.3.2 Micro localización**

En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados.

Entre los factores a considerar están:

- Vías de Acceso
- Transporte de Mano de Obra.
- Energía Eléctrica
- Agua
- Valor Terreno
- Calidad de mano de obra.

#### **4.1.11.4 Componente tecnológico**

Son las tecnologías existentes y disponibles para realizar los procesos productivos, consiste en definir el tipo de herramientas y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio.

#### **4.1.12 Estudio administrativo**

Los autores del proceso administrativo ven la administración a través del prisma que representan las tareas de quienes llevan a cabo esta función en las organizaciones, sean

estas públicas o privadas. Según Henri Fayol padre del concepto del proceso administrativo según su obra llamada "Administration industrielle et générale" (1916).

Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar, a la vez que especificó cada una de las etapas del proceso administrativo de la siguiente manera:

- Prever es escrutar el porvenir y confeccionar el programa de acción.
- Organizar es constituir el doble organismo, material y social, de la empresa.
- Mandar es dirigir el personal.
- Coordinar es ligar, unir y armonizar todos los actos y todos los esfuerzos.
- Controlar es vigilar para que todo suceda conforme a las reglas establecidas y a las órdenes dadas.

De esta manera, Fayol estableció las bases del esquema que engloba una tarea de alta complejidad, llamada administración, es decir es una serie de acciones que permiten entenderla y aplicarla de una manera más simple.

#### **4.1.12.1 Estructura organizacional**

"Una estructura social formal, racionalmente organizada, implica normas de actividad definidas con claridad en las que, idealmente cada serie de acciones está funcionalmente relacionada con los propósitos de la organización". (Merton, 2002, p.275).

El desarrollo de una estructura organizacional juega un papel importante, del cual se involucra un esquema formal de relaciones, comunicaciones, procesos de decisiones, procedimientos y sistemas dentro de un conjunto de unidades, factores, materiales y funciones para que los objetivos planteados se cumplan plenamente.

Estructura organizacional es "la distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización" (Robbins, 2005, p.234).

#### **4.1.12.2 Estructura empresarial**

De acuerdo a Chiavenato (2002. p.362) "organizar significa agrupar, estructurar e integrar los recursos organizacionales, definir la estructura de los órganos que los deberán administrar, establecer la división del trabajo mediante la diferenciación y medir los niveles de autoridad y responsabilidad".

Por tal razón toda organización debe funcionar como un sistema integrado y cohesionado en que las partes que se interrelacionen estrechamente para alcanzar los objetivos organizacionales.

##### **4.1.12.2.1 Niveles jerárquicos**

La jerarquía es la distribución escalonada en niveles de autoridad, responsabilidad y deberes, hasta llegar a formar una pirámide, en cuyo vértice está la autoridad máxima, y en

la basé, aquellos empleados que sólo tienen responsabilidad por el cumplimiento de los deberes de su cargo y no cuentan con autoridad formal, por no tener sobre quiénes ejercerla.

De acuerdo a Kossen (1995, p.125) “jerarquía se refiere a los diferentes niveles de autoridad que existen en una organización”. Cuanto más grande sea la organización, mayor tiende a ser el número de niveles jerárquicos de su estructura. La nivelación jerárquica representa, fundamentalmente, la especialización de la dirección, es decir, la distribución del volumen de autoridad y de responsabilidad en cada uno de los niveles de la organización.

#### **4.1.12.2.2 Organigramas**

Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Estos deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.

Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales.

##### **4.1.12.2.1 Tipos de Organigramas**

**Estructural:** Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran.

**Organigrama Funcional:** Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

**Organigrama Posicional:** Recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

#### **4.1.13 Estudio financiero**

El estudio financiero es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción, su finalidad es permitir ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica.

“El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad” (Pérez, Estudio financiero, 2021).

Para analizar la rentabilidad de un proyecto se debe de tener presente, al menos, los siguientes datos:

- Ingresos.
- Costos.
- Gastos de administración.
- Gastos de venta.
- Gastos financieros.
- Depreciaciones.
- Amortizaciones.
- Plan de inversión.
- Balance de apertura.
- Presupuesto de caja.
- Balance general proyectado.
- Punto de equilibrio.
- Flujo neto de efectivo.
- Valor Actual Neto.
- Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad.
- Análisis de sensibilidad.

Toda esta información debe ser analizada de forma detallada y recogida en el correspondiente informe del proyecto.

#### **4.1.13.1 Inversiones**

“Una inversión es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo” (López, 2021).

##### **4.1.13.1.1 Tipos de inversión**

La clasificación de las inversiones puede hacerse desde distintos puntos de vista. Así, no existe una única clasificación, ni tampoco una que sea mejor.

Existen varias, todas válidas y útiles según el contexto.

Según el horizonte temporal:

- Corto plazo: Menos de 1 año.
- Medio plazo: Entre 1 y 3 años.
- Largo plazo: Más de tres años.

Según el elemento en qué se invierta:

- Maquinaria: Moedor de café, máquina expendedora de café.
- Materias primas: Alimentos.
- Elementos de transporte: Vehículo.
- Edificios: Local Comercial.
- Inversión en participaciones de otras empresas.

Según el ámbito:

- Empresarial.
- Personal.
- Financiera.

Según la naturaleza del sujeto:

- Privada.
- Pública.

Según la adaptación al destinatario:

- Personalista o a medida.
- Generalista o estándar.

#### **4.1.13.1.2 Activos**

Los activos de una empresa representan todos los bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, en otras palabras, un activo es un bien que la empresa posee y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos.

Los activos se clasifican en función de su liquidez, es decir, la facilidad con la que ese activo puede convertirse en dinero.

- Activo fijo. Este comprende aquellos activos que están destinados a servir de forma duradera en las actividades de la empresa, es decir, por un período superior a un año, lo cuales se pueden convertir en liquidez mediante el proceso de amortización.
- Activo circulante: Son los activos vinculados al ciclo normal de explotación (generalmente doce meses) que la empresa espera vender, consumir o realizar en el transcurso del mismo. Está formado por las existencias, los deudores comerciales, las cuentas a cobrar, las inversiones a corto plazo, el efectivo y otros activos líquidos y las periodificaciones.

#### **4.1.13.1.3 Capital de Trabajo**

Según autores como Guillermo Westreicher y Javier Sánchez el capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica.

El capital de trabajo considera todos aquellos recursos que requiere una empresa para poder operar de forma continua el cual debe cubrir en el corto plazo requerimientos de insumos o materia prima, pago a los trabajadores, reposición de activos, entre otros. Por ello el capital de trabajo suele identificarse con el concepto de activo corriente dentro del balance general.

#### **4.1.13.1.4 Gastos**

Los gastos de una empresa son necesarios para facilitar su operación y producir bienes y servicios, por ejemplo, el pago de renta, luz, agua, publicidad, materias primas, nóminas, transporte, almacenaje, empaquetado, maquinaria, intereses, etc. (Express, 2021).

Los gastos se clasifican de la siguiente manera:

- Gastos fijos: Son aquellos que se necesitan para la operación del negocio y que no cambian si los volúmenes de producción incrementan o disminuyen.
- Gastos variables: Dependen del volumen de los productos o servicios de una empresa.
- Gastos imprevistos: Son los gastos que se necesita cubrir en caso de que se presente alguna dificultad en la operación del negocio.

#### **4.1.13.1.5 Ingresos**

Los ingresos son todas las entradas de dinero que la empresa recibe, ya sea como producto de las operaciones normales o por conceptos extraordinarios, los ingresos principales de una empresa deben originarse por las ventas normales de los productos o servicios que ofrece y que son parte de su giro comercial. Estos están representados por las ventas a contado y a crédito que la empresa efectuó en un período determinado, por lo general un ciclo anual. (Itaú Empresas, 2019).

#### **4.1.13.1.6 Punto de Equilibrio**

“El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

Principalmente este se necesita para conocer la rentabilidad del negocio y cuáles son las futuras ganancias” (Contreras, 2021).

#### **4.1.13.1.7 Evaluación Financiera**

La evaluación financiera del proyecto es una investigación profunda del flujo de fondos y de los riesgos, se requiere aplicar una serie de indicadores con el objeto de determinar un rendimiento de la inversión realizada en el proyecto. Uno de los criterios de evaluación de proyectos más relevantes es el valor actual neto, adicionalmente, la tasa interna de retorno es considerada indispensable para complementar un análisis efectivo, así como también la relación costo beneficio.

Según Méndez (2010) define a la Evaluación financiera como el ente que examina el proyecto en función de su rendimiento financiero; por lo tanto, determina la viabilidad de atender oportunamente los costos y gastos; mide que tan rentable es la inversión del proyecto para sus gestores y aporta elementos de juicio para comparar el proyecto con otras alternativas de inversión.

#### **4.1.13.1.8 Valor Actual Neto**

El VAN del proyecto es la verificación del proyecto, si el valor actual neto es igual o superior a cero este debe aceptarse, el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual (Sapag & Reinaldo, 2011).

Fórmula:

$$VAN = \sum VA - \text{Inversión inicial}$$

- Si van es > 0 La inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida. El proyecto es aceptable.
- Si van es < 0 La inversión producirá ganancias por debajo de la rentabilidad exigida. El proyecto debería rechazarse.
- Si van es = 0 La inversión no produciría ni ganancias, ni pérdidas. El proyecto es indiferente.

#### 4.1.13.1.9 Tasa Interna de Retorno

Según Méndez define la tasa interna de retorno como: la tasa de descuento intemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación, y de rentabilidades sacrificadas. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del VAN, hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero. En otras palabras, indica la tasa de interés de oportunidad para la cual el proyecto apenas será aceptable.

Fórmula:

$$TIR = \text{tasa menor} + \text{diferencia de tasa (VAN tasa menor)}$$

$$\frac{VAN \text{ menor} + VAN \text{ mayor}}$$

- Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto
- Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- Si la TIR. Es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

#### 4.1.13.1.10 Análisis de Sensibilidad

Sirve para calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y aumento en los costos.

“Según Méndez, Una vez determinada la evaluación financiera del proyecto, conviene hacer el análisis de sensibilidad que consiste básicamente en identificar aquellas variables del proyecto con mayor peso relativo tanto en el periodo pre-operativo como operativo y aplicarles variaciones porcentuales para señalar los efectos en los resultados del proyecto, mediante el cálculo de los flujos netos de caja y la aplicación de cualquiera de los criterios VAN, TIR o RBC” (Mendez, 2010).

Formula:

$$\text{Sensibilidad del VAN} = \frac{VAN_n - VAN_a}{VAN_a} * 100$$



## **5. Metodología**

Para el proceso de creación de una cafetería en la parroquia San Isidro del cantón Morona, provincia de Morona Santiago el presente proyecto se ha creído necesario la utilización de materiales y métodos los mismo que son importantes para procesar un producto o servicio de investigación eficaz.

Comprender la linealidad entre el planteamiento de los objetivos y los resultados obtenidos, determinar su idoneidad y pertinencia, así como evidenciar cualquier proceso ejecutado y procesado.

### **5.1 Tipos de Investigación**

Para este proyecto de investigación se utilizó los siguientes tipos de investigación, para un correcto desarrollo:

#### **5.1.1 Documental**

Mediante la recopilación de información tanto del lugar, así como de su población, las personas que lo visitan y el nivel económico que poseen, se procedió a realizar el presente análisis de factibilidad para la creación de una cafetería en el Dique de San Isidro para brindar un servicio de calidad y al alcance de todos.

#### **5.1.2 Experimental**

En base a la información anteriormente recopilada y mediante la utilización de fórmulas se procedió a generar resultados por cada ítem analizado, lo que nos permitió obtener resultados reales al final del estudio para conocer si se debe o no aperturar la cafetería en el Dique de San Isidro.

### **5.2 Métodos**

Se puede identificar a los métodos y técnicas como instrumentos, herramientas o procedimientos que permiten al investigador de manera ordenada y cronológica, recabar información y analizar los datos obtenidos, los mismo que una vez analizados puede ayudar o aplicar a la solución de un problema o ejecutar una acción.

Dentro del presente Trabajo de Titulación, se utilizaron los siguientes métodos y técnicas:

#### **5.2.1 Método Deductivo**

Partiendo desde varios estudios de factibilidad anteriormente realizados en otros lugares, se procedió a tomar como referencia para la aplicación del estudio de factibilidad en el Dique de San Isidro, cantón Morona, provincia Morona Santiago.

#### **5.2.2 Método Descriptivo**

Se utiliza este método para consolidar información para formular los objetivos específicos que tendrá el proyecto y que nos permita crear las preguntas para la encuesta como técnica a usar.

### **5.3 Técnicas**

En la elaboración de este proyecto de investigación las técnicas son recursos que permiten adquirir de forma organizada y coherente los datos.

A continuación se describen las diferentes técnicas aplicadas en esta investigación documental:

#### **5.3.1 Búsqueda bibliográfica**

Se recopiló información sobre el estudio de factibilidad mediante el uso de libros, artículos científicos, lo que nos permitió tener una referencia de cómo empezar este proyecto, así como los pasos a seguir para cumplir con este propósito.

#### **5.3.2 Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación de campo donde se obtiene información directamente del sujeto de estudio. Por eso se procedió a la aplicación de una encuesta de 9 preguntas específicas lo que me permitió fijar un horizonte por donde comenzar con el estudio de factibilidad.

#### **5.3.3 Observación**

Se realizó una visita al Dique de San Isidro, así como sus alrededores, con esto se pudo evidenciar que existe mucha afluencia de turistas a disfrutar de las bondades de este sector, al igual que no existe un lugar adecuado que oferte servicios de alimentación para quienes lo visitan.

### **5.4 Determinación De La Muestra**

El Ecuador se encuentra distribuido por 24 provincias, de ello se dividen en Costa, Sierra, Oriente e Insular. Al ser un país geográficamente disperso he seleccionado a la provincia de Morona Santiago, Cantón Morona en donde se encuentra la parroquia San Isidro, teniendo una población total de 33810 habitantes dentro del cantón, por lo cual se toma de referencia esta cifra, misma que es reportada en el censo del 2010 en la página [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). La cifra es tomada de manera general debido a que no se encuentra segregado por parroquias.

**Fórmula:**

N = Universo

n = Tamaño de la muestra

p = Éxito (0.50)

q = No ocurrencia (0.50)

e = Error (9%)

z = Confianza (1.96)

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

$$n = \frac{33810 * 0.50 * 0.50}{(33810 - 1) \left(\frac{0.09}{1.96}\right)^2 + 0.50 * 0.50}$$

$$n = 118.15$$

$$n = 118$$

La muestra para la encuesta fue de 118 personas.

## 6. Resultados

### 6.1 Recopilación de la información

La recopilación de la información mediante encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia San Isidro para analizar cuál podría ser la acogida de este servicio en la ciudad de San Isidro.

#### 1. ¿Conoce usted el Dique San Isidro?

El 100% conoce el Dique San Isidro de la muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 1** *Conoce usted el Dique de San Isidro*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
Si	118	100%
No	0	0%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro

Elaborado por: Autora del proyecto.

#### 2. ¿Le gustaría servirse café en el Dique San Isidro?

Al 100% de población le gustaría servirse café en el Dique San Isidro de la muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 2** *Le gustaría servirse café en el Dique de San Isidro*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
Si	118	100%
No	0	0%

Elaborado por: Autora del proyecto

#### 3. ¿Usted donde consumiría café en la Parroquia San Isidro?

En una cafetería prefiere consumir café el 40%, en un restaurante el 7%, en un restaurante de comida típica un 38%, en una heladería el 13% de la muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 3** *Lugares de consumo de café*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
Cafetería	48	40%
Restaurante	9	7%
Restaurante de comida típica	45	38%

Heladería	16	13%
-----------	----	-----

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

**4. ¿Qué tipos de comida le gustaría que expendieran en el Dique San Isidro?**

En relación con los tipos de comida el 41%, prefieren que se expendan Desayunos, Almuerzos y meriendas, el 38% Café, cappuccino, jugos, batidos, tostadas, pan, cake, un 8% Asados, y un 13% Comida típica, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 4** *Tipos de productos*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
Desayunos, Almuerzos, Merienda.	48	41%
Café, cappuccino, jugos, batidos, tostadas, pan, cake.	45	38%
Asados	10	8%
Comida típica	15	13%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

**5. Defina qué tipo de estilo debería contar la cabaña del Dique San Isidro**

En relación con la fachada de la cabaña el 47% prefiere un estilo rustico, el 20% un estilo moderno, el 8% estilo vintage, estilos comunes 25%, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 5** *Tipos de estilos*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
Estilo Rustico	56	47%
Estilo Moderno	23	20%
Estilo Vintage	9	8%
Estilo Comunes	30	25%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

**6. Considera Usted que se debería expender café caliente en la cabaña del Dique San Isidro.**

En relación al consumo de café caliente el 64% lo prefiere y el 36% no lo prefiere, de la muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 6** *Café Caliente*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
SI	75	64%
NO	43	36%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

**7. Debería contar con el servicio de alimentación todos los días de la semana en la cabaña del Dique San Isidro.**

En relación a los días de atención el 97% consideran que se debería brindar el servicio todos los días y el 3% lo prefiere de miércoles a viernes, muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 7** *Días de atención*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
SI	115	97%
NO	3	3%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

**8. ¿Cuál debería ser el horario de atención en la cabaña del dique San Isidro?**

En relación al horario de atención el 11% de Población prefiere el horario de atención de 08h00 hasta 22h00, en horario de atención de 10h00 hasta 22h00 el 74%, en horario de atención de 09h00 hasta 24h00 el 7%, en horario de atención de 12h00 hasta 24h00 el 7%, en Otro horario el 1% de la muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 8** *Horario de atención*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
08h00 hasta 22h00	13	11%

10h00 hasta 22h00	87	74%
09h00 hasta 24h00	8	7%
12h00 hasta 24h00	8	7%
Otro	2	1%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

### 9. ¿Cuánto pagaría Ud. por el servicio de alimentación?

En relación al costo del servicio el 79% prefiere pagar \$2.50, el 17% el costo de \$3.00 y el 4% el costo de \$2.00, muestra obtenida en la Parroquia San Isidro, parámetro importante a considerar para la ejecución del proyecto.

**Tabla 9** Valor mínimo de consumo

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
\$ 2.50	93	79%
\$ 3.00	20	17%
\$ 2.00	5	4%
Otro, Especifique	0	0%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto.

### Encuesta Nro. 2

La recopilación de la información mediante encuestas realizadas a los dueños de locales de la Parroquia San Isidro.

### 1. ¿Qué tipos de comida expende usted en su cafetería?

El tipo de alimentación que expenden los locales en la parroquia San Isidro son: Desayunos, Almuerzos y meriendas, el 56% Café, cappuccino, jugos, batidos, tostadas, pan, cake, un 33% y un 11% Comida típica.

**Tabla 10** Tipos de productos

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
----------	----	------------

Desayunos, Almuerzos, Merienda.	5	56%
Café, cappuccino, jugos, batidos, tostadas, pan, cake.	3	33%
Comida típica	1	11%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

## 2. ¿Defina qué tipo de estilo en la decoración tiene su cafetería?

En lo que respecta al de la decoración el 22% estilo rustico, un 33% tiene un estilo moderno, y el 45% tiene un estilo tradicional, parámetro importante a considerar para la adecuación del local a instalarse en la Parroquia San Isidro.

**Tabla 11** *Tipos de estilos*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
Estilo Rustico	2	22%
Estilo Moderno	3	33%
Estilo tradicional	4	45%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

## 3. El servicio de alimentación en su cafetería lo brinda todos los días de la semana.

En los días que los locales en la parroquia San Isidro mantiene su atención se evidencia que el 89% realiza la atención todos los días de la semana y un 11% en horario lo realiza de miércoles a domingo.

**Tabla 12** *Días de atención*

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
SI	8	89%
NO	1	11%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

## 4. ¿Cuál debería ser el horario de atención en la cabaña del dique San Isidro?

El horario de atención está dentro de 08h00 hasta 22h00 un 56%, 12h00 hasta 24h00 el 33%, otros horarios el 1% información obtenida de los locales de cafetería en la Parroquia San Isidro.



**Tabla 13** Horario de atención

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
08h00 hasta 22h00	5	56%
12h00 hasta 24h00	3	33%
Otro	1	11%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

**5. ¿Cuánto Ud. cobra en promedio por un plato de comida?**

El costo promedio que podrían pagar los usuarios por el plato de comida es de \$2.50 el 56%, de \$3.00 el 33%, \$2,00 el 11% este dato nos permite estimar el costo promedio del servicio de alimentación.

**Tabla 14** Valor mínimo de consumo

VARIABLE	FR	PORCENTAJE
\$ 2.50	5	56%
\$ 3.00	3	33%
\$ 2.00	1	11%

Fuente: Muestra Parroquia San Isidro  
Elaborado por: Autora del proyecto

## 7. Discusión

### 7.1.1 Estudio De Mercado

#### 7.1.1.1 Objetivo del estudio de mercado

Identificar la aceptación de los usuarios con la creación de una cafetería en la Parroquia San Isidro del Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago, que satisfaga la necesidad de brindar el servicio de alimentación.

#### 7.1.1.2 Análisis de la Demanda

El proyecto tiene como objetivo a la población y turistas de la ciudad de San Isidro segmento meta al que se dirige el servicio. Se preguntó a los clientes que tipo de servicio se debería implementar en el atractivo Dique San Isidro el 40% de los encuestados contestaron que se debería implementar una cafetería.

Consultamos cuales son las preferencias de los clientes en productos de alimentos y bebidas y contestaron, desayunos, almuerzos y meriendas, siendo estos los productos que más solicitan.

Para determinar la demanda se ha considerado las diferentes variables de análisis las mismas que a continuación se presentan como: Demanda Potencial, Demanda Real y Demanda efectiva.

##### 7.1.1.2.1 Demanda potencial

Al no existir el servicio de alimentación específicamente la prestación de servicio de cafetería se puede concluir que existe una demanda insatisfecha.

Los demandantes potenciales están determinados para la Población y ciudad de San Isidro, Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago, que están dispuestas a utilizar el servicio de alimentación de CAFETERÍA, en un tiempo y precio determinado.

##### 7.1.1.2.1.1 Proyección de la demanda potencial

La demanda potencial se ejecutó en base a nuestro mercado meta de 33810 personas.

$$DF=DA(1+i)^n$$

En donde:

DF = Demanda Futura

DA = Demanda Actual

i = Tasa de incremento

n = Número de años para los que se va a proyectar

1 = Constante 3%

$$DF=33810(1+0.03)^1$$

Se presenta el cuadro proyectado de la demanda de servicios Cafetería en el Dique de la ciudad de San Isidro.

**Tabla 15** *Proyección de la demanda potencial*

N°	Año	Demanda Potencial
0	2022	34824
1	2023	35868
2	2024	36944
3	2025	38052
4	2026	39193
5	2027	40368

Fuente: Autora del proyecto

**Figura 1** *Proyección de demanda futura*

### 7.1.1.2.2 Demanda real

El Ministerio de Turismo con actualización del 05 de enero del 2022, dio a conocer los resultados de la Encuesta de Viajes y Gasto en Feriados Nacionales la cual tiene por objeto cuantificar el número de viajes realizados por turistas y excursionistas (nacionales y extranjeros) y estimar el gasto efectuado durante el feriado; a partir de información recopilada en los establecimientos de alojamiento al final de cada feriado.

Los datos indican que aún nos falta mucho por potencializar el turismo en la provincia, es una realidad y para muestra un ejemplo. Durante el 2021 el gasto turístico en Azuay fue de 41 millones de dólares, en Tungurahua (Baños de Ambato) 18 millones y cerca a nuestra provincia, en Pastaza el gasto fue de 4 millones. Es decir, el doble de Morona Santiago que registró la cifra de 2 millones.

Los feriados que mayor ocupación (participación de alojamiento) tuvo Morona Santiago durante el 2021 fueron los del 10 de agosto y del 2 y 3 de noviembre con el 42% de ocupación, mientras que el más bajo fue el del 24 de mayo, con el 26% de ocupación.

El cálculo de la demanda real se realizó en base a nuestro mercado meta de 33810, de este mercado nos interesa el 80% de las personas que están interesadas en con el servicio de una cafetería según la pregunta número 3 de la encuesta realizada lo que equivale a 13524 personas. En cual lo proyectamos de la siguiente manera.

**Tabla 16** *Proyección demanda real*

N°	Año	Demanda real 80%
0	2022	27048
1	2023	27589
2	2024	28148
3	2025	28710
4	2026	29284
5	2027	29869

Fuente: Autora del proyecto

### 7.1.1.2.3 Demanda efectiva

Para el cálculo de la demanda efectiva se tomó en consideración la demanda real con un total de 13524 personas, equivalente al 87% de la población de la Ciudad de San Isidro, según el INEC a lo cual lo proyectamos de la siguiente manera.

**Tabla 107** Demanda efectiva proyectada

N°	Año	Demanda real - (87% )	Demanda efectiva
0	2022	27048	23532
1	2023	27589	24003
2	2024	28148	24483
3	2025	28710	24973
4	2026	29284	25472
5	2027	29869	25981

**Fuente:** Autora del proyecto

### 7.1.1.2.4 Análisis de la oferta

Para el cálculo de la oferta se considera a 33810 habitantes siendo este el total de la población; el servicio de alimentación tiene una cobertura del 30% a en la Parroquia de San Isidro, esto permite oportunidades de negocio y generación de emprendimiento local.

En la Parroquia de San Isidro si se brinda el servicio de alimentación, lo que con lleva a un servicio personalizado de ventas con diferentes ingredientes tanto zonales, nacional e internaciones, generando así una gran oferta, la misma que se encontrara al alcance de las personas tanto de la zona como fuera de ella.

Se procedió con observación de todos los establecimientos que brindan el servicio de alimentación, las cuales se mencionan a continuación.

**Tabla 18** Establecimientos de servicio de alimentación

N°	Empresa
1	Panadería Magaly
2	Comedor el Gordito
3	Bar Cha -Cha
4	Restaurante la Morena
5	Restaurante Carito
6	Comedor Jaya
7	Billar las Vegas
8	Asados la esquina
9	Cabaña el Pechugón

**Fuente:** Autora del proyecto

Para el cálculo de la proyección de la oferta se considera el 2% de crecimiento por año.

**Tabla19** *Establecimientos de servicio de alimentación*

N°	Año	Oferta proyectada
0	2022	10143
1	2023	10346
2	2024	10553
3	2025	10764
4	2026	10979
5	2027	1199

**Fuente:** Autora del proyecto

### 3.1.1.1.1 Análisis de la demanda insatisfecha

Para cálculo de demanda insatisfecha se realiza diferencia entre la demanda efectiva y la oferta.

**Tabla 20** *Demanda efectiva proyectada*

N°	Año	Demanda efectiva	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
0	2022	23532	10143	13389
1	2023	23532	10346	13657
2	2024	24003	10553	13930
3	2025	24483	10764	14208
4	2026	24973	10979	14992
5	2027	25472	1199	15282

**Fuente:** Autora del proyecto

### 3.1.2 Marketing

Las cuatro p del marketing son: producto, precio, punto de venta y promoción, en donde el producto es el elemento principal de cualquier campaña de marketing el mismo que abarca todo aquello que se coloca en un mercado para ofertar al consumidor. El precio es la cantidad fijada de dinero que el consumidor deberá pagar por adquirir el bien o servicio. El punto de venta es el lugar donde el producto o servicio está a disposición del cliente o

consumidor. La promoción representa los medios por los cuales el producto o servicio llega a ser conocido por el consumidor y las técnicas de distribución del mismo.

### 3.1.2.1 Ubicación

La cafetería estará ubicada en el Dique de la Parroquia San Isidro, cantón Morona, provincia Morona Santiago

### 3.1.2.2 Plan de marketing

#### 3.1.2.2.1 La Marca

La marca de la cafetería será “CAFETERIA YUMI” Este nombre se lo da por la interculturalidad que tiene la ciudad de San Isidro con la finalidad de ser diferenciada con los demás emprendimientos de establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación que existen en la ciudad.

#### 3.1.2.2.2 Logotipo

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca. El logotipo, o también llamado simplemente logo, es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí.



### Slogan

Un slogan es una frase breve utilizada en un contexto publicitario que resume la propuesta de valor de la marca o el producto de una manera original y fácil de recordar.

“El lugar y el momento adecuado para activar energías positivas, está en **YUMI** tu cafetería amiga”

### 3.1.2.2.3 Políticas Del Servicio

- Brindar servicio en el que haya rapidez, eficacia, honradez y credibilidad
- Atención personalizada y calidez.
- Extraordinarias instalaciones físicas, y presentación del personal que transmiten imágenes del servicio de calidad a los clientes.

### 3.1.2.2.4 La decoración

La decoración será exclusiva es por eso que la Cafetería tendrá un estilo rustico dando un aspecto de hogar, con mucha iluminación, con mesas y sillas cómodas y modernas, se ofrecerá una decoración dependiendo las necesidades de los clientes.

### 3.1.2.2.5 Análisis Externo

El sector servicios representa uno de los principales indicadores de la economía a nivel mundial. Son incontables las empresas que intervienen en este sector que mueve millones de dólares en todo el mundo.

La cafetería dará respuesta a la necesidad de brindar un servicio con un alto nivel de calidad, celeridad y al mejor precio de mercado posible para el visitante.

### 3.1.2.2.6 Análisis Interno

Crear firmemente en el principio de cuidar absolutamente tanto a nuestros empleados como clientes. Por esta razón, ambos agentes de consideración absoluta en la propia gestión de la cafetería.

Para una buena coordinación interna y una atención de servicio al cliente con un estándar alto, el escuchar a nuestros trabajadores ayudara a mejorar el rendimiento de nuestros empleados y facilitar la entrega de un servicio con eficiencia.

Daremos respuestas a las demandas tanto implícitas como explícitas de empleados y clientes.

Adoptaremos cambios necesarios para mejorar nuestros servicios cuando se requieren.

El método CAME que figura seguidamente, nos ayuda a mejorar aquellos aspectos que debemos trabajar en nuestra cafetería, tomando en consideración lo siguiente:

**Corregir:** la potenciación de nuestra región socio económica, pudiendo darla a conocer Nacionalmente con ayuda de las entidades locales o provinciales.

**Afrontar:** una mejora en cuanto a las relaciones entre nuestra cafetería y otros expertos tanto públicos como privados del sector alimentario, con la finalidad de aumentar los conocimientos administrativos entre otros.

**Mejorar:** las sinergias para conseguir que nuestro ámbito de actuación, tenga más visitantes, siempre en pro de la búsqueda crecimiento personal y comercial

**Explotar:** aumentar la eficacia en la explotación de los diferentes paquetes de productos de la provincia, mantener reuniones de trabajo con entidades locales y provinciales con el objetivo de impulsar el sector alimenticio como parte del turismo local y provincial.

Con el presente proyecto se busca ofertar el servicio de alimentación de una cafetería que será ubicada en el centro turístico del Dique San Isidro.

El plan de comercialización nos va permitir definir las estrategias de ingresar al mercado el nuevo emprendimiento, en este se describe el tipo de servicio, el precio, la seguridad, la eficiencia y calidad de la empresa. Es primordial que el servicio tenga un slogan que lo identifique y le asegure el posicionamiento en la mente de los consumidores y la ciudadanía en general.

### 3.1.3 Estudio Técnico

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar.

#### 3.1.3.1 Tamaño

Conocer el tamaño permitirá el poder diferenciar si esta es una pequeña, mediana o grande empresa mediante la capacidad instalada y utilizada que esta tenga durante la vigencia del proyecto, esta también define la cantidad de servicios o productos que se pueden producir en un periodo determinado, ya sea diariamente, mensual o anual.

El tamaño de la planta o la capacidad instalada lo sacamos en función de número de sillas y mesas, en la cafetería será de 4 mesas, con capacidad de 4 personas y 4 mesas con capacidad de 2 personas cada una, dando un total de 24 personas, en promedio cada persona estará en la cafetería una hora.

#### 3.1.3.2 Capacidad instalada

La capacidad instalada de la empresa de servicio de alimentación se determinó, mediante factores como la demanda existente, la innovación que se pretende y el personal dedicado a la atención del cliente.

Para la capacidad de la planta en este caso se considera que se tiene 24 sillas, por lo cual se atenderá a 24 personas, se considera las 8 horas laborables, pero al ser una empresa en la que se brindara el servicio de alimentación se laborara todos los días, es decir de domingo a domingo; considerando que fines de semana y feriados son los días en que habrá mayor cantidad de afluencia de usuarios.

**Tabla 21** *Calculo de Capacidad Instalada*

CALCULO CAPACIDAD UTILIZADA				
(A)PERSONAS POR HORA	(B)HORAS DIARIAS	(C)TOTAL DE PERSONAS POR SEMANA	(D)SEMANAS POR AÑO	(E)SERVICIO ANUAL



24	8	960	52	49920
----	---	-----	----	-------

**Fuente:** Autora del proyecto

Para poder establecer la cantidad anual de las personas diariamente atendidas, se utilizará la siguiente fórmula:

$$C = (A \cdot B)$$

$$E = (A \cdot B) \cdot D$$

$$C = (24 \cdot 8) = 960$$

$$E = 960 \cdot 52 = 49920$$

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

### **Demanda utilizada**

**Tabla 22** *Calculo de Capacidad Utilizada*

CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
49920	13059

**Fuente:** Autora del proyecto

Con la capacidad instalada 49920 con un crecimiento del 10% anual.

**Tabla 23** *Calculo de Capacidad Utilizada*

ANO	PORCENTAJE DE INCREMENTO DEL 10% ANUAL	CAPACIDAD UTILIZADA
0	27%	13059
1	37%	14364
2	47%	15800
3	57%	17380
4	67%	19118
5	77%	21029

**Fuente:** Autora del proyecto

### **3.1.3.3 Macro Ubicación**

La parroquia de San Isidro, está situada en el valle de su propio nombre, rodeada de la cordillera de Yungallí y de la cadena montañosa que se denomina Domono. Se encuentra a 12 km al norte de la capital provincial Macas.

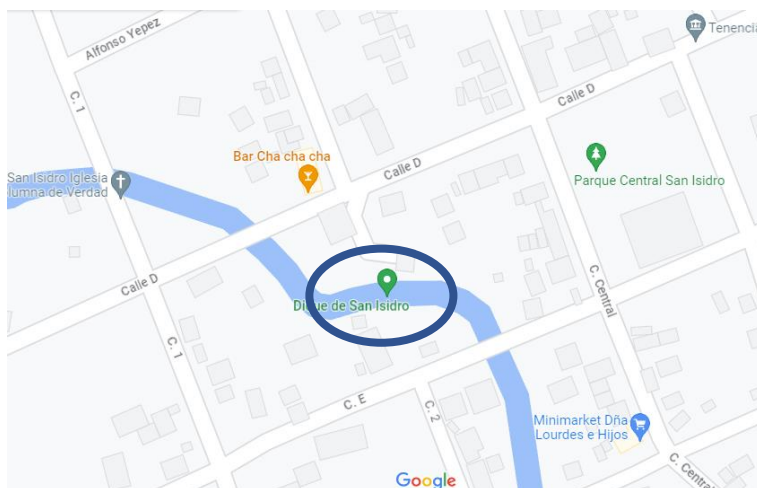
La población que habita en la parroquia presenta características de un alto mestizaje, debido a que los habitantes han venido de diferentes lugares. Sin embargo, en la parroquia hay dos nacionalidades o culturas, los colonos-mestizos y los Shuar, que son nativos de la Amazonía. El idioma principal es el castellano, sin embargo, una parte de la población Shuar, habla su propio idioma.

Al ser una de las parroquias más cercanas a la capital de la provincia, ya que se encuentra a 15 minutos de la misma, cuenta con todos los servicios básicos, y las vías son totalmente transitables para todo tipo y clase de vehículos.

Quienes no posean movilización propia, pueden llegar utilizando los medios de transporte públicos como las líneas de buses y el servicio de taxis.

#### 3.1.3.4 Micro localización

El dique de San Isidro se encuentra ubicado en la parroquia que lleva su mismo nombre, en las calles D y 2, a pocos pasos del parque central.



#### 3.1.3.5 Distribución de la Planta

La infraestructura es la base material que determina la estructura adecuada para la cafetería "YUMI"

La cafetería "YUMI", estará ubicada en la propiedad del Gobierno Parroquial de San Isidro con una dimensión de 300 m<sup>2</sup> Distribuidos en las siguientes áreas:

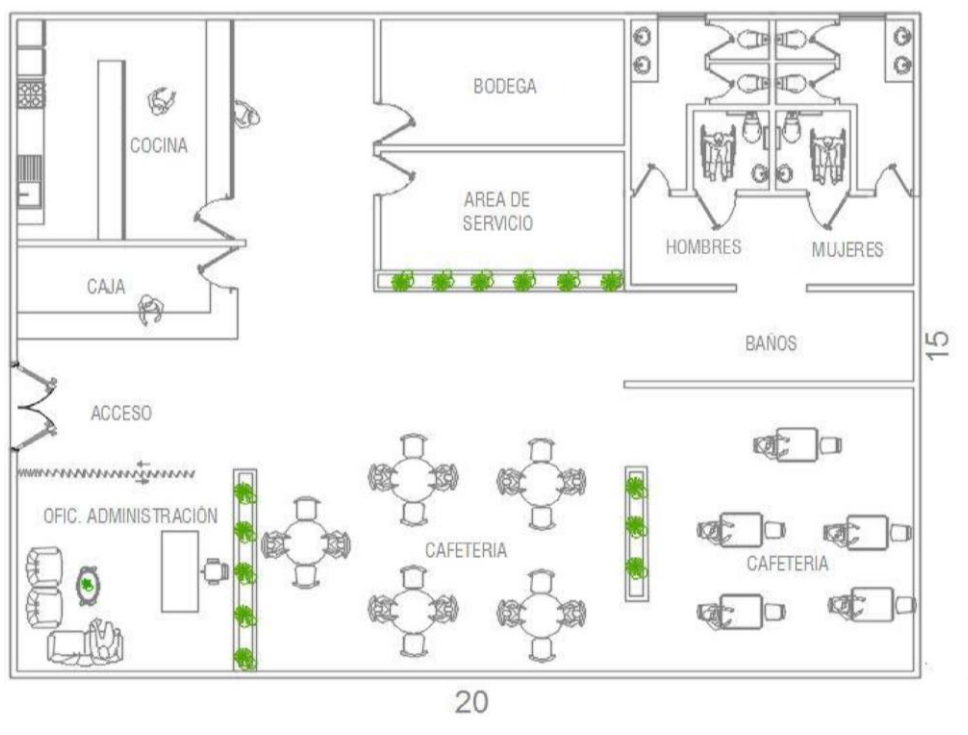
- Entrada
- Baños

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

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

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

**Figura 2** Distribución de las instalaciones



Elaborado por: La autora

### Proceso Productivo

El proceso productivo es de gran trascendencia dentro de la ejecución del proyecto, ya que el mismo permite describir técnica y sistemáticamente los métodos y secuencias de

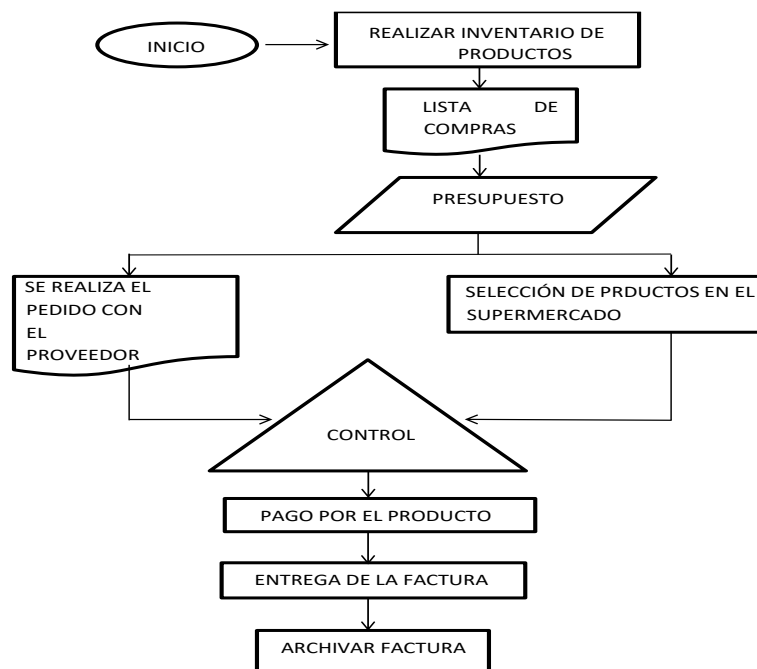
operaciones que se deben considerar para cumplir con los requerimientos y necesidades de los clientes que favorezcan para brindar un servicio de calidad. Entre los procesos que se toma en cuenta en la cafetería son:

### 3.1.3.6 Proceso de Compras

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

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

Figura 3 Diagrama de flujo del proceso de compras



### 3.1.3.7 Descripción del Proceso de Atención al Cliente

#### Proceso de entrada del cliente

- **Ingreso del cliente:** se recibe al cliente de una manera atenta y cordial para que el cliente se sienta a gusto

- ⇒ **Direccionamiento al lugar de ubicación:** El mesero conduce al cliente a la mesa que el cliente desee estar más cómodo.
- **Entrega de la carta:** se entrega la carta al cliente dándole a conocer las distintas bebidas de café y aperitivos que ofrece la cafetería.
- **Toma de pedido:** Después de haber esperado que el cliente decida qué es lo que va a consumir, el mesero toma la orden.

### Proceso del pedido en la cocina

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

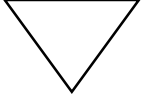

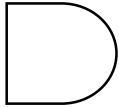
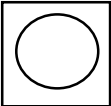
### Proceso de Facturación

- **Proceso de facturación de la cuenta:** La cajera realiza la factura del consumo realizado por los clientes.
- ⇒ **Entrega de factura al cliente:** la cajera se encarga de entregar la factura al cliente
- **El cliente Cancela la cuenta:** la cajera se hace a cargo de realizar el cobro respectivo del consumo del cliente.
- ⇒ **Salida del cliente:** se lo despide al cliente de un amannerata atenta.
- ▽ **Archivo:** Se archiva la factura para su correcto respaldo

#### 3.1.3.7.1 Simbología

Figura 4 Simbología

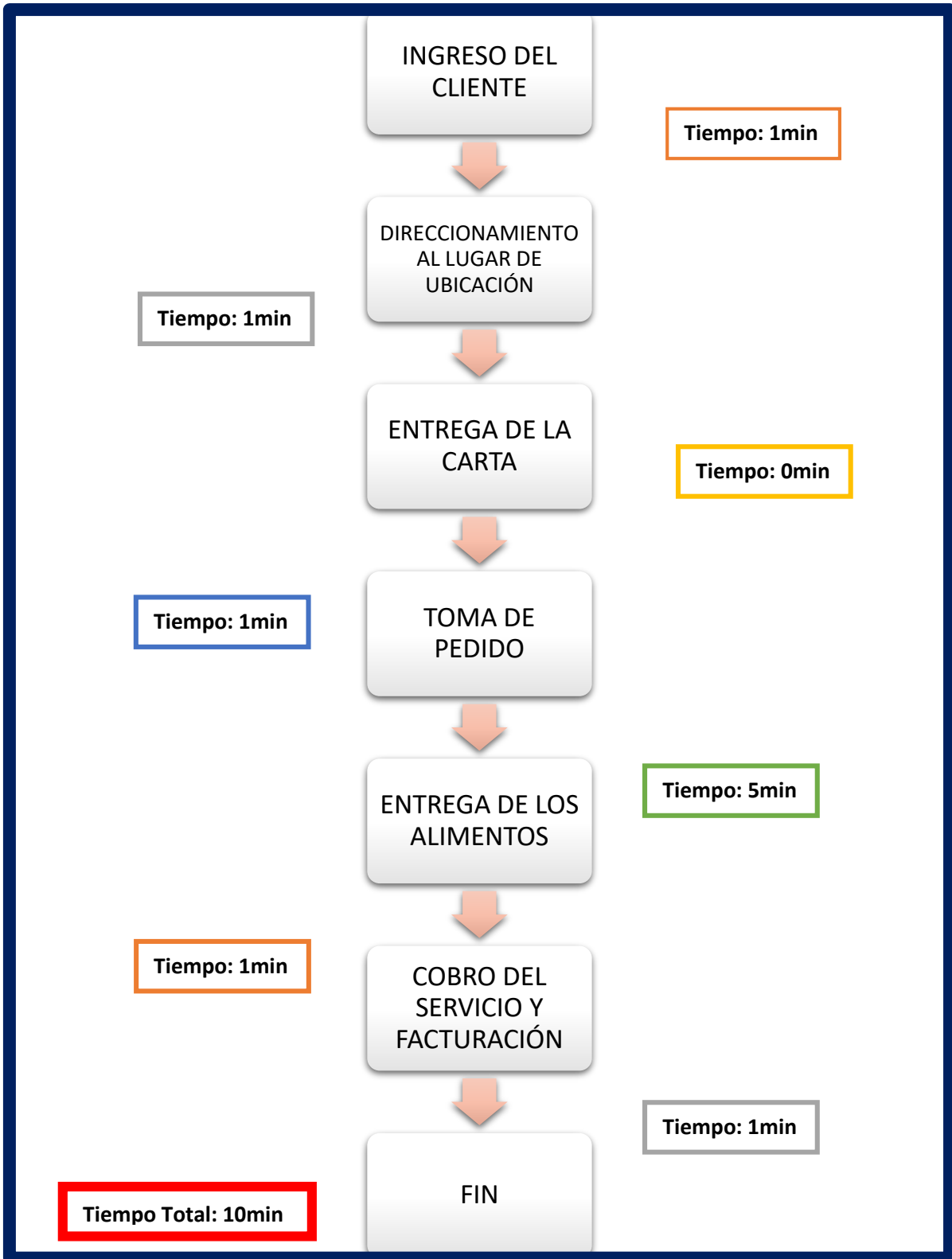
SIMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
○	OPERACIÓN	Se produce o se realiza algo.
⇒	TRANSPORTE	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación.

	ALMACENAMIENTO	EL producto es guardado y será trasladado previa autorización.
	INSPECCIÓN	Representa la ejecución de una o más actividades o procedimientos.
	ESPERA	Cuando se requiere la ejecución de una actividad anterior, o que debe esperar a ser realizado.
	ACTIVIDAD COMBINANDA	Operación combinada con una inspección

### 3.1.3.8 Flujograma de Procesos

#### 3.1.3.8.1 Proceso/Tiempo – Servicio De Cafetería “Dique San Isidro”

Figura 5 *Flujograma de Procesos*



### 3.1.3.9 Estudio Administrativo

#### 3.1.3.9.1 Misión

Brindar a los clientes una experiencia gastronómica excepcional al ofrecer alimentos y bebidas de calidad y un excelente servicio al cliente a precios razonables.

### **3.1.3.9.2 Visión**

Ser una empresa líder y competitiva en calidad, servicio y precios, logrando un posicionamiento en el mercado provincial.

### **3.1.3.9.3 Objetivos**

Ser reconocida como empresa líder del mercado.

Incrementar gradualmente las ventas cada año.

Mantener los productos disponibles en el mercado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### **3.1.3.9.4 Constitución Legal**

La cafetería se creará con RUC personal, sin la obligación de llevar contabilidad, se llevará un control de ingresos y gastos para un correcto desempeño y toma de decisiones.

### **3.1.3.9.5 Plan de Comercialización**

De tradición en el sector, está gestionada completamente por un conjunto heredado de generación en generación. De esta manera, se consigue mezclar los diferentes conocimientos en pro de buscar la excelencia para nuestros clientes.

La satisfacción a los clientes es fundamental. Por esa razón se tendrá un ambiente ideal, agradable y personalizado para la consecución de nuestro objetivo.

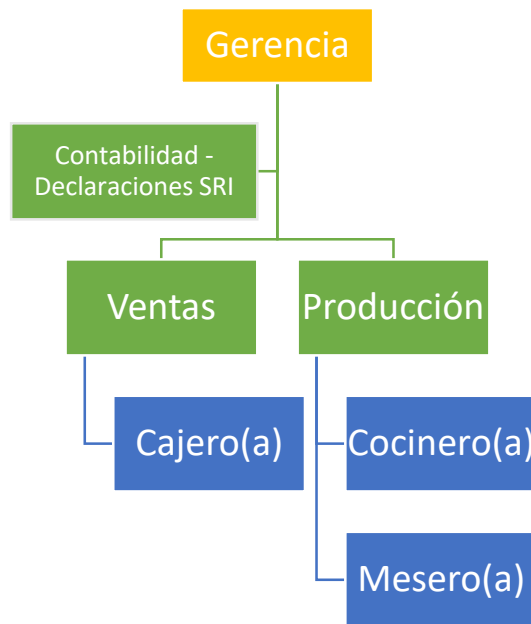
Ser reconocidos a nivel zonal, provincial, nacional e internacional por los visitantes que se acercan a nuestra cafetería. Un servicio adecuado para todo tipo de visitantes ya sean, residentes de la zona o incluso turistas que pasen por el lugar. El propósito es el de brindar una atención personalizada, creando la máxima satisfacción tanto en clientes como empleados de la cafetería.

### **3.1.3.10 Estructura empresarial**

#### **3.1.3.10.1 Organigrama estructural de “Yumi Cafetería”**

*Figura 6 Organigrama Estructural*

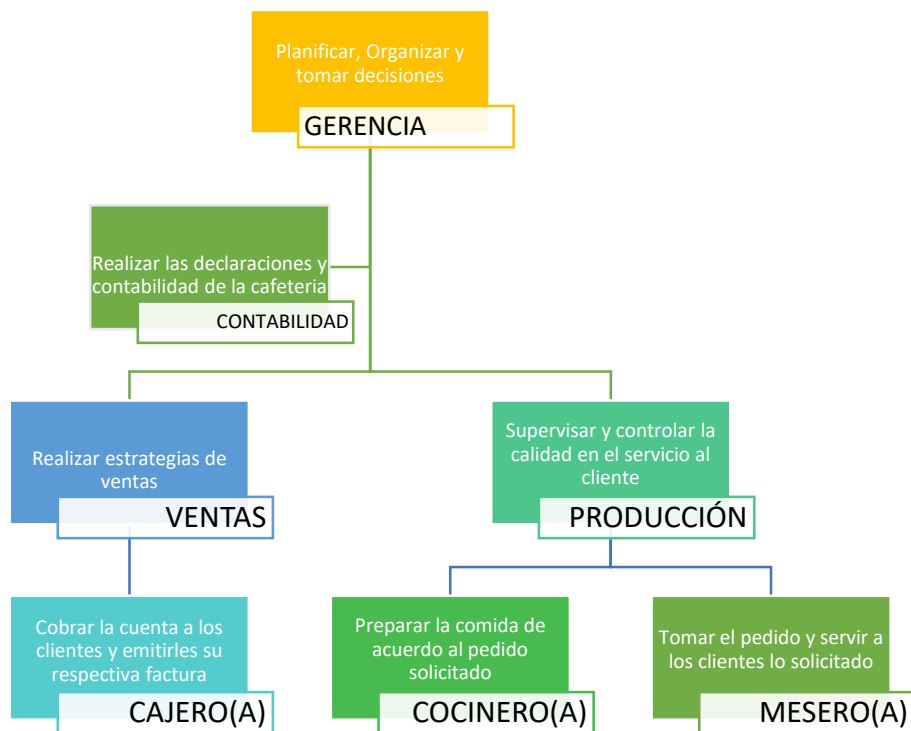




Elaborado por: La Autora

### 3.1.3.10.2 Organigrama Funcional de "Yumi Cafetería"

Figura 7 Organigrama Funcional



Elaborado por: La Autora

### 3.1.3.10.3 Manual de funciones "Yumi Cafetería"

**Tabla 24** Manual de funciones del gerente general

<b>Manual de funciones de la empresa “Yumi Cafetería”</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo:</b>	Gerente (Permanente)
<b>Código:</b>	001
<b>Dependencia:</b>	Empresa “Yumi Cafetería”
<b>Departamento:</b>	Gerencia
<b>Supervisa a:</b>	Todo el personal
<b>Nivel:</b>	Ejecutivo
<b>Objetivos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar, planificar, organizar y representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Dirigir y controlar las actividades de la empresa.</li> </ul>	
<b>Funciones del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Legalizar y firmar documentos.</li> <li>• Dirigir y controlar las actividades y los procesos productivos de la empresa.</li> <li>• Supervisar y controlar la eficiencia del personal de ventas.</li> <li>• Realizar programas de cumplimiento de las normas y políticas.</li> <li>• Planificar metas a corto y mediano plazo.</li> <li>• Organizar las actividades para que las metas de la empresa se cumplan.</li> <li>• Realizar actividades de gestión y relaciones públicas para crear imagen empresarial.</li> <li>• Encargado de contratar el personal adecuado.</li> <li>• Administrar los recursos económicos de la empresa.</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en Administración de Empresas.</li> <li>• Experiencia de un año en cargos afines.</li> </ul>	
<b>Otros requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener excelente iniciativa.</li> <li>• Capacidad de resolver problemas laborales.</li> <li>• Trabajo en equipo, responsable, proactivo, comunicativo y eficiente.</li> </ul>	

*Elaboración. La autora*

**Tabla 11** *Manual de funciones del Contador*

<b>Manual de funciones de la empresa “Yumi Cafetería”</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo:</b>	Contador
<b>Código:</b>	002
<b>Dependencia:</b>	Empresa “Yumi Cafetería”
<b>Departamento:</b>	Contabilidad
<b>Supervisa a:</b>	Cajero
<b>Nivel:</b>	
<b>Objetivos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.</li> </ul>	
<b>Funciones del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros)</li> <li>• Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.</li> <li>• Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.</li> <li>• Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.</li> <li>• Contabiliza las nóminas de pagos de personal de la empresa</li> <li>• Revisa y conforma cheques, ordenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.</li> <li>• Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.</li> <li>• Desarrolla sistemas contables necesarios para la empresa.</li> <li>• Realiza declaraciones del Iva y Renta de manera mensual o anual según sea el caso.</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en Contabilidad y auditoría.</li> <li>• Experiencia de un año en cargos afines.</li> </ul>	
<b>Otros requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener excelente iniciativa.</li> <li>• Capacidad de resolver problemas laborales.</li> <li>• Trabajo en equipo, responsable, proactivo, comunicativo y eficiente.</li> </ul>	

*Elaboración.* La autora

Tabla 12 Manual de funciones del cajero

Manual de funciones de la empresa "Yumi Cafetería"	
<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo:</b>	Cajero
<b>Código:</b>	003
<b>Dependencia:</b>	Empresa "Yumi Cafetería"
<b>Departamento:</b>	Ventas
<b>Supervisa a:</b>	
<b>Nivel:</b>	
<b>Objetivos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Recibir, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la institución y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja, conforme al rubro de la empresa.</li></ul>	
<b>Funciones del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Apertura y cierre de caja.</li><li>• Control y comando de mesas.</li><li>• Ejecutar diversas formas de pago.</li><li>• Imprimir reportes de caja y ventas.</li></ul>	
<b>Requisitos mínimos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Título de bachiller</li><li>• Experiencia de un año en cargos afines.</li></ul>	
<b>Otros requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tener excelente iniciativa.</li><li>• Capacidad de resolver problemas laborales.</li><li>• Trabajo en equipo, responsable, proactivo, comunicativo y eficiente.</li></ul>	

*Elaboración.* La autora

**Tabla 27** Manual de funciones del cocinero

Manual de funciones de la empresa “Yumi Cafetería”	
<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo:</b>	Cocinero
<b>Código:</b>	004
<b>Dependencia:</b>	Empresa “Yumi Cafetería”
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Supervisa a:</b>	
<b>Nivel:</b>	
<b>Objetivos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preelaborar, preparar, presentar y conservar toda clase de alimentos, aplicando las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene en la manipulación alimentaria.</li> </ul>	
<b>Funciones del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación del menú y elaboración de los platos.</li> <li>• Gestionar el equipo y la distribución de tareas.</li> <li>• Gestionar el tiempo de cocinado y preparación de los alimentos.</li> <li>• Realizar tareas administrativas.</li> <li>• Actualizar los menús y mantenerse al día en técnicas y tendencias culinarias</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en Gastronomía.</li> <li>• Experiencia de un año en cargos afines.</li> </ul>	
<b>Otros requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión.</li> <li>• Ser capaz de organizarse y tomar decisiones con rapidez.</li> <li>• Tener una visión de la profesión a largo plazo.</li> <li>• Poseer habilidades para el trabajo en equipo.</li> <li>• Poseer buenas habilidades comunicativas.</li> <li>• Tener creatividad e imaginación para pensar nuevas ideas para el menú y la presentación de los platos.</li> <li>• Ser capaz de seguir los estándares en higiene y seguridad alimentaria.</li> <li>• Ser capaz de ceñirse al presupuesto.</li> </ul>	

*Elaboración. La autora*

**Tabla 13** Manual de funciones del mesero

Manual de funciones de la empresa “Yumi Cafetería”	
<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo:</b>	Mesero
<b>Código:</b>	005
<b>Dependencia:</b>	Empresa “Yumi Cafetería”
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Supervisa a:</b>	
<b>Nivel:</b>	
<b>Objetivos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesar los pedidos de los clientes y velar porque el mismo sea preparado de manera adecuada y oportuna.</li> </ul>	
<b>Funciones del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar y organizar el área de comedor, surtir los saleros, pimenteros y recipientes de demás condimentos.</li> <li>• Dar la bienvenida a los clientes, entregarles las cartas o menú y mencionarles los especiales del día.</li> <li>• Dar respuesta a sus inquietudes referentes al menú.</li> <li>• Entregar los pedidos de bebidas y alimentos al personal de la cocina.</li> <li>• Llevar las charolas con platillos y bebidas de la cocina a las mesas.</li> <li>• Retirar los platos y vasos sucios, limpiar las mesas una vez que los comensales terminen de comer.</li> <li>• Entregar la cuenta a los clientes y recibir los pagos.</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de bachiller</li> <li>• Experiencia de un año en cargos afines.</li> </ul>	
<b>Otros requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición de servir a otros y de brindar el mejor servicio posible:</li> <li>• Ser entusiasta, amigable y asertivo.</li> <li>• Excelentes habilidades de comunicación:</li> <li>• Comunicarse claramente, tanto de manera escrita como oral, a los fines de brindar un ambiente armónico a los clientes.</li> <li>• Estar en la capacidad de establecer relaciones profesionales de trabajo con clientes, a los fines de brindar una atmósfera familiar.</li> <li>• Dirigirse a los clientes y al resto del personal de una manera profesional, clara y respetuosa.</li> <li>• Capacidad analítica, resolución de problemas y toma de decisiones:</li> <li>• Identificar problemas y resolver conflictos de manera oportuna.</li> <li>• Ser capaz de seguir los estándares en higiene y seguridad alimentaria.</li> <li>• Ser capaz de ceñirse al presupuesto.</li> </ul>	

*Elaboración.* La autora

### **3.1.3.11 El Servicio**

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

#### **3.1.3.11.1 Descripción Del Servicio.**

##### **Venta de vasos de Café.**

Los cafés que servimos a nuestros clientes son elaborados con uno de los mejores cafés de altura, elaborado en las tierras altas del cantón Morona - San Isidro, posee características superiores en sabor y aroma, es por esto que lo hemos escogido para nuestros cafés.

##### **Servicio secundario.**

En la actualidad en la parroquia de San Isidro solo existen negocios de comida típica, restaurantes y bares de la cual brindan variedades de comidas de acuerdo a los gustos y preferencia que necesitan los clientes. Por ello se puede determinar la inexistencia del servicio de cafetería.

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

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

##### **Bebidas Calientes.**

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

- Té de manzanilla
- Té de cedrón
- Té de Hierba luisa
- Y té de horchata

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

##### **Bebidas Frías.**

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

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

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

### **Aperitivos de Sal y Dulce**

Dentro de los aperitivos de Sal y Dulce que ofrece la Cafetería DIQUE SAN ISIDRO son:

- Empanadas de Verde
- Quesadilla
- Empanadas de Viento
- Tostada de Jamón
- Bolones de Chicharrón
- Tostada de Queso
- Tamal de pollo o choncho
- Tigrillo
- Humitas
- Mote Pillo
- Quimbolitos
- Sánduche
- Pan de sal
- Pan de yuca

### **3.1.4 Estudio Financiero**

El estudio financiero de este proyecto tiene como finalidad, ubicar los recursos económicos que se requieren para llevarlo a cabo, es decir para el correcto funcionamiento es imprescindible realizar la inversión de activos fijos puesto que son todos aquellos bienes tangibles que se utilizarán para la elaboración del producto o servicio. A continuación se detallan los activos fijos de una cafetería.



**Tabla 29** *Equipo de Cocina*

Cantidad	Descripción
1	Microondas ELECTROLUX
1	Dispensador automático de tres bebidas cecilware C-2S-16 MINI DUO
1	Máquina para Café Espresso o cappuccino bomba 15lb
1	Refrigerador NO FROST ELECTROLUX
2	Licadora Hamilton 3 velocidades
1	Tostadora black&decker
1	Extractor de jugo black&decker
	<b>TOTAL</b>

**Fuente:** Autora del proyecto

**Tabla 30** *Equipo de Computación*

Cantidad	Descripción
1	Impresora Epson
1	Computador de escritorio
	<b>TOTAL</b>

**Fuente:** Autora del proyecto

**Tabla 31** *Equipo de Oficina*

Cantidad	Descripción
1	Teléfono inalámbrico
1	Caja registradora
	<b>TOTAL</b>

**Fuente:** Autora del proyecto

**Tabla 32** *Mobiliario*

Cantidad	Descripción
7	Mesa redonda de madera con 4 sillas
2	Estanterías
1	Escritorio
1	Silla reclinable
2	Vitrina
1	Mueble para caja registradora
1	Mueble para archivador
	<b>TOTAL</b>

**Fuente:** Autora del proyecto

### 3.1.4.1 Evaluación Financiera

Para establecer los precios de venta se ha tomado en cuenta el análisis de costos, hemos revisado precios que tienen los negocios de cafeterías en la ciudad de Macas en vista que en San Isidro que vamos a implementar un nuevo servicio, que ofrece aperitivos como son Tamales, Humitas, Quimbolitos entre otros.

#### 3.1.4.1.1.1 Presupuesto de Ingresos y Egresos

El presupuesto de ingresos y egresos se describe a la información monetaria que resulta en la operación de una empresa en determinado periodo de tiempo. Ambos conceptos proporcionan una entrada y salida de efectivo; útil para la elaboración del Estado de Resultados (Estado de Pérdidas y Ganancias) y Punto de Equilibrio, seguidamente dar paso a una Evaluación Económica del proyecto; por lo descrito es preciso proyectar el volumen y comportamiento de los dos estados a futuro (2023-2027).

#### Presupuesto de Ingresos

Este presupuesto presenta el valor de ingresos generados por la venta de los servicios que se ofrece la cafetería por los siguientes conceptos:

- Alimentación
- Bebidas

A continuación, procedemos a describir los precios a considerar por alimentación y bebidas:

**Tabla 33** *Café*

TIPO: CAFÉ				
ALIMENTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
LECHE	ml	130	0,0049	0,64
CAFÉ	gr	60	0,005	0,30
CANELA	gr	5	0,002	0,02
GASTO CTE				0,30
P.V. P				1,75
UTILIDAD				0,49

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 34 Mocachino**

<b>TIPO: CAFÉ</b>					
<b>NOMBRE: MOCACHINO</b>					
ALIMENTOS	OBS	UNIDAD	CANT.	COST UND	COST TOTAL
LECHE		MI	130	0,0015	0,20
CAFÉ		Gr	60	0,006	0,36
CHOCOLATE	Jarabe de Chocolate	MI	15	0,0035	0,05
CHOCOLATE	En Polvo	Gr	5	0,0031	0,02
GASTO CTE					0,30
P.V. P					2,00
UTILIDAD					1,07

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 35 Expreso**

<b>TIPO: CAFÉ</b>					
<b>NOMBRE: EXPRESO</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
CAFÉ	-	MI	75	0,010	0,75
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,50
UTILIDAD					0,45

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 36 Late**

<b>TIPO: CAFÉ</b>					
<b>NOMBRE: CON LECHE O LATE</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
LECHE	-	MI	130	0,0015	0,20
CAFÉ	-	Gr	60	0,006	0,36
GASTO CORRIENTE					0,30
P.V. P					1,75
UTILIDAD					0,89

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 37** *Americano*

TIPO: CAFÉ					
NOMBRE: CON AGUA O AMERICANO					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
CAFÉ	-	MI	60	0,0051	0,31
AGUA	-	ml (u)	250	0,0000	0,00
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,50
UTILIDAD					0,89

**Fuente:** Precios del mercado**Tabla 38** *Bombón*

TIPO: CAFÉ					
NOMBRE: BOMBÓN					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
LECHE	-	MI	250	0,0025	0,63
CAFÉ	-	ml (u)	60	0,0050	0,30
LECHE	-	MI	30	0,0050	0,15
CONDENSADA					
GASTO CTE					0,30
P.V. P					2,00
UTILIDAD					0,62

**Fuente:** Precios del mercado**Tabla 39** *Infusión*

TIPO: INFUSIÓN					
NOMBRE: INFUSIÓN AROMATICA					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
AGUA	-	MI	250	0,0000	0,00
SOBRE	-	ml (u)	1	0,025	0,25
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,00
UTILIDAD					0,45

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 40 Chocolate**

<b>TIPO: CHOCOLATE</b>					
<b>NOMBRE: CHOCOLATE</b>					
<b>ALIMENTOS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UND</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
LECHE	-	MI	250	0,0008	0,20
CHOCOLATE	-	Gr	30	0,0039	0,12
CANELA	-	Gr	5	0,0050	0,03
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,75
UTILIDAD					1,10

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 41 Empanada de Verde**

<b>TIPO: EMPANADAS</b>					
<b>NOMBRE: EMPANADA DE VERDE</b>					
<b>ALIMENTOS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UND</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Empanada	-	Un	1	0,8000	0,80
Zanahoria	-	Gr	15	0,0055	0,08
Vinagreta	-	MI	5	0,0070	0,04
Perejil	-	Gr	5	0,0060	0,03
GASTO CTE					0,30
P.V. P					2,00
UTILIDAD					0,75

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 42 Empanada de Queso**

<b>TIPO: EMPANADAS</b>					
<b>NOMBRE: EMPANADA DE QUESO</b>					
<b>ALIMENTOS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UND</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Empanada	-	Un	1	0,1000	0,10
Queso	-	Gr	250	0,00018	0,05
Huevo	-	Gr	15	0,0035	0,04
Levadura	-	Gr	5	0,0020	0,01
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,00
UTILIDAD					0,50

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 43** Bolón de Chicharrón

<b>TIPO: BOLÓN</b>					
<b>NOMBRE: BOLÓN DE CHICHARON</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Bolón	-	Un	1	0,9000	0,90
Zanahoria	-	Gr	15	0,0042	0,06
Vinagreta	-	Gr	5	0,0060	0,03
Perejil	-	Gr	5	0,0060	0,03
GASTO CTE					0,30
P.V. P					2,50
UTILIDAD					1,18

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 44** Quimbolito

<b>TIPO: QUIMBOLITO</b>					
<b>NOMBRE: QUIMBOLITO</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Quimbolito	-	Un	1	0,70	0,70
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,50
UTILIDAD					0,50

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 45** Humita

<b>TIPO: HUMITA</b>					
<b>NOMBRE: HUMITA</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Humita	-	Un	1	0,31	0,31
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,00
UTILIDAD					0,39

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 46 Tamal**

TIPO: TAMAL					
NOMBRE: TAMAL					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Tamal	-	Un	1	0,65	0,65
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,50
UTILIDAD					0,55

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 47 Quesadilla**

TIPO: QUESADILLA					
NOMBRE: QUESADILLA					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Quesadilla	-	Un	1	0,95	0,95
GASTO CTE					0,30
P.V. P					1,50
UTILIDAD					0,25

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 48 Pan de Sal**

TIPO: PAN					
NOMBRE: PAN DE SAL					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Pan de Sal	-	Un	1	0,15	0,15
GASTO CTE					0,30
P.V. P					0,60
UTILIDAD					0,15

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 49** Tostada de Queso

TIPO: TOSTADA						
NOMBRE: TOSTADA DE QUESO						
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL	
Tostada de Queso	-	Un	1	0,32	0,32	
GASTO CTE					0,30	
P.V. P					1,00	
UTILIDAD					0,62	

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 5014** Tostada Mixta

TIPO: TOSTADA						
NOMBRE: TOSTADA MIXTA						
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL	
Tostada de Queso y jamón	-	Un	1	0,50	0,50	
GASTO CTE					0,30	
P.V. P					1,50	
UTILIDAD					0,70	

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 51** Tigrillo

TIPO: TIGRILLO						
NOMBRE: TIGRILLO						
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL	
Tigrillo	-	Un	1	1,00	1,00	
GASTO CTE					0,30	
P.V. P					2,50	
UTILIDAD					1,20	

**Fuente:** Precios del mercado



**Tabla 52 Motepillo**

<b>TIPO: MOTEPILLO</b>					
<b>NOMBRE: MOTEPILLO</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Motepillo	-	Und	1	0,95	0,95
GASTO CTE					0,30
P.V.P					2,50
UTILIDAD					1,25

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 53 Pan de Yuca**

<b>TIPO: PAN DE YUCA</b>					
<b>NOMBRE: PAN DE YUCA</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Pan de Yuca	-	Und	1	0,15	0,15
GASTO CTE					0,30
P.V.P					0,50
UTILIDAD					0,05

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 54 Jugo de Mora**

<b>TIPO: JUGO</b>					
<b>NOMBRE: JUGO DE MORA</b>					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Mora	-	Gr	60	0,0065	0,39
Azúcar	-	Gr	30	0,0045	0,14
Gasto cte					0,30
P.V.P					1,25
UTILIDAD					0,42

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 55 Jugo de Naranja**

<b>TIPO: JUGO</b>					
<b>NOMBRE: JUGO DE NARANJA</b>					
<b>ALIMENTOS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UND</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Naranja	-	Gr	60	0,0065	0,39
Azúcar	-	Gr	30	0,0045	0,14
Gasto cte.					0,30
P.V. P					1,25
Utilidad					0,42

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 56 Jugo de Tomate**

<b>TIPO: JUGO</b>					
<b>NOMBRE: JUGO DE TOMATE</b>					
<b>ALIMENTOS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UND</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Tomate	-	Gr	60	0,0065	0,39
Azúcar	-	Gr	30	0,0045	0,14
Gasto corriente					0,30
P.V. P					1,25
Utilidad					0,42

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 57 Batido de Mora**

<b>TIPO: BATIDO</b>					
<b>NOMBRE: BATIDO DE MORA</b>					
<b>ALIMENTOS</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UND</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Mora	-	Gr	300	0,1000	0,40
Leche	-	MI	250	0,1500	0,15
Azúcar	-	Gr	20	0,0113	0,23
Gasto corriente					0,30
P.V. P					1,50
Utilidad					0,42

**Fuente:** Precios del mercado

**Tabla 58 Batido de Piña**

TIPO: BATIDO					
NOMBRE: BATIDO DE PIÑA					
ALIMENTOS	OBSERVACIONES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UND	COSTO TOTAL
Piña	-	Gr	300	0,1000	0,40
Leche	-	MI	250	0,1500	0,15
Azúcar	-	Gr	20	0,0113	0,23
Gasto corriente					0,30
P.V. P					1,50
Utilidad					0,42

**Elaborado por:** Precios del mercado

Para el cálculo de ingresos se toman en cuenta las siguientes especificaciones:

La capacidad promedio de la cafetería en cuanto a número de personas sobre la capacidad instalada, es de 273 personas en promedio a la semana en el horario establecido.

La proyección de ingresos se realizará por 5 años (2023-2027), ya que es el periodo contemplado como horizonte de planeación.

Para el primer año se trabajará con un consumo mínimo de \$2,50 por persona, calculando para los años posteriores un incremento de 10% al valor total en ventas del año inmediato anterior, considerando así, captar una mayor cantidad de demanda, una vez que el servicio sea conocido y tenga una posición en el mercado.

El cálculo de los ingresos no incluye promociones debido a la variabilidad con que se aplicarán estos.

Por ende, tenemos la siguiente proyección de ingresos:

$$\text{INGRESOS AÑO 0: } 273 * 4 = 1088 * 12 = 13059 * 2,50 = 32647,50$$

**Tabla 59 Proyección de ingresos**

ESCENARIO DE INGRESOS – PROYECCIÓN A 5 AÑOS					
INGRESOS/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	32647,50	36565,00	40952,50	45867,50	51370,00

**Elaborado por:** Autora del proyecto

El presupuesto de gastos presenta la proyección de los costos y gastos causados por la elaboración de los productos que se comercializarán en la cafetería. A continuación se presenta los egresos anuales proyectados para 5 años:

**Tabla 60** Proyección de egresos

<b>ESCENARIO DE EGRESOS - PROYECCIÓN A 5 AÑOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Materia Prima</b>					
Frutas Varias	\$2.400,00	\$2.640,00	\$2.904,00	\$3.194,40	\$3.513,84
Legumbres Variadas	\$2.400,00	\$2.640,00	\$2.904,00	\$3.194,40	\$3.513,84
Frutos Secos Y					
Embutidos	\$1.200,00	\$1.320,00	\$1.452,00	\$1.597,20	\$1.756,92
Bebidas Energizantes					
Surtidas	\$420,00	\$462,00	\$508,20	\$559,02	\$614,92
Bebidas No					
Energizantes Surtidas	\$300,00	\$330,00	\$363,00	\$399,30	\$439,23
Aguas Diferentes					
Marcas	\$300,00	\$330,00	\$363,00	\$399,30	\$439,23
<b>Gastos Corrientes</b>					
Desengrasantes	\$120,00	\$132,00	\$145,20	\$159,72	\$175,69
Detergentes Y Jabones	\$120,00	\$132,00	\$145,20	\$159,72	\$175,69
Suministros De Aseo	\$120,00	\$132,00	\$145,20	\$159,72	\$175,69
Sueldos	\$10.800,00	\$11.880,00	\$13.068,00	\$14.374,80	\$15.812,28
Seguridad Social	\$1.312,20	\$1.443,42	\$1.587,76	\$1.746,54	\$1.921,19
Luz	\$420,00	\$462,00	\$508,20	\$559,02	\$614,92
Internet	\$300,00	\$330,00	\$363,00	\$399,30	\$439,23
Agua	\$180,00	\$198,00	\$217,80	\$239,58	\$263,54
Impuestos (Monto					
Referencial)	\$360,00	\$396,00	\$435,60	\$479,16	\$527,08
Arriendo	\$2.400,00	\$2.640,00	\$2.904,00	\$3.194,40	\$3.513,84
Publicidad Mensual	\$960,00	\$1.056,00	\$1.161,60	\$1.277,76	\$1.405,54
<b>Gastos Totales</b>	<b>\$24.112,20</b>	<b>\$26.523,42</b>	<b>\$29.175,76</b>	<b>\$32.093,34</b>	<b>\$35.302,67</b>

Elaborado por: Autora del proyecto

### 3.1.4.1.1.2 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento y Financiamiento

“Antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

La TMAR del presente Trabajo de Titulación, se basa en la tasa pasiva referencial y el porcentaje de inflación del BCE, la cual se detalla a continuación:

**Tabla 61 Tasa Pasiva Referencial**

FECHA	VALOR
Enero 2022	5,57%
Febrero 2022	5,71%
Marzo 2022	5,51%
Abril 2022	5,79%
Mayo 2022	5,54%
Junio 2022	6,10%
Julio 2022	5,67%
Agosto 2022	5,76%
Septiembre 2022	5,93%
Octubre 2022	6,13%
Noviembre 2022	6,26%
Diciembre 2022	6,35%
Promedio	5,86%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora del proyecto

**Tabla 62 Inflación**

Fecha	Valor
<b>2017</b>	-0,20%
<b>2018</b>	0,27%
<b>2019</b>	-0,07%
<b>2020</b>	-0,93%
<b>2021</b>	1,94%
Promedio	<b>0,20%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora del proyecto

La tasa de riesgo o el premio al riesgo sera del 10% debido a que la inversion tiene un riesgo medio puesto que existe competencia indirecta que oferta productos similares al nuestro.

TMAR del proyecto = tasa pasiva promedio + Inflacion promedio + tasa de riesgo

TMAR del proyecto = 5,86% + 0,20% + 10%

TMAR del proyecto = 16,06%

Para emprender este proyecto se accedera a un credito de consumo en la cooperativa jardin azuayo. A traves de este credito se financiara la adquisicion de activos tales como:

maquinaria, equipos, mobiliario, menaje de cocina, adecuaciones y también el capital de trabajo; la tasa de interés con la que se accederá al financiamiento es del 15,25%.

Tabla de amortización:

Prestamo:	\$ 30000,00
Pago mensual:	\$ 728,58
Tasa de interés anual:	15,25%
Tasa de interés mensual:	1,27%
Numero de cuotas:	60
Interes total a pagar:	\$ 13058,43
Total a pagar:	\$43433,10

**Tabla 63** *Tabla de amortización*

Años	Capital Pagado	Interes Pagado	V. Seguro	Cuota Anual
1	4331,15	4280,55	122,81	8734,51
2	5039,80	3571,88	102,47	8714,19
3	5864,46	2747,22	78,80	8690,49
4	6824,01	1787,67	51,30	8662,98
5	7940,58	671,11	19,24	8630,93

Elaborado por: Autora del proyecto

### Estados de Resultados

El estado de ingresos y gastos o estado de resultados, es un documento donde se informa detallada y ordenadamente las cuentas de ingresos, costos y gastos, y la utilidad o pérdida del ejercicio.

**Tabla 64 Estado de Resultados Proyectado**

<b>INGRESOS/AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>	<b>\$32.647,50</b>	<b>\$36.565,00</b>	<b>\$40.952,50</b>	<b>\$45.867,50</b>	<b>\$51.370,00</b>
<b>Ventas</b>	\$32.647,50	\$36.565,00	\$40.952,50	\$45.867,50	\$51.370,00
<b>Costos</b>	<b>\$7.020,00</b>	<b>\$7.722,00</b>	<b>\$8.494,20</b>	<b>\$9.343,62</b>	<b>\$10.277,98</b>
<b>Frutas Varias</b>	\$2.400,00	\$2.640,00	\$2.904,00	\$3.194,40	\$3.513,84
<b>Legumbres</b>					
<b>Variadas</b>	\$2.400,00	\$2.640,00	\$2.904,00	\$3.194,40	\$3.513,84
<b>Frutos Secos Y</b>					
<b>Embutidos</b>	\$1.200,00	\$1.320,00	\$1.452,00	\$1.597,20	\$1.756,92
<b>Bebidas</b>					
<b>Energizantes</b>					
<b>Surtidas</b>	\$420,00	\$462,00	\$508,20	\$559,02	\$614,92
<b>Bebidas No</b>					
<b>Energizantes</b>					
<b>Surtidas</b>	\$300,00	\$330,00	\$363,00	\$399,30	\$439,23
<b>Aguas Diferentes</b>					
<b>Marcas</b>	\$300,00	\$330,00	\$363,00	\$399,30	\$439,23
<b>Utilidad Bruta En</b>					
<b>Ventas</b>	<b>\$25.626,88</b>	<b>\$28.190,25</b>	<b>\$31.009,55</b>	<b>\$34.111,88</b>	<b>\$37.522,52</b>
<b>Gastos</b>					
<b>Administrativos Y</b>					
<b>Ventas</b>	<b>\$17.092,20</b>	<b>\$18.801,42</b>	<b>\$20.681,56</b>	<b>\$22.749,72</b>	<b>\$25.024,69</b>
<b>Desengrasantes</b>	\$120,00	\$132,00	\$145,20	\$159,72	\$175,69
<b>Detergentes Y</b>					
<b>Jabones</b>	\$120,00	\$132,00	\$145,20	\$159,72	\$175,69
<b>Suministros De</b>					
<b>Aseo</b>	\$120,00	\$132,00	\$145,20	\$159,72	\$175,69
<b>Sueldos</b>	\$10.800,00	\$11.880,00	\$13.068,00	\$14.374,80	\$15.812,28
<b>Seguridad Social</b>	\$1.312,20	\$1.443,42	\$1.587,76	\$1.746,54	\$1.921,19
<b>Luz</b>	\$420,00	\$462,00	\$508,20	\$559,02	\$614,92
<b>Internet</b>	\$300,00	\$330,00	\$363,00	\$399,30	\$439,23
<b>Agua</b>	\$180,00	\$198,00	\$217,80	\$239,58	\$263,54
<b>Impuestos (Monto</b>					
<b>Referencial)</b>	\$360,00	\$396,00	\$435,60	\$479,16	\$527,08
<b>Arriendo</b>	\$2.400,00	\$2.640,00	\$2.904,00	\$3.194,40	\$3.513,84
<b>Publicidad Mensual</b>	\$960,00	\$1.056,00	\$1.161,60	\$1.277,76	\$1.405,54
<b>Intereses Pagados</b>	\$4.280,55	\$3.571,88	\$2.747,22	\$1.787,67	\$671,11
<b>Resultados Del</b>					
<b>Ejercicio</b>	<b>\$4.254,75</b>	<b>\$6.469,70</b>	<b>\$9.029,52</b>	<b>\$11.986,49</b>	<b>\$15.396,22</b>

### 3.1.4.1.1.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o el llamado punto muerto es el punto en donde los ingresos y los gastos llegan a ser iguales, es decir, a partir de ese punto se empieza a tener una utilidad en el proyecto.

Para calcular el punto de equilibrio hay que tener en cuenta los costo fijos, costos variables y ventas

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas}}}$$

#### Año 1

En funcion de las ventas

$$\text{Pq: } \frac{17.092,20}{1 - \frac{7020,00}{32.647,50}}$$

$$\text{Pq: } \frac{17.092,20}{1 - 0.2150241212956582}$$

$$\text{Pq: } \frac{17.092,20}{0.7849758787043418}$$

$$\text{Pq: } 21774,17$$

En funcion de la capacidad instalada

$$\text{Pe} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT} - \text{CVT}} * 100$$

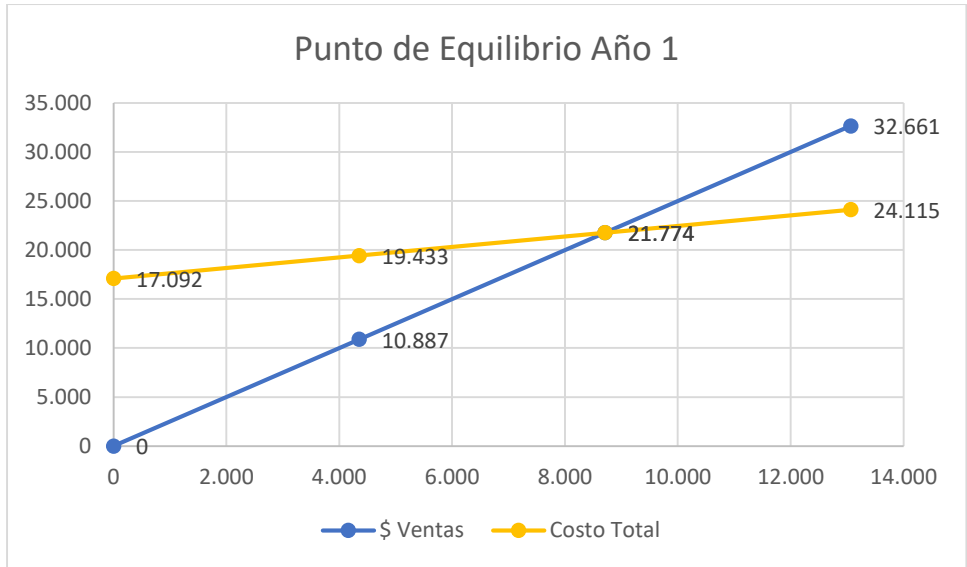
$$\text{Pe} = \frac{17092,20}{32647,50 - 7020,00} * 100$$

$$\text{Pe} = \frac{17092,20}{25627,50} * 100$$

$$\text{Pe} = 0,6669476148668423 * 100$$

$$\text{Pe} = 66,69\%$$





### Año 5

En funcion de las ventas

$$Pq: \frac{\$25.024,69}{1 - \$10.277,98} = \$51.370,00$$

$$Pq: \frac{\$25.024,69}{1 - 0.2000774771267277}$$

$$Pq: \frac{\$25.024,69}{0.7999225228732723}$$

$$Pq: 31283,89$$

En funcion de la capacidad instalada

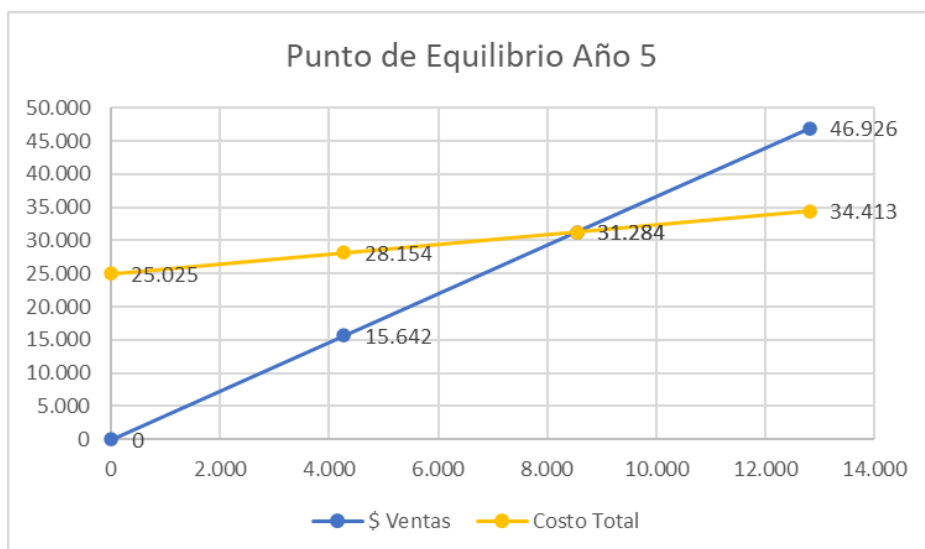
$$Pe = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$Pe = \frac{\$25.024,69}{\$51.370,00 - \$10.277,98} * 100$$

$$Pe = \frac{\$25.024,69}{41092,02} * 100$$

$$Pe = 0,6089914781507456 * 100$$

$$Pe = 60,90\%$$



**Tabla 65** Punto De Equilibrio Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO FIJO</b>	\$17.092,20	\$18.801,42	\$20.681,56	\$22.749,72	\$25.024,69
<b>COSTO VARIABLE</b>	\$7.020,00	\$7.722,00	\$8.494,20	\$9.343,62	\$10.277,98
<b>VENTAS</b>	\$32.647,50	\$36.565,00	\$40.952,50	\$45.867,50	\$51.370,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	\$21.774,17	\$23.835,04	\$26.093,84	\$28.569,60	\$31.283,89

Elaborado por: La Autora del Proyecto

El punto de equilibrio de este proyecto, en donde se produce la igualdad entre los ingresos y los costos, se alcanza con la venta de \$21774,17, en el primer año, es decir con la atención de 8710 usuarios al año 1.

#### 3.1.4.1.1.4 Flujo de caja proyectado con financiamiento

El flujo de caja es importante en la evaluación financiera de un proyecto de inversión

**Tabla 66** Flujo de caja proyectado

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>	\$32.647,50	\$36.565,00	\$40.952,50	\$45.867,50	\$51.370,00
<b>Costos</b>	\$7.020,00	\$7.722,00	\$8.494,20	\$9.343,62	\$10.277,98
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>\$25.627,50</b>	<b>\$28.843,00</b>	<b>\$32.458,30</b>	<b>\$36.523,88</b>	<b>\$41.092,02</b>
<b>Gastos Adm. y Ventas</b>	\$17.092,20	\$18.801,42	\$20.681,56	\$22.749,72	\$25.024,69
<b>Flujo De Caja</b>	<b>\$8.535,30</b>	<b>\$10.041,58</b>	<b>\$11.776,74</b>	<b>\$13.774,16</b>	<b>\$16.067,33</b>
<b>Flujo De Caja Acumulado</b>	<b>\$8.535,30</b>	<b>\$18.576,88</b>	<b>\$30.353,62</b>	<b>\$44.127,78</b>	<b>\$60.195,11</b>

Elaborado por: La Autora del Proyecto

#### 3.1.4.1.1.5 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto de un proyecto de inversión este compuesto por la sumatoria de los flujos de caja menos la inversión inicial; para su cálculo se utiliza el TMAR.

$$VAN = \frac{FCN_1}{(1+r)^1} + \frac{FCN_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCN_n}{(1+r)^n} - I_0$$

FNC = Flujo de Caja Neto

I<sub>0</sub> = Inversión

R = Tasa de Actualización    TMAR del proyecto = 16,06%

n = Numero de periodos

$$VAN = \frac{\$8.535,30}{(1+16,06\%)^1} + \frac{\$10.041,58}{(1+16,06\%)^2} + \frac{\$11.776,74}{(1+16,06\%)^3} + \frac{\$13.774,16}{(1+16,06\%)^4} + \frac{\$16.067,33}{(1+16,06\%)^5} - 30000,00$$

$$VAN = \frac{\$8.535,30}{1,1606} + \frac{\$10.041,58}{1,34699236} + \frac{\$11.776,74}{1,56331933} + \frac{\$13.774,16}{1,81438842} + \frac{\$16.067,33}{2,1057792} - 30000,00$$

$$VAN = \$7.354,21 + \$7.454,82 + \$7.533,16 + \$7.591,63 + \$7.630,11 - 30000,00$$

$$VAN = 7563,93$$

Se obtiene un VAN de \$7563,93 por lo que sí es recomendable realizar el proyecto.

### 3.1.4.1.1.6 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR), es la tasa de descuento que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, es decir, es la tasa de descuento que hace el valor presente neto sea cero.

Utilizando la herramienta ofimática "Excel" obtenemos la siguiente tasa interna de retorno TIR = 25,28%, al realizar el cálculo manual se corrobora el mismo valor de 25,28%.

**Tabla 67** La tasa interna de retorno (TIR)

AÑOS	FLUJOS DE CAJA	0,25 tm		0,26 TM	
		(1/(1+0,25)^n)	VAN SUPERIOR	(1/(1+0,26)^n)	VAN INFERIOR
0	\$-30.000,00	1,00	\$-30.000,00	1,00	\$-30.000,00
1	\$8.535,30	0,80	\$6.828,24	0,79	\$6.774,05
2	\$10.041,58	0,64	\$6.426,61	0,63	\$6.325,01
3	\$11.776,74	0,51	\$6.029,69	0,50	\$5.887,26
4	\$13.774,16	0,41	\$5.641,90	0,40	\$5.464,91
5	\$16.067,33	0,33	\$5.264,94	0,31	\$5.059,31
			\$191,38 VAN <sup>tm</sup>		\$-489,47 VAN <sup>TM</sup>

Elaborado por; Autora del proyecto

$$TIR = tm + (TM - tm) * (VAN^{tm} / (VAN^{tm} - VAN^{TM}))$$

$$TIR = 0,25 + (0,26 - 0,25) * (191,38 / (191,38 - (-489,47)))$$

$$TIR = 25,28\%$$

Aplicando la siguiente fórmula para verificación del cumplimiento del criterio igual a 0, se demuestra lo siguiente:

$$TIR = \frac{FCN_1}{(1+r)^1} + \frac{FCN_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCN_n}{(1+r)^n} - I_0 = 0$$

FNC = Flujo de Caja Neto

I<sub>0</sub> = Inversión (-30000,00)

r = Tasa de Rentabilidad (25,28%)

N = Numero de Periodos

TIR	\$8.535,30	\$10.041,58	\$11.776,74	\$13.774,16	\$16.067,33	-30000,00	= 0
	(1+25,28%) <sup>1</sup>	(1+25,28%) <sup>2</sup>	(1+25,28%) <sup>3</sup>	(1+25,28%) <sup>4</sup>	(1+25,28%) <sup>5</sup>		
	\$8.535,30	\$10.041,58	\$11.776,74	\$13.774,16	\$16.067,33	-30000,00	= 0
	1,2527744	1,5694437	1,96615889	2,46315352	3,08577567		
	\$6.813,12	\$6.398,18	\$5.989,72	\$5.592,08	\$5.206,90	-30000,00	= 0
	30000,00	-30000,00	= 0,00				
	0,00	= 0,00					

El proyecto debería aceptarse ya que la tasa interna de retorno TIR 25,28% es mayor a la tasa de descuento del inversionista TMAR 16,06%, por lo cual se determina que es rentable.

### 3.1.4.1.1.7 Periodo de Recuperación de la Inversión "PRI"

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se requiere obtener el saldo acumulado de los flujos actualizados, tal como se realizó en el cálculo del VAN.

AÑO	0	1	2	3	4	5
VAN	\$-30.000,00	\$7.354,21	\$7.454,82	\$7.533,16	\$7.591,63	\$7.630,11
VAN ACUM	\$-30.000,00	\$-22.645,79	\$-15.190,97	\$-7.657,81	\$-66,18	\$7.563,93

$$PRI = 5 + (7563,11/30000,00)$$

$$PRI = 5 + 0,2521$$

$$PRIM = 5,2521$$

El cálculo del periodo de recuperación de la inversión ha permitido determinar que el emprendimiento "Cafetería Yumi" habrá recuperado la inversión inicial en 5,25, es decir, 5 años y 3 meses; este periodo se encuentra al final de la línea de tiempo del proyecto.

### 3.1.4.1.1.8 Relación Beneficio/Costo

La Relación Beneficio/Costo es la relación entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo y la inversión inicial. Esta relación expresa la capacidad de rendimiento en términos de Valor Actual neto que genera el proyecto por dólar invertido.

$$B/C = \sum \text{Flujos generados por proyecto} / \text{Inversión}$$

Si el índice de rentabilidad es mayor o igual 1 la propuesta es aceptable.

AÑO	Inversión	1	2	3	4	5
VAN	\$-30.000,00	\$7.354,21	\$7.454,82	\$7.533,16	\$7.591,63	\$7.630,11

$$B/C = \sum(7354,21+7454,82+7533,16+7591,63+7630,11) / 30000,00$$

$$B/C = 37562,93 / 30000,00$$

$$B/C = 1,25$$

Este resultado nos indica que por cada dólar invertido se tiene una recuperación de 0.25 centavos, por lo cual se puede evidenciar que el proyecto es viable.

### 3.1.4.1.1.9 Análisis de Sensibilidad

Mediante este procedimiento se puede observar el comportamiento de la TIR (que tan sensible es), en cambios en determinadas variables del proyecto, tales como: costos totales, ingresos, tasa de interés, financiamiento, etc.

El presente análisis de sensibilidad consiste en asumir que, debido al cambio de clima, movilizaciones sociales, incremento de combustible, el precio de la materia prima se incrementará en un 20% y con el fin de que los clientes no se vean afectados se mantendrá el precio de venta.

Con estos cambios antes mencionados, el flujo de caja queda de la siguiente manera:

**TABLA 68** Flujo de caja con variación del 20%

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>	\$32.647,50	\$36.565,00	\$40.952,50	\$45.867,50	\$51.370,00
<b>Costos</b>	\$8.424,00	\$9.266,40	\$10.193,04	\$11.212,34	\$12.333,58
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>\$24.223,50</b>	<b>\$27.298,60</b>	<b>\$30.759,46</b>	<b>\$34.655,16</b>	<b>\$39.036,42</b>
Gastos Adm. y Ventas	\$17.092,20	\$18.801,42	\$20.681,56	\$22.749,72	\$25.024,69
<b>Flujo De Caja</b>	<b>\$7.131,30</b>	<b>\$8.497,18</b>	<b>\$10.077,90</b>	<b>\$11.905,44</b>	<b>\$14.011,73</b>
Flujo De Caja Acumulado	\$7.131,30	\$15.628,48	\$25.706,38	\$37.611,82	\$51.623,55

Elaborado por; autora de proyecto

La nueva TIR quedaría de la siguiente manera:

**TABLA 69** Nuevo cálculo de TIR

AÑOS	0,18 Tm		0,19 TM		
	FLUJOS DE CAJA	$(1/(1+0,25)^n)$	VAN SUPERIOR	$(1/(1+0,26)^n)$	VAN INFERIOR
0	\$- 30.000,00	1	\$- 30.000,00	1	\$- 30.000,00
1	\$7.131,30	0,85	\$6.043,47	0,84	\$5.992,69
2	\$8.497,18	0,72	\$6.102,54	0,71	\$6.000,41
3	\$10.077,90	0,61	\$6.133,72	0,59	\$5.980,39
4	\$11.905,44	0,52	\$6.140,69	0,50	\$5.936,87
5	\$14.011,73	0,44	\$6.124,66	0,42	\$5.871,61
			\$545,09 VAN <sup>tm</sup>		\$-218,04 VAN <sup>TM</sup>

Elaborado por: Autora del proyecto

$$TIR = tm + (TM - tm) * (VAN^{tm} / (VAN^{tm} - VAN^{TM}))$$

$$TIR = 0,18 + (0,19 - 0,18) * (545,09 / (545,09 - (-218,04)))$$

$$TIR = 18,71\%$$

Con esta TIR el proyecto sigue siendo rentable, ya que sigue siendo superior a la tasa de descuento del inversionista TMAR 16,06%, a pesar de las circunstancias desfavorables en el alza de los costos.

### 3.1.4.2 Análisis Financiero

#### 3.1.4.2.1 Determinación de Inversiones.

Las inversiones previas son aquellas que se realizan durante la operación, serán determinantes para la posterior evaluación económica del proyecto.

Para tal efecto, el monto de inversión total requerido se sintetiza en tres segmentos:

- Inversión Fija.
- Inversión Diferida.
- Capital de Trabajo.

##### 3.1.4.2.1.1 Inversión Fija

La inversión fija contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para el inicio de las operaciones.

Por tanto, la inversión fija total de este proyecto en particular, queda definido en el siguiente cuadro:

**Tabla 70 Inversión fija total**

CONCEPTO		MONTO
Adecuación	\$	3.500,00
Maquinaria	\$	4.000,00
Utensilios de Cocina	\$	1.200,00
Muebles y Enseres	\$	3.000,00
SUBTOTAL	\$	11.700,00
Imprevistos*. (5%)	\$	705,00
<b>INVERSIÓN FIJA TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>12.405,00</b>

**Elaborado por:** Autora del proyecto

#### **3.1.4.2.1.2 Inversión Diferida**

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

La inversión diferida que se contempla en este proyecto se muestra en el cuadro siguiente:

**Tabla 71 Inversión diferida total**

N°	CONCEPTO	MONTO	TOTAL
1	PATENTE	70,00	
1	PERMISOS BOMBEROS	25,00	
1	PERMISOS ARCSA	96,00	
1	PERMISOS MINISTERIO DEL INTERIOR	21,89	
1	MENUS	80,00	
1	PUBLICIDAD INICIAL	250,00	
	<b>TOTAL DIFERIDO</b>		<b>\$ 542,89</b>

**Elaborado por:** Autora del proyecto

**Fuente:** Cuerpo de Bomberos, ARCSA, MinInterior, otros.

#### **3.1.4.2.1.3 Capital de Trabajo**

El capital de trabajo necesario para poner en marcha el proyecto, son estos tres rubros principalmente: Materia Prima, insumos y mano de obra; los cuales se especifican en los siguientes cuatro cuadros:

**Tabla 72** *Materia prima*

CONCEPTO	MONTO	TOTAL
ALIMENTOS		\$585,00
FRUTAS VARIAS	\$200,00	
LEGUMBRES VARIADAS	\$200,00	
FRUTOS SECOS Y EMBUTIDOS	\$100,00	
BEBIDAS ENERGIZANTES SURTIDAS	\$35,00	
BEBIDAS NO ENERGIZANTES SURTIDAS	\$25,00	
AGUAS DIFERENTES MARCAS	\$25,00	
MATERIAL DE ASEO		\$30,00
DESENGRASANTES	\$10,00	
DETERGENTES Y JABONES	\$10,00	
SUMINISTROS DE ASEO	\$10,00	
TOTAL MENSUAL		\$615,00
TOTAL ANUAL		\$ 7380,00

**Elaborado por:** Autora del proyecto

**Tabla 73** *Insumos y gastos corrientes*

CANT	OBSERVACIÓN	MONTO	TOTAL
	GASTOS CORRIENTES		\$ 1114,35
2	SUELDOS	\$900,00	
2	SEGURIDAD SOCIAL	\$109,35	
1	LUZ	\$35,00	
1	INTERNET	\$25,00	
1	AGUA	\$15,00	
1	IMPUESTOS (MONTO REFERENCIAL)	\$30,00	
1	ARRIENDO	\$200,00	
1	PUBLICIDAD MENSUAL	\$ 80,00	
	TOTAL MENSUAL		\$ 1114,35
	TOTAL ANUAL		\$ 16732,20

**Elaborado por:** Autora del proyecto

El capital de trabajo está constituido por los recursos económicos con que se debe contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir, se debe financiar los primeros recursos necesarios antes del recibir los ingresos por la venta del producto o servicio ofertado.



Los gastos operacionales del primer año ascienden a 16732,20

Para el cálculo del capital de trabajo se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Costo anual}}{360} \times \text{Número de días de desfase}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{16732,20}{360} * 30$$

$$\text{Capital de trabajo} = 1114,35$$

## 8. Conclusiones

1. Tomando en consideración de los estudios de mercado, técnico, organizacional, financiero se comprobó que el proyecto denominado Cafetería Yumi, en la Parroquia San Isidro, es factible, ya que en el lugar no existe un espacio que brinde un servicio de calidad y al alcance de todos, que cuente con un espacio acogedor, alimentos saludables, atención personalizada y precios accesibles.
2. El estudio de mercado permitió conocer el grado de aceptación de los posibles consumidores, así como también el estilo más adecuado para la ambientación de los espacios de la cafetería.
3. Mediante el estudio técnico se diseñó la estructura organizacional del emprendimiento, así como también los procesos adecuados para que la atención al cliente sea optima y de calidad.
4. En el estudio financiero se determinó que Cafetería Yumi, es un proyecto medianamente atractivo, considerando que se obtendrá una ganancia de 7563,93 al cabo de 5 años, una vez recuperada la inversión inicial.
5. El proyecto presenta una Tasa Interna de Retorno TIR 25,28% siendo mayor a la Tasa de descuento del proyecto TMAR 16,06%, por lo que es rentable.
6. Se considera viable el proyecto al tener un VAN \$7563,93 y TIR de 25,28%.
7. Aplicando el análisis de sensibilidad, con un aumento en costos debido a cambios en el entorno social y económico donde se desarrolla la cafetería, se obtiene que el proyecto sigue siendo rentable con una TIR de 18.71%.

## **9. Recomendaciones**

1. Aprovechar el grado de aceptación del servicio e implementar publicidad efectiva de manera que se logre un posicionamiento del servicio en el mercado.
2. Realizar un control periódico de los procesos de compras, elaboración de los alimentos, atención al cliente, que permita mejorar continuamente y cumplir con los objetivos organizacionales de la empresa.
3. Negociar con proveedores locales productos de la zona con el fin de ayudar a dinamizar la economía del lugar, tener productos frescos y al alcance.
4. Debido a que la inversión inicial es alta, se recomienda acceder al préstamo bancario para tener un financiamiento que permita implementar todos los detalles del diseño original y de esta manera cumplir con la visión del proyecto.
5. Se recomienda contratar personal idóneo para los puestos de trabajo y generar capacitaciones continuas en atención al cliente y buenas prácticas, para un buen desempeño en sus labores.
6. El proyecto es un aporte de la autora y pone a consideración de todos los interesados para que tengan una guía detallada en caso de requerirlo para implementar su propio emprendimiento en la zona.

## 10. Bibliografía

- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Ocampo, J. (2002). *Costos y evaluación de proyectos*. México: Continental
- Briseño, (2013). *Evaluación de Proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Chain, (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación*. Chile: Pearson Educación. 2ª Edición.
- Kotler, P.; Armstrong, G. (2013) *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación. Decimoprimer edición.
- Fisher, L.; Espejo, J. (2011). *Mercadotécnica*. 4ª. ed. Interamericana: McGraw-Hill
- Kotler, P. (2000). *Dirección de Marketing*. México: El Milenio
- Malhotra, Naresh K. (2008) *Investigación De Mercados*. México: Quinta Edición. Pearson Educación.
- Andrade, S. *Diccionario de Economía*, Tercera Edición. Editorial Andrade.
- Pride, W.; Ferrel, O. (1997). *Marketing: conceptos y estrategias*. México: McGraw-Hill 9ª Ed.
- Stanton, W.; Etzel, M.; Walker, B. (1984). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill.
- Robbins, S. (2005). *Administración*. Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2002) *Gestión del talento humano El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. Mc Graw Hill. México III Edición
- Kossen S. (1995) *Recursos humanos en las organizaciones*. Harla. México: V edición
- Westreicher, G.; Sánchez, J. (2020). *Necesidad (Marketing)*.
- Sapag. (2011). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Pérez, A. (2015). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. Obtenido de <https://bit.ly/3Y1BGiP>
- Pérez, A. (2021). *Estudio financiero*. En qué consiste y cómo llevarlo a cabo. Obtenido de: <https://bit.ly/3HbpCEQ>
- López, J. (2021). *Inversión*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Galán, J. S. (2020). *Demanda potencial*. Obtenido de: <https://bit.ly/3WGWZSWx>
- Arias, A. (2020). *Precio*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- (CAFESMAMASAME, 2021). Obtenido de <https://cafesmamasame.com/es/blog/cafeterias-un-poco-de-historia>
- (QUALERY, 2022) Obtenido de <https://www.qualery.com/blog/origen-historia-cafeterias.htm>

## 11. Anexos

### Anexo 1. Encuesta

Creación de una cafetería en la Parroquia San Isidro del cantón morona, Provincia de Morona Santiago.

Solicitamos gentilmente su opinión sincera, las respuestas obtenidas serán confidenciales, la investigación aplicada tiene fines académicos, de investigación y publicación científica.

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo determinar la percepción que tiene Usted como consumidor y su incidencia en el uso de servicios de alimentación en el atractivo turístico Dique San Isidro.

#### 1. ¿Conoce usted el Dique San Isidro?

Si

No

#### 2. ¿Le gustaría servirse café en el Dique San Isidro?

Si

No

#### 3. ¿Usted donde consumiría café en la Parroquia San Isidro?

Cafetería

Restaurante

Restaurante de comida típica

Heladería

#### 4. ¿Qué tipos de productos le gustaría que expendieran en el Dique San Isidro?

Desayunos, Almuerzos, Merienda.

Café, cappuccino, jugos, batidos, tostadas, pan, cake.

Asados

Comida típica

#### 5. Defina qué tipo de estilo debería contar la cabaña del Dique San Isidro

Estilo Rustico

Estilo Moderno

Estilo Vintage

Estilo Comunes

**6. Considera Usted que se debería expender café caliente en la cabaña del Dique San Isidro.**

Si

No

**7. Debería contar con el servicio de alimentación todos los días de la semana en la cabaña del Dique San Isidro.**

Si

No

No estoy interesado

**8. ¿Cuál debería ser el horario de atención en la cabaña del dique San Isidro?**

08h00 hasta 22h00

10h00 hasta 22h00

09h00 hasta 24h00

12h00 hasta 24h00

Otro

**9. ¿Cuánto pagaría Ud. por el servicio de alimentación?**

\$ 2.50

\$ 3.00

\$ 2.00

Otro, Especifique

## Anexo 2. Costos y Gastos del Proyecto



**MULTISERVICORP**

PROFORMA N° 0025

Estimado cliente ponemos a su disposición información detallada de lo servicios que requiere su empresa.

N°	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	MANTENIMIENTO ELECTRICO	\$ 170,37
1	MANTENIMIENTO DE PLOMERIA	\$ 210,15
1	ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA INTERNA Y EXTERNA (PARED LD, INTERNA PARED LI, PISO CAMBIO DE CERAMICA)	\$ 1.800,00
1	PUNTOS DE ELECTRICOS	\$ 56,23
1	TENDIDO DE TECHO BASES CUMBRERAS, JALADO 4X2,5	\$ 838,25
1	INSTALACIÓN DE REDES DE AUDIO Y VIDEO	\$ 50,00
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$ 3.125,00</b>
<b>IVA 0%</b>		<b>\$ -</b>
<b>IVA 12%</b>		<b>\$ 375,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.500,00</b>

Esta proforma estara vigente durante un lapso de 15 días.

Atentamente

Jorge Calderon  
**GERENTE**



**Dirección Matriz:**

SOR MARIA TRONCATTI ENTRE CARLOS JULIO AROSEMENA Y SERAFIN S

**Teléfono:** 072514582

**Email:** info@electromuebles.com.ec

**OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

**RUC:** 1796635891001

**Factura:** 002002 - 00001125

**NUMERO DE AUTORIZACION:**

1700202301179261245400120020020000229231

**FECHA Y HORA DE AUTORIZACION:**

2023-02-18T00:33:16-05:00

**AMBIENTE:** PRODUCCION

**EMISION:** NORMAL

**CLAVE DE ACCESO:**



1701202301179261245400120020020000229231234567811

**CLIENTE:** ALVAREZ  
**RUC:** 1400653448  
**DIRECCION:** SAN ISIDRO

**FECHA EMISION:** 2023-01-17  
**TELEFONO:** 0996311324  
**EMAIL:** alvarez@gmail.com

CODIGO	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO	DESCUENTO	TOTAL
ELE255	1,00	UTENCILLOS DE COCINAS (PLATOS, CUBIERTOS, VASOS, ETC )MAQUINARIA Y	1,171.43	5000	1,121.00
ELE211	1,00	EQUIPOS (1CONGELADOR,2COCINASINDU,FREIDORAINDU, 1 CAFETERA	1,700.00	80.00	1,620.00
MUE96	1,00	MULTIFUNCIÓN TODO EN UNOINDU	2,500.00	120.00	2,380.00
MUE22	1,00	50 SILLAS, 15 MESAS,2 MESAS DE ACERO INX,2 JUEGO MUEB, SILLATIFEJE,ESCREJEC	2,500.00	300.00	2,200.00

**FORMA DE PAGO**

TRANSFERENCIA - COOP DE AHORRO

**INFORMACION ADICIONAL:**

LE INFORMAMOS QUE DE NO SER ENTREGADA LA RETENCION DENTRO DE LOS 5 PRIMEROS DIAS DE LA FECHA DE EMISION DE LA FACTURA O ESCANEADA AL CORREO finanzas@com.ec SE DEBERA CANCELAR EL VALOR TOTAL DE LA FACTURA DE ACUERDO AL ART.59 DE LA LRTI

<b>SUBTOTAL SIN IMPUESTOS:</b>	7,321.43
<b>SUBTOTAL 12%:</b>	7,321.43
<b>SUBTOTAL 0%:</b>	0.00
<b>DESCUENTO:</b>	0.00
<b>IVA 12%:</b>	878.57
<b>ICE 15%:</b>	0.00
<b>TOTAL:</b>	<b>8, 200. 00</b>

Para la atención de reclamos NO resueltos por el prestador, ingrese su reclamo al link: <http://reclamoconsumidor@arcotel.gob.ec/osTicket>, o para información comuníquese con el número telefónico 1800 567 567.



**ZOENETV SA**

**Dirección Matriz:**

SOR MARIA TRONCATTI ENTRE CARLOS JULIO AROSEMENA Y SERAFIN S

**Teléfono: 072787462**

**Email: info@zonet.com.ec**

**OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI**

**RUC: 1792685236001**

**Factura: 002002 - 000785923**

**NUMERO DE AUTORIZACION:**

17020723011792612454001200200200002292311

**FECHA Y HORA DE AUTORIZACION:**

2023-02-07T00:33:16-05:00

**AMBIENTE: PRODUCCION**

**EMISION: NORMAL**

**CLAVE DE ACCESO:**



1701202301179261245400120020020000229963587458011

<b>CLIENTE:</b>	ALVAREZ	<b>FECHA EMISION:</b>	2023-02-07
<b>RUC:</b>	140000000000001	<b>TELEFONO:</b>	0996969696
<b>DIRECCION:</b>	SAN ISIDRO	<b>EMAIL:</b>	alvarez@gmail.com

CODIGO	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO	DESCUENTO	TOTAL
RH1	1.00	Servicio de Internet Residencial Fibra Plan Basico 40Mbps MES DE DICIEMBRE TRANSFERENCIA JA #255690045	25.00	0.00	25.00

<b>FORMA DE PAGO</b>	<b>SUBTOTAL SIN IMPUESTOS:</b>	22.32
EFFECTIVO	<b>SUBTOTAL 12%:</b>	22.32
\$ 25.00	<b>SUBTOTAL 0%:</b>	0.00
<b>INFORMACION ADICIONAL:</b>	<b>DESCUENTO:</b>	0.00
LE INFORMAMOS QUE DE NO SER ENTREGADA LA RETENCION DENTRO DE LOS 5 PRIMEROS DIAS DE LA FECHA DE EMISION DE LA FACTURA O ESCANEAADA AL CORREO finanzas@zonet.com.ec SE DEBERA CANCELAR EL VALOR TOTAL DE LA FACTURA DE ACUERDO AL ART.59 DE LA LRTI	<b>IVA 12%:</b>	2.66
	<b>ICE 10%:</b>	0.00
	<b>TOTAL:</b>	<b>25.00</b>

Para la atención de reclamos NO resueltos por el prestador, Ingrese su reclamo al link: <http://reclamoconsumidor@arcotef.gov.ec/osTicket>, o para información comuníquese con el número telefónico 1800 567 567.





Empresa Eléctrica Regional Centro Sur C.A.  
Matriz: AV MAX UHLE S/N y AV. PUMAPUNGO

Ruc: 0190003809001  
Contribuyente especial, resolución No. 3257  
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD



Nro. factura 001-003-032215552  
Nro. doc. Interno 2831400571  
Fecha de emisión 19-01-2023  
Fecha de Vencimiento 03-02-2023  
Número de autorización 1901202301019000380900120010030322155520013456413

**VALOR TOTAL: 17,75**

**Información del Consumidor**

**CUENTA CONTRATO 200002805220**

Nombre cliente ALVAREZ  
Cédula 14000500000  
Celular 0985837489  
Correo Electrónico ALVAREZ@HOTMAIL.COM  
Dirección del servicio SAN ISIDRO

Código Único Eléctrico 0501352233

Tipo de tarifa Arconel BTCS003 - BT Residencial para el Programa PEC  
Geocódigo 0514M331000274 Unidad de Lectura 0514M331

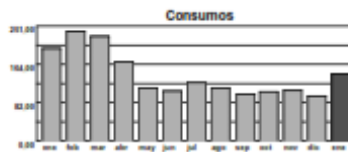
**1. Información Servicio Eléctrico y Alumbrado Público**

Número de medidor 5212005819  
Tipo de consumo leído  
Fecha desde 20-12-2022  
Días facturados 31  
Fecha hasta 19-01-2023

Descripción	Fecha Hasta	Lectura Actual	Lectura Anterior	Diferencia Consumo	Consumo Subtotal	Consumo Interno Transformador	Consumo Total	Unidad Medida	Monto (\$)
Energía activa total	19-01-2023	1292,00	1148,00	0,00	146,00	0,00	146,00	kWh	13,57
Energía Cocción Eléctrica y Calentamiento de Agua	19-01-2023	25,00		0,00	0,00	0,00	25,00	kWh	2,25

**2. Valores Pendientes**

VALORES PENDIENTES (2) **0,00**



**Servicio Eléctrico y Alumbrado Público**

Valor Consumo	11,20
Comercialización	1,41
Subsidio Cruzado Solidario	1,26
<b>Subtotal Servicio Eléctrico (SE)</b>	<b>13,87</b>
Servicio Alumbrado Público General	1,60
<b>Subtotal Alumbrado Público (APG)</b>	<b>1,60</b>
Intereses por Mora	0,03
<b>Subtotal Otros Rubros</b>	<b>0,03</b>
Base I.V.A. 0%	17,84
I.V.A. 0%	0,00
Base Exento de IVA	2,34
Exento de IVA	0,00
<b>TOTAL SE Y APG (1)</b>	<b>35,00</b>

**3. Planes de Financiamiento Autorizados por el Consumidor**

PLANES DE FINANCIAMIENTO (3) **0,00**



**Subsidios del Gobierno**

Cocina Eléctrica	2,25
Subsidio Tarifa Eléctrica	14,20
<b>TOTAL</b>	<b>16,45</b>

TOTAL (A)	
Servicio Eléctrico y Alumbrado Público (1)	35,00
Valores Pendientes (2)	0,00
Planes de Financiamiento (3)	0,00
<b>TOTAL SECTOR ELÉCTRICO (1+2+3)</b>	<b>15,50</b>

**Mensajes**

LUGAR DE VOTACIÓN: MORONA SANTIAGO-MORONA RECINTO: UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MARIA AUXILIADORA JUNTA: 15-M MIEMBRO DE JRV: NO

**Recaudación Terceros**

**ESTOS VALORES NO FORMAN PARTE DE LOS INGRESOS DE LA EMPRESA ELÉCTRICA**

**4. NOTIFICACIÓN DE PAGO DEL TRIBUTO PARA EL CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN MORONA**

Beneficiario C. BOMBEROS MACAS  
R.U.C Beneficiario 1460008510001  
Fecha de Emisión 19-01-2023  
Cuenta Contrato 200002805220  
Cédula 1400237563  
Nombre MONTENEGRO JAHAMILLO RUBEN  
Dirección Servicio GENERAL ELOY ALFARDO DOCE DE FEBRERO 1 / MACAS - MORONA

CONCEPTO	VALOR
Contribución Bomberos	2,00
<b>TOTAL CONTRIBUCIÓN BOMBEROS (4)</b>	<b>2,00</b>

RESUMEN DE VALORES	
Total Sector Eléctrico (A)	33,00
Total Recaudación de Terceros (4+5+6)	2,00
<b>VALOR TOTAL (USD)</b>	<b>35,00</b>



MODELO DE ROL DE PAGOS

Rol de pagos del mes de:			
<b>Mes de enero del 2.023</b>			
EMPLEADO:		JOSE	
Sueldo	450,00	Aporte al less	42,53
Horas extras	-		-
	-		-
	-		-
	-		-
<b>Total Ingresos:</b>	<b>450,00</b>	<b>Total Egresos</b>	<b>407,48</b>
<b>Neto a Recibir: \$ 407,48</b>			
Transferencia cta# NN			
Elaborado	Aprobado	Recibi Conforme	



**MODELO DE ROL DE PAGOS**

		Rol de pagos del mes de:	
		<b>Mes de enero del 2.023</b>	
EMPLEADO:		MARIO	
Sueldo	450,00	Aporte al less	42,53
Horas extras	-		-
-	-		-
			-
			-
<b>Total Ingresos:</b>	<b>450,00</b>	<b>Total Egresos</b>	<b>407,48</b>
<b>Neto a Recibir: \$ 407,48</b>			
Transferencia cta# NN			
Elaborado	Aprobado	Recibi Conforme	



febrero 05 del 2023 16:26

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

COMPROBANTE DE PAGO

No. Comprobante: 0000000004681922

Concepto:	PAGO DE PLANILLAS - NORMALES,	Emitido en:	2023-02-05
No. RUC / REGISTRO:	1400000000001 - 0001	Fecha de Vigencia de Pago:	2023-02-15
Nombre / Razón Social / Organización:	ALVAREZ		
Periodo de Pago:	2023 - 01		
Forma de pago:	Fondos propios		
Observación:			

Valor	109.35
Intereses por mora (+)	00.00
Seguro Salud Tiempo Parcial(+)	0.00
Ley Orgánica de Discapacidad (+)	0.00
IECE 0.50% (+)	0.00
SETEC 0.50% (+)	0.00
CCC (+)	0.00
Honorarios Abogado(+)	0.00
Gastos Administrativos(+)	0.00
Subtotal(=)	109.35
Notas de Crédito(-)	0.00
Total(=)	109.35

Señor Empleador

Usted puede pagar sus obligaciones patronales en línea en cualquier agencia de los bancos: Pichincha, Bolivariano, Guayaquil, Austro, Pacifico, Produbanco, Internacional y cualquier agencia SERVIPAGOS.

\*Oficinas Western Unión Red Activa, Almacenes TIA, Red de Servicios FACILITO

\*Coop. Ahorro y Crédito: El Sagrario, Coopmeqo

\*Tarjetas de Crédito/Débito: Diners, Discover, Visa y Mastercard Bco. Pichincha (Pago Diferido), Visa y Mastercard cualquier banco emisor (Pago Corriente y Diferido)

Cuando realiza los pagos en bancos, el estado inicial del comprobante es DEPOSITADO y luego de la conciliación se registrará como CANCELADO.

La cancelación de planillas de obligaciones patronales a través de débito bancario no requiere generación previa del comprobante. En cuanto a GLOSAS, obligatoriamente debe generarlos para brindarle el servicio.

**AREVALO QUITO ROSA ROMELIA**

R.U.C.: 1400327886001

AUT. SRI N° 1129034009

Dirección: Simi - Morona

**FACTURA N° 001-001-0000043**


Fecha: 05-01-2023

Cliente: ALVAREZ

Dirección: SAN ISIDRO

R.U.C.: \_\_\_\_\_ Telf.: \_\_\_\_\_


Cant.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ARRENDU DEL MES DE FEB 2023 O/H 31	178,57	178,57

<b>FORMA DE PAGO</b>		Subtotal 12%	178,57
<input type="checkbox"/> EFECTIVO		Subtotal 0%	
<input type="checkbox"/> DINERO ELECTRONICO		Descuento	
<input type="checkbox"/> TARJETA DE CRED./DEBITO		SUMAN	178,57
<input type="checkbox"/> OTROS		IVA 12%	21,43
		<b>TOTAL</b>	<b>200,00</b>

BERNISA CARDENAS MARCHES ENRIQUE, IMPRENTA EL VERDEAL - R.U.C.: 910305010001 - Aut. 2232 - Cel. 999730994 - Masas  
Credencial Impresor: del 0000021 al 0000070 - Fecha de Impresión: 11-11-2021 - Fecha de Caducidad: 11/03/2025/0902

Original Blanco: ADQUIRENTE / Copia: EMISOR

Valores a Pagar			
Contribuyente:		Alvarez	
Impuesto	Predio	Concepto	Valor a Pagar
Patente	San Isidro	2022	\$ 70,00
<b>Total</b>			<b>\$ 70,00</b>



Es en los problemas donde se esconden las oportunidades.  
*Albert Einstein*

[f](#) [t](#) [v](#)

**CONTACTOS**

☎ Teléfono: +593 2700 143

✉ Email: [info@morona.gob.ec](mailto:info@morona.gob.ec)

🌐 Website: [www.morona.gob.ec](http://www.morona.gob.ec)



NARVÁEZ GAYBOR CHRISTIAN D'JALMA

[www.redytus.com](http://www.redytus.com)  
R.U.C. 1711154094001

Fecha: 17-01-2023

Cliente: ALVAREZ

Dirección: SAN ISIDRO

Teléfono: 072525143

Ruc: 140002145201001

## Factura

Serie **001-001- 00**

**Autorización SRI No. 1119212158**  
info@redytus.com  
(02) 3326-367 / 0980 794-429  
Luxemburgo N34-359 y Portugal, Ed. Cosmopolitan Parc  
Of. 401, 4to. piso / Quito - Ecuador

Cant.	Concepto	Valor Unitario	Valor Total
1	APERTURA DE CUENTAS OFICIALES EN REDES Y PUBLICIDAD INICAL	\$ 223,21	\$ 223,21
		<b>Sub-total</b>	\$ 223,21
		<b>IVA 12%</b>	\$ 26,79
		<b>IVA %</b>	
		<b>TOTAL</b>	\$ 250,00

Firma Autorizada

Firma Cliente

ORIGINAL CLIENTE / COPIA SIN VALOR

Creado: Morona Capital - Sistema: Gestión - RUC: 170398233801 - A.U.T. 1028 - Teléfono: 2586-611 / F.Ant. SRI 26 Septiembre 2016 - del 006 al 706

Fecha: 17-01-2023  
 Cliente: ALVAREZ  
 Dirección: SAN ISIDRO  
 Teléfono: 072525143  
 Ruc: 140002145201001

**Factura**  
 Serie **001-001-00**  
 Autorización SRI No. 1119212158  
 info@redytus.com  
 (02) 3326-367 / 0980 794-429  
 Luxemburgo N34-359 y Portugal, Ed. Cosmopolitan Parc  
 Of. 401, 4to. piso / Quito - Ecuador

Cant.	Concepto	Valor Unitario	Valor Total
1	MANEJO DE REDES Y PUBLICIDAD	\$ 71,43	\$ 71,43
		<b>Sub-total</b>	\$ 71.43
		<b>IVA 12%</b>	\$ 8.57
		<b>IVA %</b>	
		<b>TOTAL</b>	\$ 80.00


  

FORMA DE PAGO			
EFFECTIVO			
DINERO ELECTRONICO			
TAJETA DE CREDITO/DEBITO			
OTROS			

Firma Autorizada \_\_\_\_\_ Firma Cliente \_\_\_\_\_

DATOS DE LA PERSONA JURÍDICA (Compañías o Sociedades)			
RAZÓN SOCIAL			RUC:
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO O LOCAL COMERCIAL EN BALAO		TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
APELLIDOS		NOMBRES	N°. DE CÉDULA
DATOS DEL CONTADOR ( En caso de estar obligado a llevar contabilidad)			
APELLIDOS		NOMBRES	REGISTRO N°
No. RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN	FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN BALAO	TOTAL DE PATRIMONIO NETO
		MES   DIA   AÑO	USD \$
TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE EJERCE		LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO 1,5 POR MIL	
COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> INMOBILIARIA <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> PROFESIONAL <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE: _____ _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD ECONÓMICA: _____ _____ _____	TOTAL DE ACTIVOS INCLUYENDO ACTIVOS CONTINGENTE MENOS OBLIGACIONES CORRIENTES (HASTA UN AÑO) MENOS PASIVOS CONTINGENTES BASE IMPONIBLE IMPUESTO CAUSADO OTROS		



 **CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTON MACAS**  
 R.U.C.: 3960051388001  
 Dirección: Calle 23 de Octubre número 9 de Julio y Day Alfaro  
 Teléfono: (05) 2350302 - 2311570  
 Emergencia: 2 310003

**EMERGENCIA 911**

**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

**DATOS DEL CONTRIBUYENTE**

NOMBRES: \_\_\_\_\_

RAZÓN SOCIAL: \_\_\_\_\_

C.I./R.U.C.: \_\_\_\_\_ AÑO: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_  
 Montecristal, \_\_\_\_\_ del Año 20 \_\_\_\_\_

PRIMER JEFE \_\_\_\_\_ TESORERA \_\_\_\_\_

 **Ministerio del Interior**

**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
 MINISTERIO DEL INTERIOR**

**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

Fecha de Emisión: **08 de JUNIO del 2016**

Número de Permiso: **20160000001** Valor: **250.00**

RUC: **123456789001**

Razón Social: **RAZON SOCIAL DEL ESTABLECIMIENTO**

Nombre Comercial: **NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO**

Nombre del Representante L.: **NOMBRE DEL REPRESENTANTE**

Nombre del Administrador: **NOMBRE DEL ADMINISTRADOR**

Tipo de Establecimiento: **BAR**

Horario de Funcionamiento: **Lunes a jueves de 17H00 a 24H00, viernes y sábado de 17H00 a 02H00**

Provincia: **PICHINCHA**

Cantón: **QUITO**

Dirección: **CALLE PRINCIPAL 123, CALLE SECUNDARIA ABC, OE5-17, FRENTE AL COLEGIO XYZ**

**AÑO DE PAGO**  
**2022**





AGENCIA NACIONAL DE  
REGULACIÓN, CONTROL  
Y VIGILANCIA SANITARIA

DR. LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ



**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2022-3.4-0000555**

Nombre o Razón Social del establecimiento: SIEMENS-HEALTHCARE CIA LTDA

Nombre del Propietario o Representante Legal: FRANCISCO JAVIER VELEZ URIBE

Número del RUC del establecimiento: 1792390834001 Establecimiento N°: 1

Provincia: PICHINCHA

Cantón: QUITO

Parroquia: IÑAQUITO

Sector/Referencia: FRENTE AL COLEGIO CONDAMINE

Dirección: CALLE: JAPON NUMERO: E6 INTERSECCION: PEREIRA

Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s):

\* 3.4 ESTABLECIMIENTOS DE DISPOSITIVOS MEDICOS Y REACTIVOS BIOQUIMICOS DE DIAGNOSTICO IN VITRO PARA USO HUMANO ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIALIZACION DE DISPOSITIVOS MEDICOS Y O REACTIVOS BIOQUIMICOS DE DIAGNOSTICO IN VITRO PARA USO HUMANO: Riesgo: Medio

Fecha de Emisión: 08-04-2022

Fecha de Vigencia: 08-04-2023

Total pago: 153.00

**Estado: VIGENTE**

Fecha de Impresión del Documento: 11-04-2022

Ing. Juan Pablo Flores Jaramillo



Coordinador General Técnico de Certificaciones - Agencia Nacional De Regulación,  
Control Y Vigilancia Sanitaria - ARCSA "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez"



**Nota:**

Las condiciones en la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez" y este se emite en el formato a la

Cafetería	
ESPRESSO bien puesto ★	\$ 3,50
Espresso CLÁSICO	\$ 1,95 / 2,95
Cafecito	\$ 1,90
Filtrado V60	\$ 3,50
DESGUSTACIÓN de filtrados	\$ 4,50
COLD Brew (filtrado en frío)	\$ 3,00
DESGUSTACIÓN cold brew	\$ 5,00
CAFÉ & TONIC ★	\$ 2,75
Jarrita de Aromáticas (se)	\$ 2,50
MACCHIATO Clásico / Premium	\$ 2,25 / 3,00
CAPPUCHINO Clásico / Premium ★	\$ 2,90 / 3,85
Orange Cappuchino	\$ 3,35
FLAT White (capu recargado)	\$ 2,95
CAPPU cagador (con piquete)	\$ 4,00
<b>Moccas &amp; Chocolate!</b>	
Choco de la Casa hot chocolate	\$ 3,00
Choco con Quesito with cheese	\$ 3,30
Choco HELADO with ice cream	\$ 3,30
MOCCA clásico / Frutas rojas / rosas ★	\$ 3,50
ROSA affogato	
Bebidas	
★★ LIMONADA Cafecito	\$ 2,50
Limonada / imperial	\$ 1,95 / 2,25
Limonada de CÁSCARA de café	\$ 2,75
Jugo de Naranja (orange juice)	\$ 2,50
Jugos naturales (natural fruit juice)	\$ 2,20
batidos de pura FRUTA (milkshakes)	\$ 3,00
H2O mineral, natural / gaseosa	\$ 1,85



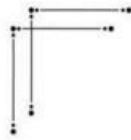
Porque te queremos  
acompañar en todo  
momento..

Recuérdanos con  
una deliciosa taza  
de café.

**Anexo 3. Depreciaciones**

<b>Activo Fijo</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Depreciación anual</b>
Congelador	10	1	\$ 489,40	\$ 489,40	\$ 48,94
Cocinas Industriales	10	2	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 45,00
Freidora Industrial	10	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 12,00
Cafetera Industrial Todo en Uno	10	1	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 98,00
Sillas	3	51	\$ 21,57	\$ 1.100,00	\$ 366,67
Mesas	3	18	\$ 75,78	\$ 1.364,04	\$ 454,68
<b>TOTAL DEPRECIACION ACTIVO FIJO</b>				<b>\$ 4.503,44</b>	<b>\$ 1.025</b>

#### Anexo 4. Certificado de traducción del resumen.



Universidad  
Nacional  
de Loja



Loja, 25 de junio de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE DE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS  
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

#### CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO DEL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO., autoría de Alvarez Barreto Jessica Beatriz con CI: 1401169410 de la carrera en Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la parte interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Atentamente,



MARLON RICHARD  
ARMIJOS RAMIREZ

**MARLON ARMIJOS RAMÍREZ**  
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL

1031-12-1131340  
1031-2017-1905329

Educarnos para Transformar

